

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ВІННИЦЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТИТУТ**

Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

**«ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЗАКЛАДІВ ШВИДКОГО ХАРЧУВАННЯ В
СФЕРІ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ»**

(за матеріалами «Фізична особа-підприємець Бондарець Олександр Іванович,
кафе «Старе місто», м. Ладижин, Вінницька обл.»)

Здобувача вищої освіти
4 курсу, групи ГРС-41д,
спеціальності 241 «Готельно-
ресторанна справа»
освітньої програми «Готельно-
ресторанна справа»

Науковий керівник
кандидат економічних наук

Гарант освітньо-професійної
програми
кандидат економічних наук

Ліни
КАПУСТІНОЇ

Валентина
ПОСТОВА

Ірина
МАЗУРКЕВИЧ

Вінниця 2024

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ЗАКЛАДІВ ШВИДКОГО ХАРЧУВАННЯ В СФЕРІ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ	6
1.1. Суть та класифікація закладів швидкого харчування в сфері ресторанного бізнесу	6
1.2. Сучасні тенденції та перспективи розвитку закладів швидкого харчування в Україні та світовий досвід	12
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ РОЗВИТКУ ЗАКЛАДІВ ШВИДКОГО ХАРЧУВАННЯ В СФЕРІ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ НА ПРИКЛАДІ КАФЕ «СТАРЕ МІСТО»	20
2.1. Організаційно-економічна характеристика діяльності кафе «Старе місто»	20
2.2. Оцінка маркетингової діяльності та аналіз меню досліджуваного закладу	26
РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА ПРОПОЗИЦІЙ ЩОДО ПЕРСПЕКТИВ РОЗВИТКУ ЗАКЛАДІВ ШВИДКОГО ХАРЧУВАННЯ В СФЕРІ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ НА ПРИКЛАДІ КАФЕ «СТАРЕ МІСТО»	35
3.1. Визначення стратегічних напрямків розвитку кафе «Старе місто»	35
3.2. Оцінка ефективності запропонованих заходів	43
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	46
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	48
ДОДАТКИ	52

ВСТУП

Актуальність теми. Збільшення темпу життя людей та дефіцит вільного часу роблять заклади швидкого харчування все більш затребуваними. Споживачі більше цінують зручність, швидкість обслуговування, а також доступні ціни. А широкий асортимент страв та напоїв дозволяє кожному знайти їжу на свій смак. Також використання онлайн-платформ для замовлення та доставки їжі робить заклади швидкого харчування більш доступними для споживачів. Запровадження нових технологій дозволяє покращити якість їжі та скоротити час на її приготування.

Також зростає кількість закладів швидкого харчування, що призводить до посилення конкуренції. Тому заклади швидкого харчування змушені постійно вдосконалюватися, щоб залишатися конкурентоспроможними. Важливу роль при цьому відіграють маркетингові стратегії та вміння задовольнити потреби споживачів.

Заклади швидкого харчування стають частиною культури та способу життя людей. Вони пропонують не лише їжу, але й також місце для спілкування та відпочинку. Важливо при цьому, щоб заклади швидкого харчування відповідали етичним нормам та не шкодили довкіллю. Тому необхідно знайти баланс між швидкістю обслуговування та якістю їжі. Важливо забезпечити відповідність санітарним нормам та правилам безпеки харчових продуктів. Заклади швидкого харчування повинні постійно вдосконалюватися, щоб відповідати мінливим потребам споживачів.

Саме тому вивчення перспектив розвитку закладів швидкого харчування в сфері ресторанного бізнесу є актуальним завданням, яке має теоретичну та практичну цінність.

В наукових працях таких вітчизняних вчених як Аветісова А., Антонова В., П'ятницька Г., Кононенко Т., Полостян Н., а також багатьох інших визначаються різні етапи розвитку ринку закладів швидкого харчування;

аналізуються перспективи та особливості створення, а також ефективного функціонування даних закладів.

Мета кваліфікаційної роботи полягає в дослідженні та аналізі перспектив розвитку закладів швидкого харчування в сфері ресторанного бізнесу на прикладі кафе «Старе місто».

Потрібно виконати такі завдання:

- визначити суть та класифікацію закладів швидкого харчування в сфері ресторанного бізнесу;
- проаналізувати сучасні тенденції та перспективи розвитку закладів швидкого харчування в Україні та світовий досвід;
- зробити організаційно-економічну характеристику діяльності кафе «Старе місто»;
- провести оцінку маркетингової діяльності та провести аналіз меню досліджуваного закладу;
- визначити стратегічні напрямки розвитку кафе «Старе місто»;
- провести оцінку ефективності запропонованих заходів.

Об'єктом дослідження є процес розвитку закладів швидкого харчування в сфері ресторанного бізнесу.

Предмет дослідження – теоретичні та практичні аспекти перспектив розвитку закладів швидкого харчування в сфері ресторанного бізнесу.

Методи дослідження. При написанні кваліфікаційної роботи використовувалися такі методи: аналіз, систематизація, узагальнення, анкетування, опитування, спостереження, порівняння, прогнозування, оцінювання та метод експерименту.

Інформаційна база. Для написання роботи використовувалися підручники, наукові статті, різні матеріали конференцій, статистичні дані, Інтернет-ресурси.

Практична цінність. Робота містить рекомендації щодо оптимізації витрат та максимізації віддачі від інвестицій, що допоможе кафе покращити свою рентабельність. Запропоновані заходи, такі як впровадження нових страв та

комбо-наборів, які відповідають смакам та потребам клієнтів, можуть допомогти кафе підвищити лояльність своїх клієнтів.

Апробація кваліфікаційної роботи. За результатами дослідження було опубліковано статтю на тему: «Тенденції розвитку закладів швидкого харчування в сфері ресторанного бізнесу» у збірнику матеріалів XIII Всеукраїнській студентській науково-практичній конференції «Актуальні проблеми ефективного соціально-економічного розвитку України: пошук молодих» (18.04.2024 р., м. Вінниця).

Структура роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків та пропозицій, списку використаних джерел, додатків. Основна частина роботи викладена на 40 сторінках, в тому числі містить 16 таблиць та 10 рисунків.



РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ЗАКЛАДІВ ШВИДКОГО ХАРЧУВАННЯ В СФЕРІ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

1.1. Суть та класифікація закладів швидкого харчування в сфері ресторанного бізнесу

Заклади швидкого харчування відіграють важливу роль в сучасній сфері ресторанного бізнесу. Їх суть полягає в наданні споживачам швидкого, зручного та доступного харчування.

Розглянемо визначення поняття «заклади швидкого харчування» трактоване різними науковцями та авторами наведена в табл. 1.1

Таблиця 1.1 – Поняття «заклади швидкого харчування» трактоване різними науковцями

Автор	Визначення
Корбан А.М.	Заклади швидкого харчування – це підприємства ресторанного господарства, які пропонують широкий спектр страв та напоїв за доступними цінами, з акцентом на швидкість обслуговування, а також процес самообслуговування [9]
Єфимов І.Т.	Заклади швидкого харчування – це тип підприємств ресторанного господарства, які пропонують обмежений асортимент страв, а також напоїв, приготованих заздалегідь, за доступними цінами та з акцентом на швидкість обслуговування[3]
Коваленко В.І.	Заклади швидкого харчування – це підприємства ресторанного господарства, які пропонують стандартизовані страви, а також напої, приготовані заздалегідь, за доступними цінами та з акцентом на процес самообслуговування [17]
Пилявець М.А.	Заклади швидкого харчування – це тип підприємств ресторанного господарства, які пропонують стандартизовані страви, а також напої, приготовані за технологічними картами, за доступними цінами та із акцентом на швидкість самого обслуговування [22]
Подола Г.І.	Заклади швидкого харчування – це тип підприємств ресторанного господарства, які пропонують обмежений асортимент страв, а також напоїв, приготованих заздалегідь, за доступними цінами та із акцентом на процес самообслуговування та доставку [10]
Сергієва А.М.	Заклади швидкого харчування – це підприємства ресторанного господарства, які пропонують стандартизовані страви, приготовані за технологічними картами, за доступними цінами, з акцентом на самообслуговування, доставку та мобільність.

Аналізуючи табл. 1.1, у даних трактуваннях визначення є спільні характеристики:

- широкий спектр страв та напоїв – більшість авторів (Корбан А.М., Єфимов І.Т., Коваленко В.І., Пилявець М.А., Подола Г.А., Сергієва А.М.) зазначають, що заклади швидкого харчування пропонують широкий спектр страв та напоїв [18];
- доступні ціни – всі автори підкреслюють доступність цін на їжу та напої в закладах швидкого харчування;
- швидкість обслуговування – є ключовою характеристикою, яку виділяють всі автори;
- самообслуговування – є поширеною практикою в закладах швидкого харчування, на що вказують Корбан А.М., Коваленко В.І., Пилявець М.А., Подола Г.А., Сергієва А.М. [12];
- заздалегідь приготовлені страви – Єфимов І.Т., Коваленко В.І., Пилявець М.А., Подола Г.А. зазначають, що багато страв в закладах швидкого харчування готуються заздалегідь [19];
- стандартизовані страви – Коваленко В.І., Пилявець М.А., Сергієва А.М. підкреслюють, що страви в закладах швидкого харчування є стандартизованими.

Відмінності у даних визначеннях в наступному:

- обмежений асортимент – Єфимов І.Т. та Подола Г.А. вказують на обмежений асортимент страв в закладах швидкого харчування [5];
- доставка – Подола Г.А. та Сергієва А.М. підкреслюють важливість доставки їжі в закладах швидкого харчування;
- мобільність – Сергієва А.М. виділяє мобільність як характеристику деяких закладів швидкого харчування [13].

Незважаючи на деякі відмінності, всі автори сходяться на думці, що заклади швидкого харчування – це тип підприємств ресторанного господарства, які пропонують широкий спектр страв та напоїв за доступними цінами, з акцентом на швидкість обслуговування та самообслуговування.

Основні характеристики закладів швидкого харчування наведено на рис.

1.1.

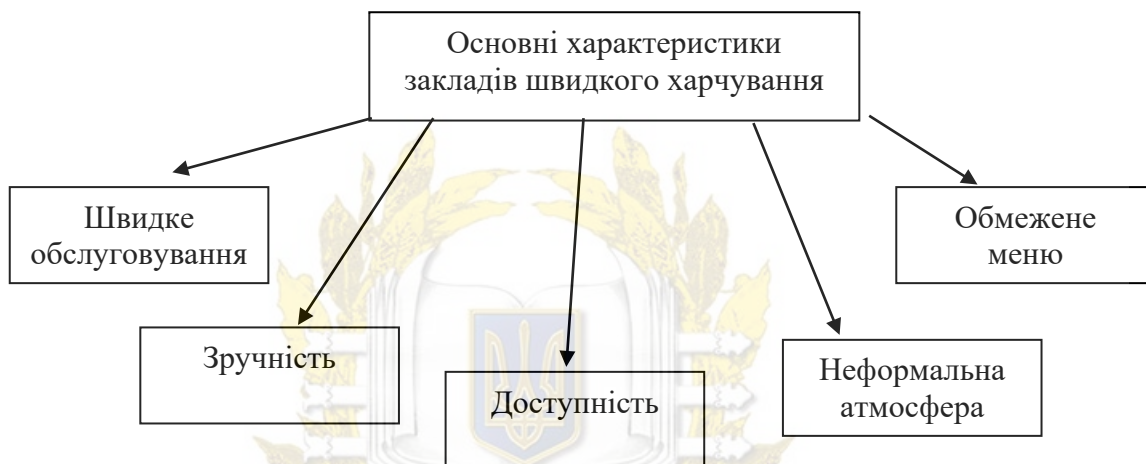


Рисунок 1.1 – Основні характеристики закладів швидкого харчування

Отже, проаналізуємо більш детальніше основні ключові характеристики закладів швидкого харчування:

1. Швидкість обслуговування. Завдяки стандартизованим меню, заздалегідь приготованим стравам та самообслуговуванню, заклади швидкого харчування можуть обслуговувати велику кількість відвідувачів за короткий час.

2. Зручність. Заклади швидкого харчування як правило, розташовані у зручних місцях, часто з тривалим робочим часом і можливістю проїзду або доставки.

3. Доступність. Ціни на їжу в закладах швидкого харчування, як правило, нижчі, ніж в інших типах ресторанів, що робить їх доступними для широкого кола споживачів.

4. Обмежене меню. Заклади швидкого харчування зазвичай пропонують обмежений вибір пунктів меню, які часто готуються оптом і стандартизовані.

5. Неформальна атмосфера. Заклади швидкого харчування зазвичай мають невимушену та неформальну атмосферу, що робить їх популярним вибором для сімей, груп та окремих людей у дорозі [15].

Заклади швидкого харчування пропонують широкий спектр страв і напоїв, включаючи:

- гамбургери, сендвічі та салати;
- картопля фрі та інші гарніри;
- курячі страви;
- десерти;
- прохолодні та гарячі напої [21].

Також заклади швидкого харчування відіграють важливу роль в економіці, створюючи робочі місця та стимулюючи розвиток інших галузей.

Однак, заклади швидкого харчування також мають деякі недоліки (рис. 1.2).

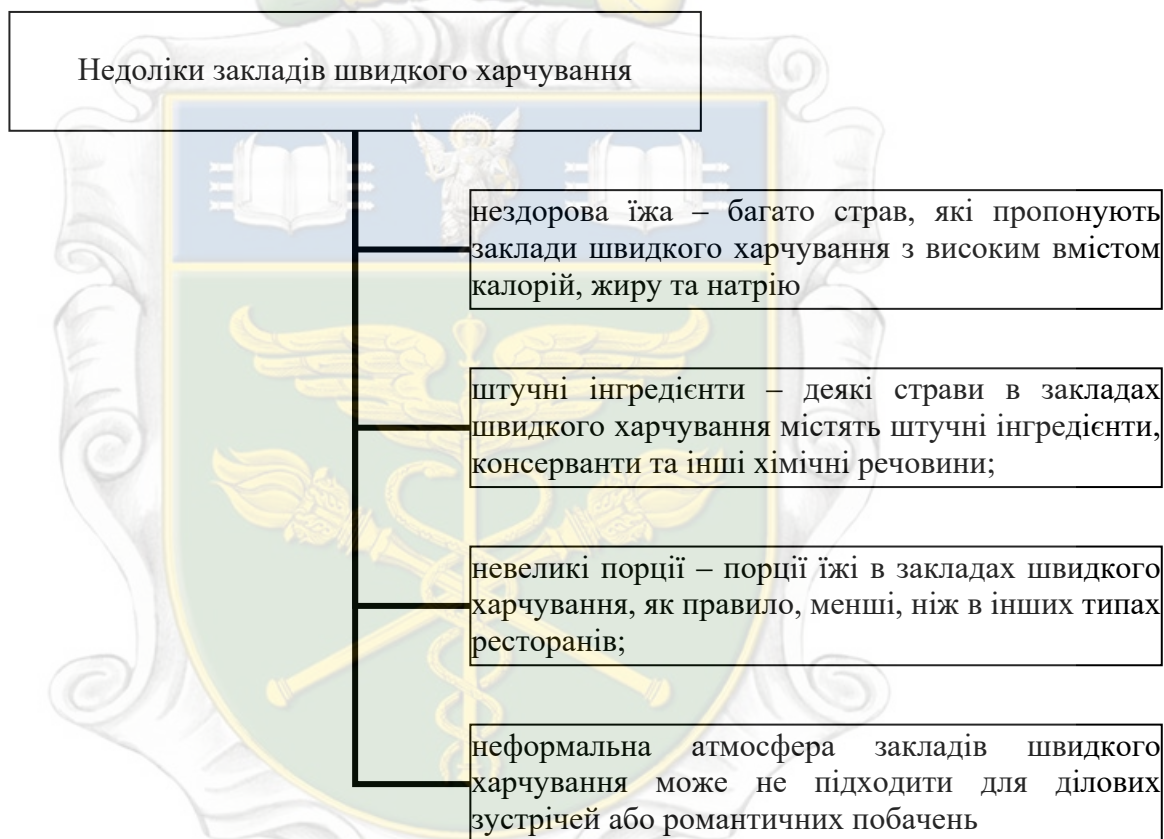


Рисунок 1.2 – Недоліки закладів швидкого харчування [25]

Але, незважаючи на деякі недоліки, заклади швидкого харчування залишаються популярним вибором для багатьох людей. Їх швидкість, зручність та доступність роблять їх ідеальним варіантом для людей, які мають мало часу або шукають бюджетний варіант харчування.

Заклади швидкого харчування також постійно розвиваються, щоб задовольнити мінливі потреби споживачів. Багато закладів швидкого харчування пропонують здоровіші варіанти меню, а також більш зручні послуги, такі як онлайн-замовлення та доставка.

В цілому, заклади швидкого харчування є важливою частиною сучасного ресторанного бізнесу. Їх швидкість, зручність та доступність роблять їх популярним вибором для багатьох людей, а їх постійний розвиток гарантує, що вони залишатимуться актуальними протягом багатьох років.

Класифікація закладів швидкого харчування наведена в табл. 1.2.

Таблиця 1.2 – Класифікація закладів швидкого харчування [23]

Тип закладу	Опис	Приклади
За асортиментом страв		
Монопродуктові	Пропонують обмежений асортимент страв одного виду (наприклад, піцерії, пельменні, млинцеві).	Піцерія «Пепероні», варенична «Галушка», Млинцева «Тісто».
Універсальні	Пропонують широкий асортимент страв різних кухонь світу (наприклад, кафе, закусочні).	Кафе «Смачна хата», закусочна «Перекуси», кафе «7 хвилин».
Спеціалізовані	Пропонують страви певної кухні (наприклад, японські ресторани, італійські ресторани, суші-бари).	Японський ресторан «Фуджі», італійський ресторан «La Cucina», суші-бар «Sushi King».
За місцем розташування		
Вбудовані	Розташовані в торгових центрах, вокзалах, аеропортах.	Кафе «Coffee Boom» (в ТЦ «Караван»), закусочна «Hot Dog» (на вокзалі), кафе «Бон Апетит»
Відокремлені	Мають окрему будівлю.	Кафе «Затишок», закусочна «Смачно та швидко»
Мобільні	Розташовані на фургонках або трейлерах.	Фургончик з хот-догами, кав'ярня на колесах, мобільна піцерія.
За формою обслуговування		
З самообслуговуванням	Відвідувачі самі беруть їжу з прилавка, а потім розраховуються на касі.	«МакДональдз», «KFC», «Burger King».
З обслуговуванням офіціантами	Офіціанти приймають замовлення, приносять їжу та напої, а потім розраховують гостей закладу.	Кафе «Старе місто», ресторан «Велика ложка», кафе «Сімейний двір».
З доставкою	Клієнти можуть замовити їжу з доставкою додому або в офіс.	Служба доставки їжі «Glovo», «Bolt», «Sushi Master».

Отже, табл. 1.2 дає чітке уявлення про різні типи цих закладів. Кожен тип має свої особливості та переваги, що робить його більш підходящим для певної аудиторії. Вибір закладу швидкого харчування залежить від таких факторів, як особисті вподобання, час, бюджет, місце розташування та інші.

Отже, класифікація закладів швидкого харчування за асортиментом страв є досить вагомими. Монопродуктові заклади пропонують обмежений асортимент страв одного виду, наприклад, піцерії, пельменні, млинцеві. Їх меню зазвичай зосереджене на одному основному продукті, який може бути представлений у різних варіаціях. Перевагами монопродуктових закладів є простота меню, висока якість страви та доступні ціни.

Універсальні заклади пропонують широкий асортимент страв різних кухонь світу, що робить їх популярними серед людей з різними смаками та вподобаннями. У меню універсальних закладів швидкого харчування можна знайти салати, сендвічі, гамбургери, піцу, страви з м'яса, риби, морепродуктів, а також десерти та напої [28].

Спеціалізовані заклади пропонують страви певної кухні, наприклад, японські ресторани, італійські ресторани, суші-бари. Вони дають можливість спробувати автентичні страви певної країни або регіону.

Щодо закладів швидкого харчування за місцем розташування, то їх за класифікацією є три види. Вбудовані заклади розташовані в торгових центрах, вокзалах, аеропортах. Вони зручні для людей, які знаходяться в цих місцях, адже їм не потрібно витрачати час на пошук їжі [33].

Відокремлені заклади мають окрему будівлю і, як правило, пропонують більш широкий асортимент страв та послуг, ніж вбудовані. Вони можуть мати власні зони відпочинку, дитячі майданчики, парковки.

Мобільні заклади розташовані на фургонах або трейлерах, що робить їх мобільними та гнучкими. Вони можуть переміщатися в різні місця, де є попит на їжу.

За формою обслуговування заклади швидкого харчування з самообслуговуванням. У цих закладах клієнти самі беруть їжу з прилавка, а

потім розраховуються на касі. Це економить час та персонал, а також робить ціни на їжу доступнішими. З обслуговуванням офіціантами – у цих закладах офіціанти приймають замовлення, приносять їжу та напої, а потім розраховують гостей. Це створює більш комфортну та атмосферну атмосферу. З доставкою – заклади пропонують доставку їжі додому або в офіс [24]. Це зручно для людей, які не мають часу або бажання готувати їжу самостійно.

1.2. Сучасні тенденції та перспективи розвитку закладів швидкого харчування в Україні та світовий досвід

На світовому ринку закладів швидкого харчування спостерігаються такі тенденції:

- зростання популярності здорового харчування. Споживачі все більше уваги приділяють здоровому харчуванню, тому заклади швидкого харчування пропонують нові страви з екологічно чистих продуктів, з низьким вмістом жиру, цукру та солі, а також вегетаріанські та веганські страви [21];

- персоналізація меню. Заклади швидкого харчування пропонують можливість персоналізувати замовлення, додаючи або видаляючи інгредієнти, вибираючи різні соуси та гарніри;

- використання технологій. Заклади швидкого харчування використовують мобільні додатки для замовлення їжі онлайн, оплати замовлень, отримання бонусів та персональних пропозицій. Також використовуються термінали самообслуговування та автомати для приготування їжі;

- доставка їжі. Доставка страв із закладів швидкого харчування стає все більш популярною, завдяки сервісам доставки, таким як «Glovo», «Bolt», «Uber Eats» [34];

- зростання популярності етнічних кухонь. Заклади швидкого харчування пропонують страви різних кухонь світу, таких як мексиканська, італійська, японська, китайська, індійська;

- відповідальне ставлення до навколишнього середовища. Заклади швидкого харчування використовують екологічно чисті упаковки, скорочують використання пластику, сортують сміття та компостують харчові відходи.

Враховуючи вплив війни, в Україні спостерігаються такі тенденції:

1. Зростання популярності патріотичних брендів. Споживачі частіше обирають заклади швидкого харчування, які належать українським власникам та використовують українські продукти.

2. Розвиток онлайн-замовлень та доставки. Через мінливу безпекову ситуацію та зручність, онлайн-замовлення та доставка їжі стають все більш популярними.

3. Зменшення кількості закладів. Через війну та економічні проблеми очікується зменшення кількості закладів швидкого харчування в Україні.

4. Зміна формату роботи. Деякі заклади можуть змінити свій формат роботи, наприклад, відкрити магазини продуктів харчування або перейти на формат «to go».

5. Зростання цін. Через зростання цін на продукти харчування та логістичні труднощі, очікується зростання цін на їжу в закладах швидкого харчування [36].

Порівняння тенденцій розвитку закладів швидкого харчування в Україні та світовим досвідом наведена в табл. 1.3.

Таблиця 1.3 – Порівняння тенденцій розвитку закладів швидкого харчування в Україні та світовим досвідом [37]

Показник	Україна	Світовий досвід
Рівень проникнення	Низький (на 1000 жителів припадає близько 10 закладів)	Високий (на 1000 жителів припадає близько 50-100 закладів)
Популярні формати	Фастфуд, кав'ярні	Фастфуд, кав'ярні, ресторани швидкого обслуговування з більш здоровою їжею (casual dining)

Продовження табл. 1.3

Цінова політика	Доступна	Різноманітна (від бюджетних до преміум-сегменту)
Конкурентне середовище	Слаборозвинене	Високо конкурентне
Тенденції розвитку	Зростання популярності здорової їжі, доставка їжі додому, онлайн-замовлення, використання мобільних додатків	Зростання популярності веганської та вегетаріанської їжі, персоналізація меню, використання штучного інтелекту, роботизація
Перспективи розвитку	Зростання ринку, поява нових форматів закладів, посилення конкуренції	Зміна структури ринку, посилення акценту на здорове харчування та індивідуальні потреби споживачів

Отже, в Україні ринок закладів швидкого харчування динамічно розвивається, але все ще знаходиться на стадії становлення. Найбільш популярними форматами є фастфуд та кав'ярні. Цінова політика закладів швидкого харчування в Україні доступна, що робить їх популярними серед населення з різним рівнем доходу. Конкурентне середовище на ринку закладів швидкого харчування в Україні поки що не таке розвинене, як у світі.

Спільні характеристики світового тенденцій та України:

- зміна ставлення споживачів – споживачі все більше уваги приділяють здоровому харчуванню, зручності та екологічності;
- використання нових технологій – заклади швидкого харчування активно використовують мобільні додатки, системи самообслуговування, автомати для приготування їжі та інші технологічні рішення;
- розширення асортименту – меню закладів швидкого харчування стає більш різноманітним, пропонуючи страви різних кухонь світу, а також здорові та еко-френдлі варіанти;
- індивідуальний підхід – заклади швидкого харчування пропонують можливість персоналізувати замовлення, вибираючи інгредієнти, соуси та інші компоненти;
- зростання онлайн-замовлень та доставки – доставка їжі з закладів швидкого харчування стає все більш популярною, завдяки сервісам доставки та онлайн-замовленням [13].

Відмінності світових тенденцій розвитку закладів швидкого харчування і України:

- вміст жиру, цукру та солі – деякі заклади роблять акцент на стравах з низьким вмістом жиру, цукру та солі, відповідаючи тренду на здорове харчування;

- персоналізація – деякі заклади пропонують більш широкі можливості для персоналізації замовлень, наприклад, самостійне збирання страв;

- використання штучного інтелекту – деякі заклади використовують штучний інтелект для персоналізації рекомендацій та автоматизації деяких процесів;

- екологічність – деякі заклади впроваджують екологічні практики, такі як використання еко-упаковок, компостування харчових відходів, етичне вирощування продуктів [34].

Сучасні тенденції розвитку закладів швидкого харчування в Україні та світі свідчать про те, що ці заклади стають більш зручними, різноманітними, екологічними та відповідають потребам сучасних споживачів.

Опис тенденцій світового досвіду розвитку закладів швидкого харчування наведені в табл. 1.4 [29].

Таблиця 1.4 – Світові тенденції розвитку закладів швидкого харчування

Тенденція	Опис	Світовий досвід
Зростання популярності здорового харчування:	Споживачі все більше уваги приділяють здоровому харчуванню, тому заклади швидкого харчування пропонують нові страви з екологічно чистих продуктів, з низьким вмістом жиру, цукру та солі, а також вегетаріанські та веганські страви.	У багатьох країнах світу, наприклад, в США, Великобританії та Німеччині, спостерігається зростання популярності закладів швидкого харчування, які пропонують здорові страви.
Персоналізація меню:	Заклади швидкого харчування пропонують можливість персоналізувати замовлення, додаючи або видаляючи інгредієнти, вибираючи різні соуси та гарніри.	Ця тенденція стає все більш популярною в усьому світі. Наприклад, в США мережа Chipotle дозволяє клієнтам самостійно збирати свої страви з різних інгредієнтів.
Використання технологій:	Заклади швидкого харчування використовують мобільні додатки для замовлення їжі онлайн, оплати замовлень, отримання бонусів та	Використання технологій стає все більш поширеним в закладах швидкого харчування по всьому світу.

Продовження табл. 1.4

	персональних пропозицій. Також використовуються термінали самообслуговування та автомати для приготування їжі.	Наприклад, в Китаї багато закладів використовують системи розпізнавання облич для оплати замовлень.
Доставка їжі:	Доставка їжі з закладів швидкого харчування стає все більш популярною, завдяки сервісам доставки, таким як Glovo, Bolt, Uber Eats.	Доставка їжі з закладів швидкого харчування є дуже популярною в багатьох країнах світу. Наприклад, в США ринок доставки їжі з ресторанів сягає десятків мільярдів доларів.
Зростання популярності етнічних кухонь:	Заклади швидкого харчування пропонують страви різних кухонь світу, таких як мексиканська, італійська, японська, китайська, індійська.	Етнічні кухні стають все більш популярними в усьому світі, тому заклади швидкого харчування пропонують все більше страв з різних країн.
Відповідальне ставлення до навколишнього середовища:	Заклади швидкого харчування використовують екологічно чисті упаковки, скорочують використання пластику, сортують сміття та компостують харчові відходи.	Все більше закладів швидкого харчування у світі переходять на екологічно чисті практики. Наприклад, в Starbucks використовують кавові зерна, вирощені етично, а також еко-упаковки.

Отже, сучасні тенденції розвитку закладів швидкого харчування в Україні та світі свідчать про те, що ці заклади стають все більш різноманітними, зручними та відповідальними.

Споживачі мають широкий вибір страв, що відповідають їхнім смакам та потребам, а заклади використовують сучасні технології та екологічні практики, щоб зробити процес харчування більш комфортним та етичним.

Проаналізуємо перспективи розвитку закладів швидкого харчування в Україні (табл. 1.5).

Таблиця 1.5 – Перспективи розвитку закладів швидкого харчування в Україні [38]

Фактор	Вплив	Перспективи
Вплив війни	- знищення інфраструктури та логістичних ланцюжків; - зменшення платоспроможності населення; - міграція населення.	- відновлення та модернізація інфраструктури; - розвиток онлайн-замовлень та доставки; - зміна формату роботи закладів (наприклад, «to go», магазини продуктів).

Продовження табл. 1.5

Зміна попиту споживачів	- зростання популярності здорового харчування; - персоналізація меню; - зростання попиту на етнічні кухні; - відповідальне ставлення до навколишнього середовища.	- збільшення пропозицій здорових страв; - розширення можливостей для персоналізації замовлень; - більш різноманітне меню з акцентом на етнічні кухні; - впровадження екологічних практик (еко-упаковки, компостування).
Розвиток технологій	- мобільні додатки для замовлень та оплати; - термінали самообслуговування; - автомати для приготування їжі; - штучний інтелект для персоналізації та автоматизації.	- поширення онлайн-замовлень та доставки; - запровадження нових технологій приготування їжі; - використання штучного інтелекту для покращення сервісу та персоналізації.
Конкурентне середовище	- зростання конкуренції з боку нових та іноземних брендів.	- підвищення якості їжі та сервісу; - розширення маркетингових активностей; - фокус на лояльності клієнтів.
Державна політика	- підтримка розвитку малого та середнього бізнесу; - стимулювання інвестицій у галузь; - запровадження норм та стандартів харчування.	- покращення регуляторного середовища; - створення сприятливих умов для ведення бізнесу; - підвищення прозорості та контролю за якістю продукції.

Отже, після закінчення війни очікується поновлення розвитку ринку закладів швидкого харчування в Україні. Заклади, які були змушені закритися, поступово відновлять роботу, з'являться нові заклади швидкого харчування, як українських, так і іноземних брендів. Збільшення кількості закладів призведе до зростання конкуренції, що стимулюватиме заклади пропонувати кращу якість їжі та сервісу. Очікується також впровадження нових технологій та інновацій в роботі закладів швидкого харчування.

В США ринок закладів швидкого харчування є насиченим і конкурентним. Очікується, що зростання популярності здорового харчування та персоналізації меню продовжиться. Також очікується впровадження нових технологій, таких як штучний інтелект для персоналізації рекомендацій та автоматизації деяких процесів [29].

В Китаї ринок закладів швидкого харчування стрімко розвивається. Очікується, що зростання популярності західних кухонь та онлайн-замовлень продовжиться. Також очікується, що заклади швидкого харчування в Китаї будуть все більше уваги приділяти екологічності та відповідальності перед суспільством [29].

Меню закладів швидкого харчування стає все більш різноманітним, пропонуючи страви з різних куточків світу. Ось деякі з причин цієї тенденції:

1. Зростання глобалізації. Люди подорожують більше, ніж будь-коли раніше, і знайомляться з новими кухнями. Це призводить до того, що вони хочуть мати можливість спробувати ці кухні вдома.

2. Зміна смакових уподобань. Споживачі стають більш відкритими до нових смаків та інгредієнтів. Вони шукають нові та цікаві страви, які відрізняються від традиційних пропозицій закладів швидкого харчування.

3. Конкуренція. Ринок закладів швидкого харчування стає все більш насиченим, тому заклади змушені пропонувати більш різноманітне меню, щоб виділитися на тлі конкурентів.

4. Зручність. Завдяки Інтернету та соціальним мережам люди мають доступ до інформації про кухні з усього світу. Це робить їх більш обізнаними та готовими спробувати нові страви [35].

Деякі приклади різноманітних страв, які можна знайти в меню закладів швидкого харчування:

- азіатська кухня: суші, ролли, пад тай, рамен, пельмені;
- латиноамериканська кухня: тако, бурріто, кесадільї, енчіладас;
- близькосхідна кухня: фалафель, хумус, шаурма, кебаб;
- індійська кухня: каррі, тікка масала, самоса, бір'яні;
- італійська кухня: піца, паста, різотто, тірамісу [27].

Ця тенденція ймовірно збережеться в найближчі роки. Заклади швидкого харчування продовжуватимуть пропонувати все більш різноманітне меню, щоб задовольнити потреби та очікування своїх клієнтів.

Важливо зазначити, що не всі заклади швидкого харчування пропонують різноманітні страви. Деякі заклади все ще зосереджуються на традиційних американських стравах, таких як бургери, картопля-фрі та газовані напої.

Однак загальна тенденція йде до більшої різноманітності, що є хорошою новиною для споживачів, які шукають нові та цікаві страви [11].

Отже, в першому розділі було визначено, що заклади швидкого харчування залишаються важливою частиною сфери ресторанного бізнесу, але їм потрібно адаптуватися до нових реалій, щоб відповідати очікуванням сучасних споживачів. Було визначено, що заклади швидкого харчування залишаються важливою частиною сфери ресторанного бізнесу, але їм потрібно адаптуватися до нових реалій, щоб відповідати очікуванням сучасних споживачів, є абсолютно правильним. Заклади швидкого харчування, які зможуть адаптуватися до цих нових реалій, будуть мати успіх у майбутньому. Ці заклади швидкого харчування є прикладом того, як можна успішно адаптуватися до нових реалій ринку. Українським закладам швидкого харчування також потрібно буде адаптуватися до цих нових реалій, щоб залишатися конкурентоспроможними. Світ стрімко змінюється, і заклади швидкого харчування, щоб залишатися конкурентоспроможними, повинні йти в ногу з цими змінами.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ РОЗВИТКУ ЗАКЛАДІВ ШВИДКОГО ХАРЧУВАННЯ В СФЕРІ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ НА ПРИКЛАДІ КАФЕ «СТАРЕ МІСТО»

2.1. Організаційно-економічна характеристика діяльності кафе «Старе місто»

Кафе «Старе місто» розташоване у місті Ладизин, Вінницької області. Заклад знаходиться в старій частині міста Ладизин, розташоване одразу біля Парку Слави. Це означає, що кафе «Старе місто» оточене старовинними будівлями, пам'ятками та мальовничими вуличками. Стара частина міста має пішохідні зони, де заборонений рух автомобілів. Це зробило кафе «Старе місто» ідеальним місцем для прогулянки та відпочинку. Адреса закладу: вул. Карла Маркса, 26 (рис. 1.1).

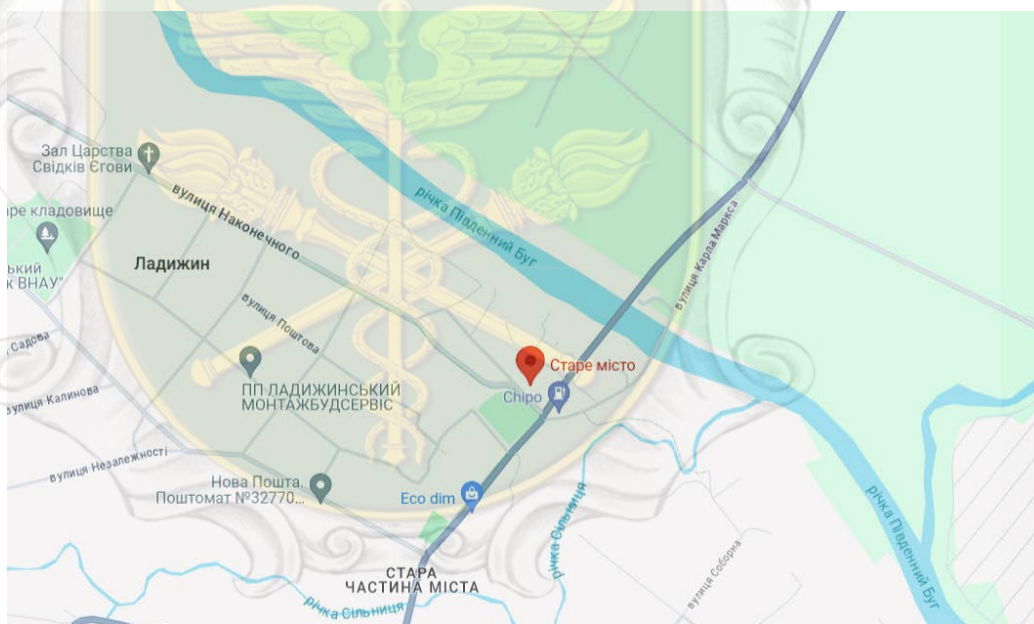


Рисунок 1.1 – Розташування кафе «Старе місто» на мапі міста Ладизин

Кафе «Старе місто» – це не просто місце, де можна втамувати голод, це місце, де можна відчувати атмосферу української гостинності та зануритися в світ автентичних страв. Кафе працює кожного дня з 11.00 до 23.00.

Відвідувачі кафе можуть насолодитися:

- широким вибором страв української та європейської кухні: від традиційних українських вареників та борщу до вишуканих європейських салатів та десертів. Кожна страва готується з найсвіжіших інгредієнтів з любов'ю та майстерністю;

- затишною атмосферою: інтер'єр кафе виконаний в українському стилі, з використанням елементів оздоблення із дерева. Барна стійка нагадує українську стару хижину із солом'яною стріхою (рис. 2.2), а на стінах висять картини з українськими пейзажами та жанровими сценками.



Рисунок 2.2 – Інтер'єр кафе «Старе місто» у місті Ладизин

Наведений на рис. 2.2 інтер'єр створює затишну та домашню атмосферу, де можна розслабитися та відпочити від повсякденної метушні;

- привітним та уважним персоналом: офіціанти кафе «Старе місто» завжди раді допомогти вам з вибором страв та напоїв, а також розкажуть про історію української кухні та традиції;

- широким вибором напоїв: в кафе представлений широкий вибір алкогольних та безалкогольних напоїв, включаючи українські вина, пиво та горілку.

Наведемо концептуальні характеристики кафе «Старе місто» (табл. 2.1).

Таблиця 2.1 – Концептуальні характеристики кафе «Старе місто»

Характеристика	Опис закладу
Назва	Кафе «Старе місто»
Тип закладу	Кафе
Кухня	Українська, європейська
Цільова аудиторія	Місцеві жителі, туристи, сімейні групи, ділові люди
Конкурентні переваги	Затишна атмосфера, привітний персонал, доступні ціни, широкий вибір страв, зручне розташування
Маркетингова стратегія	Реклама в місцевих ЗМІ, участь у місцевих заходах
Інтер'єр	Український стиль, використання елементів з дерева, барна стійка в стилі української хижини
Атмосфера	Затишна, домашня, автентична
Меню	Широкий вибір страв української та європейської кухні
Ціни	Доступні
Обслуговування	Привітне, швидке
Додаткові послуги	Організація банкетів та святкових заходів

Недоліком є відсутність сторінок у соціальних мережах (для прикладу Instagram та Facebook) та веб-сайту.

У наш час багато людей шукають інформацію про кафе та ресторани в Інтернеті. Якщо у кафе «Старе місто» немає сторінок у соціальних мережах та веб-сайту, то воно може втратити багато потенційних клієнтів, які не зможуть знайти інформацію про заклад.

Соціальні мережі та веб-сайт – це чудовий спосіб спілкуватися з клієнтами. Завдяки цим каналам кафе «Старе місто» може публікувати фотографії їжі, інформацію про меню, акції та події, а також відповідати на запитання та відгуки клієнтів.

Соціальні мережі та веб-сайт – це ефективні інструменти для просування кафе. Завдяки цим каналам кафе «Старе місто» може розміщувати

рекламу, брати участь у конкурсах та розіграшах, а також співпрацювати з інфлюенсерами. Також відсутність сторінок у соціальних мережах та веб-сайту може створити враження, що кафе «Старе місто» не йде в ногу з часом і не цінує своїх клієнтів.

Отже, кафе «Старе місто» є ідеальним місцем для:

1. Відпочинку з друзями та родиною: затишна атмосфера та смачна їжа створюють чудові умови для того, щоб провести час з близькими людьми.
2. Ділових зустрічей: кафе «Старе місто» можна орендувати для проведення ділових зустрічей та переговорів.
3. Романтичного побачення: затишна атмосфера та приглушене освітлення створюють романтичну атмосферу для побачення.
4. Святкування: в кафе «Старе місто» можна провести будь-яке свято: день народження, весілля, корпоратив та ін.

Кафе «Старе місто» є приватним підприємством. Засновником та директором закладу є Бондарець Олександр Іванович (Фізична особа-підприємець Бондарець Олександр Іванович). У кафе працює 11 співробітників, включаючи кухарів, офіціантів, барменів та адміністратора.

Організаційна структура управління даним кафе є лінійно-функціональною (рис. 2.3).

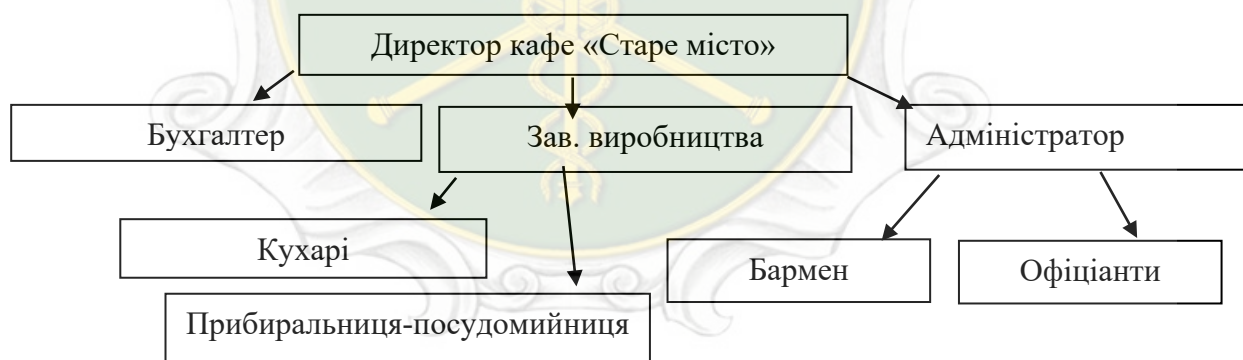


Рисунок 2.3 – Організаційна структура кафе «Старе місто»

Отже, згідно рис. 2.3 видно, що у кафе «Старе місто» працюють наступні працівники:

- директор – 1;
- бухгалтер – 1;
- зав. виробництвом – 1;
- адміністратор – 1;
- кухарі – 3;
- бармен – 1;
- офіціант – 2;
- прибиральниця-посудомийниця – 1.

Всього в кафе «Старе місто» працює 11 осіб.

Загалом, структура персоналу кафе «Старе місто» збалансована та відповідає потребам закладу. Ось деякі спостереження щодо структури персоналу:

1. Керівна ланка: в кафе «Старе місто» є директор, який відповідає за загальне керівництво закладом, бухгалтер, який веде бухгалтерський облік, та завідувач виробництвом, який відповідає за роботу кухні та за постачання сировини.

2. Обслуговуючий персонал: у кафе «Старе місто» є 3 кухарі, які готують страви закладу, 1 бармен, який готує змішані напої, та 2 офіціанти, які обслуговують відвідувачів закладу.

3. Допоміжний персонал: у кафе «Старе місто» є 1 прибиральниця-посудомийниця, яка відповідає за чистоту приміщення та миття столового та кухонного посуду.

Додаткові послуги кафе «Старе місто» у Ладижині:

- проведення банкетів та святкових заходів;
- доставка їжі та напоїв додому;
- надання комплексних обідів;
- проведення поминальних обідів (у закладі та на виїзд).

Аналіз основних показників діяльності кафе «Старе місто» наведено в табл. 2.2.

Таблиця 2.2 – Аналіз основних показників діяльності кафе «Старе місто», 2021-2023 рр.

Найменування показника, тис. грн.	2021	2022	2023	Відхилення 2023/2022 рр	
				тис. грн.	%
Виручка від реалізації страв та послуг у кафе «Старе місто»	1410	1 256,40	1386,6	130,20	110,4
Собівартість реалізації страв та послуг у кафе	900	1 180,10	1005,2	-174,90	85,2
Матеріальні витрати кафе	6,1	5,2	1	-4,20	19,2
Витрати на оплату праці в кафе і соціальні заходи	10,2	11,3	18,2	6,90	161,1
Інші витрати кафе «Старе місто»	0,6	0,5	2,1	1,60	420,0
Прибуток (збиток) від реалізації у кафе	493,1	59,30	360,10	300,80	607,3
Інші операційні доходи кафе	9,5	10,9	8,5	-2,40	78,0
Інші операційні витрати кафе	10,3	17,3	24,5	7,20	141,6
Прибуток (збиток) від фінансово-господарської діяльності кафе	492,3	52,9	344,1	291,20	650,5
Інші позареалізаційні доходи кафе	0	0	0	0,00	0,0
Інші позареалізаційні витрати кафе	0	0	0	0,00	0,0
Чистий прибуток (збиток) звітного періоду кафе «Старе місто»	492,3	52,9	344,1	291,20	650,5

Отже, аналізуючи табл. 2.2 спостерігається значне падіння виручки від реалізації у 2022 році на 15,36% (з 1410 тис. грн. до 1256,40 тис. грн.). Це падіння може бути пов'язане з низкою факторів, спричинених військовим станом в Україні, таких як: зменшення туристичного потоку, зниження купівельної спроможності населення, переміщення значної частини населення з зон активних бойових дій, виїзд населення за кордон, введення комендантської години та обмежень на пересування, зростання цін на продукти харчування та інші товари.

Незважаючи на падіння у 2022 році, у 2023 році спостерігається відновлення зростання виручки на 10,4% (з 1256,40 тис. грн. до 1386,6 тис. грн.). Це може свідчити про поступову адаптацію бізнесу до нових умов та

відновлення попиту на послуги кафе «Старе місто». Однак, темпи зростання виручки у 2023 році значно нижчі, ніж у 2021 році (110,4% проти 141%).

Спостерігається значне зростання витрат на оплату праці в 2023 році на 61,1% (з 11,3 тис. грн. до 18,2 тис. грн.). Це може бути пов'язане зі зростанням рівня заробітної плати у сфері харчування, зменшенням кількості працівників на ринку, введенням мінімальної заробітної плати.

Також, спостерігається значне зростання інших витрат кафе на 420% (з 0,5 тис. грн. до 2,1 тис. грн.). Це може бути пов'язане з: зростанням цін на енергоносії, продукти харчування та інші товари, збільшенням витрат на рекламу та маркетинг, введенням додаткових заходів безпеки.

Незважаючи на відновлення зростання виручки, чистий прибуток кафе «Старе місто» у 2023 році значно нижчий, ніж у 2022 році на 34,8% (з 52,9 тис. грн. до 344,1 тис. грн.). Це може свідчити про те, що зростання витрат кафе випереджає темпи зростання виручки.

Військовий стан в Україні суттєво вплинув на діяльність кафе «Старе місто», спричинивши падіння виручки, зміну структури витрат та зниження чистого прибутку. Однак, кафе демонструє стійкість до негативних факторів та поступово відновлює свої позиції на ринку.

2.2. Оцінка маркетингової діяльності та аналіз меню досліджуваного закладу

Для проведення комплексної оцінки маркетингової діяльності кафе «Старе місто» необхідно проаналізувати наступні аспекти:

1. Цільова аудиторія.
2. Конкурентний аналіз.
3. Маркетинговий комплекс.
4. SWOT-аналіз:

Цільовою аудиторією кафе «Старе місто» є:

1. Місцеві жителі:

- кафе користується популярністю серед жителів Ладизина, які шукають місце, де можна смачно поїсти та приємно провести час;

2. Туристи та приїжджі у місто Ладизин:

- кафе також відвідують туристи, які приїжджають до Ладизина.

Це місце є чудовою можливістю познайомитися з українською кухнею та культурою;

3. Сімейні пари:

- затишна атмосфера кафе робить його ідеальним місцем для сімейного відпочинку;

4. Ділові люди:

- кафе також підходить для ділових зустрічей та переговорів.

Оцінка кафе «Старе місто» на Google map міста Ладизин (рис. 2.4).

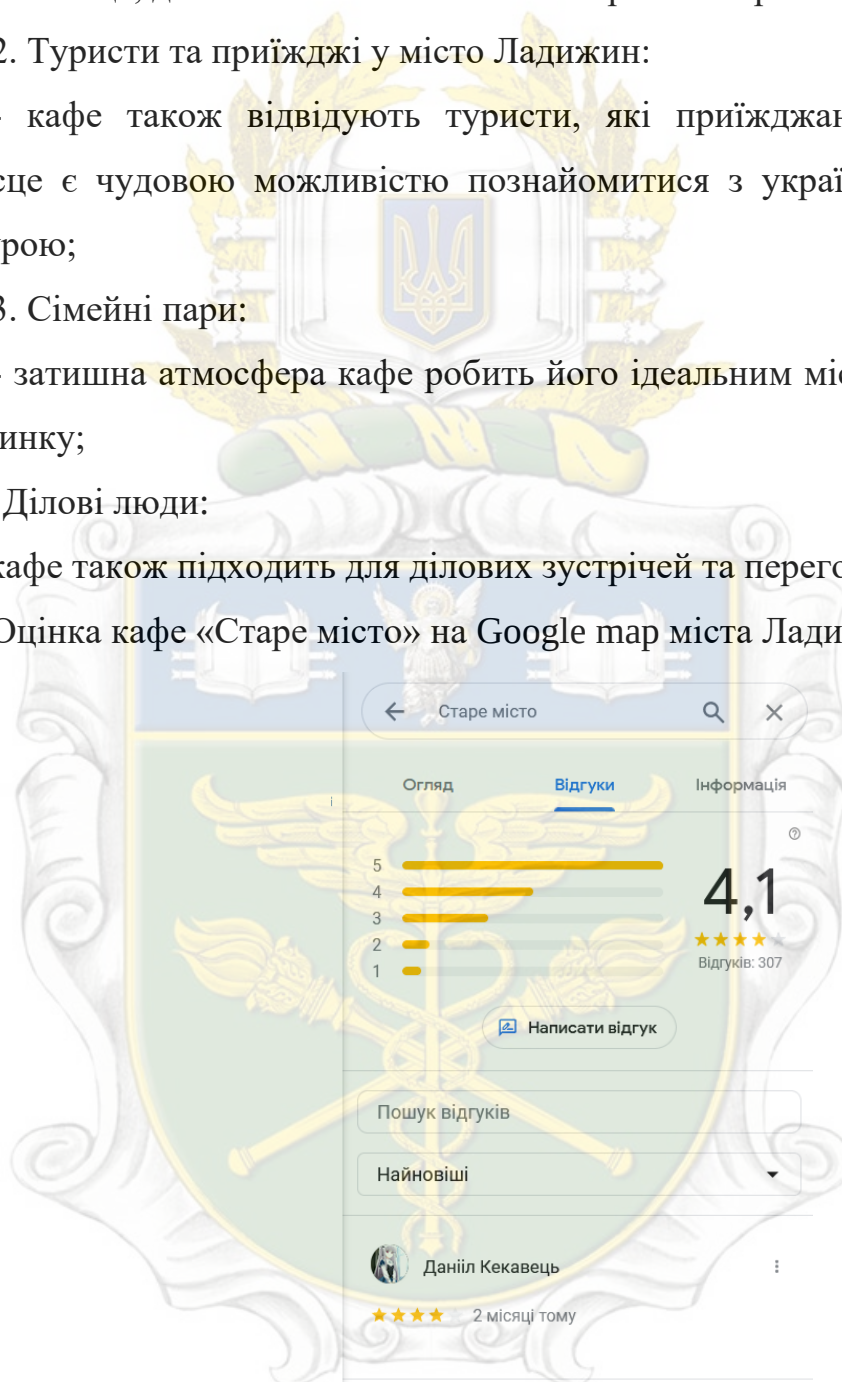


Рисунок 2.4 – Оцінка кафе «Старе місто» на Google map міста Ладизин

Оцінка кафе «Старе місто» на Google map міста Ладизин за відгуками відвідувачів закладу становить 4,1 із 5 можливих. Загальна кількість відгуків – 307.

Така оцінка свідчить про те, що кафе «Старе місто» в Ладжині має гарну репутацію серед відвідувачів.

Кількість відгуків: 307 відгуків – це досить значна кількість, яка дає нам уявлення про досвід багатьох людей.

Середня оцінка: 4,1 з 5 – це висока оцінка, яка свідчить про те, що більшість відвідувачів задоволені кафе.

Важливо також подивитися на розподіл оцінок. Кількість людей, які поставили кафе:

5 зірок – 155 відвідувачів;

4 зірки – 77 відвідувачів;

3 зірки – 50 відвідувачів;

2 зірки – 15 відвідувачів;

1 зірка – 10 відвідувачів.

Аналіз розподілу оцінок кафе «Старе місто» на Google Maps дає нам більш детальне уявлення про те, що думають про нього відвідувачі:

Більшість людей ($155 + 77 = 232$) поставили кафе 4 або 5 зірок. Це свідчить про те, що переважна більшість відвідувачів задоволені кафе.

Тільки 25 людей ($50 + 15 + 10 = 75$) поставили кафе 3 зірки або менше. Це свідчить про те, що кафе має мало незадоволених клієнтів.

Найбільшу кількість оцінок (155) отримали 5 зірок. Це свідчить про те, що багато людей вважають кафе «Старе місто» винятковим закладом.

Відвідувачі кафе «Старе місто» цінують його за:

1. Якість їжі та напоїв. Це свідчить про те, що кафе «Старе місто» використовує свіжі інгредієнти та готує страви на високому рівні.

2. Обслуговування. Це свідчить про те, що персонал кафе «Старе місто» дружелюбний, уважний та професійний.

3. Атмосферу. Це свідчить про те, що кафе «Старе місто» має затишну та приємну атмосферу.

Було проведено опитування відвідувачів ресторану «Старе місто». Деякі відвідувачі кафе «Старе місто» бажали б покращити наступне (2.5).

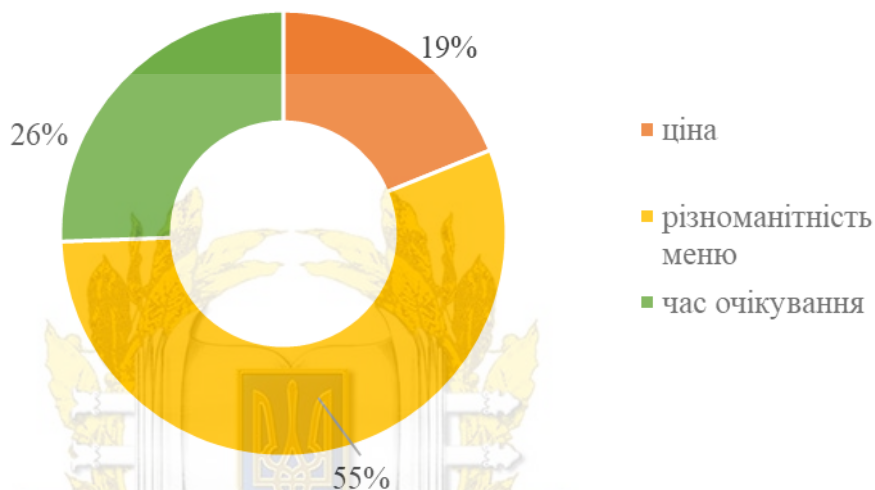


Рисунок 2.5 – Відповідь відвідувачів на те, що б хотіли покращити в кафе «Старе місто»

Отже, 17% хотіли б покращити ціну. Це свідчить про те, що деякі люди вважають ціни в кафе «Старе місто» трохи завищеними. 55% відвідувачів хотіли б різноманітність меню. Це свідчить про те, що деякі люди хотіли б бачити більше страв у меню. 23% хотіли б змінити час очікування. Це свідчить про те, що деякі люди стикалися з довгими часами очікування на їжу або напої.

На сайті Restaurant Guru висвітлено рейтинг закладів ресторанного господарства у місті Ладизжин. Кафе «Старе місто» в даному рейтингу на 12 місці (рис. 2.6).

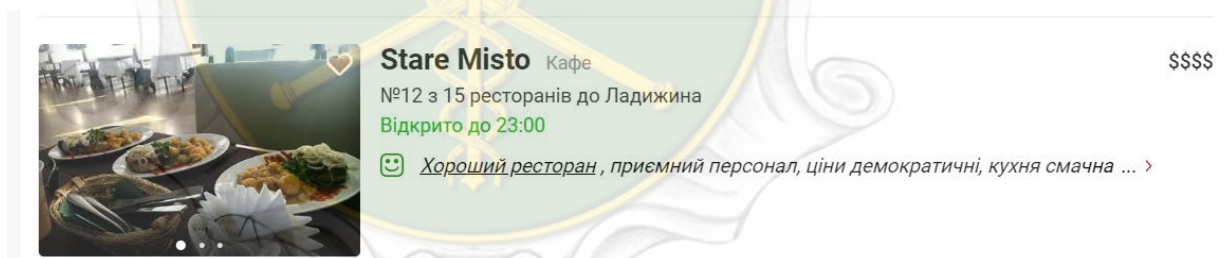


Рисунок 2.6 – Рейтинг кафе «Старе місто» на сайті Restaurant Guru [40]

Детально проаналізуємо дані заклади, які можна вважати конкурентами для кафе «Старе місто» (табл. 2.3).

Таблиця 2.3 – Рейтинг топ-15 закладів ресторанного господарства міста Ладизин [40]

Рейтинг	Назва	Тип закладу	Час роботи	Відгуки
1	Ресторан-готель «Ковчег»	Ресторан, Паб та бар	До 23:00	Хороший ресторан, ціни «кусаються»
2	Comorra-Guest House	Ресторан, Коктейль-бар, Клуб, Кафе	До 23:00	Малий асортимент страв у меню
3	Kafe-Shashlychna «Leon»	Ресторан	До 23:00	Вишуканий інтер'єр, смачна кухня
4	Elektron	Ресторан	Закритий	-
5	S&L	Кафе, Піца, Ресторан, Суші, Кав'ярня	До 21:30	Дуже смачні суші, великий вибір піц, швидка доставка страв додому
6	Смачна хата	Ресторан	До 23:00	Приємний персонал
7	Sushi Bar In' Yan'	Суші, Паб та бар, Ресторан	До 21:00	Хороший сервіс, але довго очікувати замовлення
8	Kvartal	Ресторан	Закритий	-
9	Студія смаку LOFT	Кафе	До 22:00	Підходить для вегетаріанців
10	Гриль-бар «Гараж» GBG	Паб та бар, Барбекю	До 23:00	Very very good restaurant
11	Піцерія «Форум»	Піца	До 22:00	Непривітний персонал, довге очікування замовлення
12	Старе місто	Кафе	До 23:00	Хороший ресторан, приємний персонал, ціни дещо завищені, кухня смачна
13	Kafe-Bar «Мумуно»	Кафе	До 23:00	The best restaurant in Ladyzhan
14	Doner Market	Фастфуд, ресторан	До 22:00	Несмачно
15	Etazh	Кафе, Суші, Паб та бар, Ресторан	До 23:00	Найкращі суші в місті

Отже, в даному рейтингу кафе «Старе місто» на 12 місці, але має позитивні відгуки від відвідувачів. Кафе «Старе місто» – це чудове місце, де можна смачно поїсти, приємно провести час та познайомитися з українською кухнею та культурою. Завдяки своїм доступним цінам, якісному обслуговуванню та затишній атмосфері кафе користується популярністю як серед місцевих жителів, так і серед туристів.

Проведемо SWOT-аналіз діяльності кафе «Старе місто» (табл. 2.4).

Таблиця 2.4 – SWOT-аналіз діяльності кафе «Старе місто»

Фактор	Опис
Сильні сторони	- гарна репутація (4,1 зірки на Google Maps, 307 відгуків); - приємний персонал; - смачна їжа; - демократичні ціни; - затишна атмосфера
Слабкі сторони	- невелике меню; - відсутність маркетингового бюджету; - відсутність сторінок у соцмережах
Можливості	- додати нові страви до меню; - інвестувати в маркетинг; - створити сторінки у соціальних мережах; - проводити акції та спеціальні пропозиції
Загрози	- конкуренція (багато інших кафе в Ладжині); - економічна нестабільність; - зміна смаків споживачів

Отже, кафе «Старе місто» має багато сильних сторін, таких як гарна репутація, приємний персонал, смачна їжа та демократичні ціни. Проте кафе також має деякі слабкі сторони, такі як невелике меню та відсутність маркетингового бюджету.

Щоб подолати ці слабкі сторони та скористатися можливостями, кафе «Старе місто» може розширити час роботи, додати нові страви до меню, інвестувати в маркетинг, створити сторінки закладу у соціальних мережах та проводити акції та спеціальні пропозиції. Важливо також постійно стежити за конкуренцією та змінами смаків споживачів, щоб залишатися конкурентоспроможним.

Далі проаналізуємо меню кафе «Старе місто» (табл. Г.1, Додаток Г).

На основі меню та обсягів продажу по стравам, розробимо АВС-аналіз страв у меню (табл. 2.5).

Таблиця 2.5 – АВС-аналіз меню кафе «Старе місто»

Категорія	Назва страви	Ціна (грн)	Відсоток продажів	Група
Холодні страви та закуски	Сало з часником	50	4.2%	С
	Мариновані гриби	60	5.1%	С
	Оселедець з цибулею	45	3.8%	С

Продовження табл. 2.5

	М'ясна тарілка	120	10.2%	В
	Сирна тарілка	100	8.5%	В
	Вареники з вишнею	60	5.1%	С
	Наливки (вишнева, медова)	50	4.2%	С
Перші страви	Борщ український	75	6.4%	В
	Юшка з риби	80	6.8%	В
	Капусняк	65	5.6%	С
	Грибна юшка	70	6.0%	В
Основні страви	Котлети по-київськи	95	8.1%	А
	М'ясо по-французьки	85	7.3%	А
	Риба по-одеськи	100	8.5%	А
	Вареники з картоплею та грибами	65	5.6%	С
	Тушкована картопля з м'ясом	70	6.0%	В
Десерти	Сирники з родзинками	50	4.2%	С
	Млинці з м'ясом та сиром	80	6.8%	В
	Наполеон	75	6.4%	В
	Вертута з вишнею	40	3.4%	С
	Компот	30	2.6%	С

Отже, 10 страв (84%) входять до груп А та В, що свідчить про те, що вони є найпопулярнішими та приносять найбільший прибуток у кафе «Старе місто». 11 страв (16%) входять до групи С, що свідчить про те, що вони є менш популярними та приносять менший прибуток даному кафе. Найпопулярнішими категоріями є у кафе «Старе місто» є основні страви, перші страви та десерти.

Отже, визначаємо найприбутковіші страви в меню кафе «Старе місто», щоб оптимізувати асортимент та максимізувати прибуток (табл. 2.6).

Таблиця 2.6 – Визначення найприбутковіших страв у меню кафе «Старе місто»

Група	Страви	Кількість страв	Загальний дохід	Кумулятивний дохід
А	Котлети по-київськи, М'ясо по-французьки, Риба по-одеськи	3	3000	3000

Продовження табл. 2.6

В	Борщ український, Юшка з риби, Капусняк, М'ясна тарілка, Сирна тарілка, Вареники з картоплею та грибами, Тушкована картопля з м'ясом	7	2250	5250
С	Сало з часником, Мариновані гриби, Оселедець з цибулею, Вареники з вишнею, Наливки, Грибна юшка, Сирники з родзинками, Млинці з м'ясом та сиром, Наполеон, Вертута з вишнею, Компот	11	1500	6750

Отже, Група А: Ці 3 страви складають 45% меню кафе «Старе місто», але генерують 80% загального доходу. Їх слід пріоритезувати, пропонуючи в зручний час, роблячи акцент на рекламі та забезпечуючи високу якість.

Група В: Ці 7 страв складають 55% меню та генерують 15% загального доходу кафе «Старе місто». Їх можна зберегти в меню, адже вони приносять певний прибуток і можуть задовольнити різні смаки клієнтів.

Група С: Ці 11 страв складають 45% меню, але генерують лише 5% загального доходу. Їх можна розглянути для виключення з меню, адже вони не є дуже прибутковими для кафе «Старе місто».

Далі, варто доповнити ABC-аналіз XYZ-аналізом, щоб отримати більш комплексну картину прибутковості та стійкості страв у кафе «Старе місто» (Додаток Д). Також було визначено етапи життєвого циклу кожної страви в меню та прийняти відповідні рішення щодо її подальшого розвитку у кафе «Старе місто» (Додаток Ж).

Отримані дані з проведених аналізів сформуємо у табл. 2.7.

Таблиця 2.7 – Методи XYZ-аналіз та метод аналізу життєвого циклу страв з меню кафе «Старе місто»

Метод	Результати
XYZ-аналіз	Група Х: Котлети по-київськи, М'ясо по-французьки (стійкі до попиту, високий вплив на прибуток). Група Y: Борщ український, Юшка з риби, Капусняк (стійкі до попиту, середній вплив на прибуток). Група Z: Вареники з вишнею, Наливки, Грибна юшка, Сирники з родзинками, Млинці з м'ясом та сиром, Наполеон, Вертута з вишнею, Компот (нестійкі до попиту, низький вплив на прибуток).

Продовження табл. 2.7

Аналіз життєвого циклу	Етап введення: Риба по-одеськи (нова страва, потребує реклами та просування). Етап зростання: Котлети по-київськи, М'ясо по-французьки (приносять високий прибуток, потребують підтримки попиту). Етап зрілості: Борщ український, Юшка з риби, Капусняк (стабільні продажі, потребують контролю якості). Етап спаду: Сало з часником, Мариновані гриби, Оселедець з цибулею, Вареники з вишнею, Наливки, Грибна юшка, Сирники з родзинками, Млинці з м'ясом та сиром, Наполеон, Вертута з вишнею, Компот (низькі продажі, потребують перегляду).
------------------------	--

Отже, зосередитися на просуванні страв з групи А та Х: використовувати рекламу, акції та спеціальні пропозиції, щоб збільшити їх продажі. Проаналізувати причини низьких продажів страв з групи С та Z: можливо, вони не відповідають смакам клієнтів або занадто дорогі. А також можливо розробити сезонне меню: це допоможе урізноманітнити асортимент та залучити нових клієнтів до кафе «Старе місто», слідкувати за трендами в ресторанному бізнесі та вносити відповідні зміни до меню.

Отже, в другому розділі було проаналізовано роботу кафе «Старе місто» у місті Ладизин. Використовуючи сучасні методи (ABC, XYZ, життєвого циклу), було визначено найприбутковіші страви, страви з середнім доходом та страви, які втрачають популярність. На основі цих даних було надано рекомендації щодо оптимізації меню. Було оцінено рівень цін на страви в порівнянні з конкурентами та собівартість продукції. На основі цього аналізу було надано рекомендації щодо коригування цін. Було досліджено маркетингові стратегії, які використовує кафе, та їх ефективність. На основі цього аналізу було надано рекомендації щодо покращення маркетингової діяльності. Було оцінено кваліфікацію та досвід персоналу, а також рівень обслуговування клієнтів. На основі цього аналізу було надано рекомендації щодо покращення роботи персоналу. Було проаналізовано доходи, витрати та прибуток кафе. На основі цього аналізу було надано рекомендації щодо покращення фінансових показників.

РОЗДІЛ 3

РОЗРОБКА ПРОПОЗИЦІЙ ЩОДО ПЕРСПЕКТИВ РОЗВИТКУ ЗАКЛАДІВ ШВИДКОГО ХАРЧУВАННЯ В СФЕРІ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ НА ПРИКЛАДІ КАФЕ «СТАРЕ МІСТО»

3.1. Визначення стратегічних напрямків розвитку кафе «Старе місто»

Кафе «Старе місто» – це заклад, який пропонує українську та європейську кухню. На відміну від закладів швидкого харчування, кафе «Старе місто» позиціонує себе як місце, де можна не лише швидко перекусити, але й насолодитися смачною їжею в приємній атмосфері.

У цьому розділі будуть запропоновані перспективні напрямки розвитку кафе «Старе місто», з урахуванням його позиціонування та особливостей.

Впровадження концепції закладів швидкого харчування в кафе «Старе місто» може допомогти йому збільшити охоплення клієнтів, підвищити рентабельність та стати більш конкурентоспроможним на ринку.

Переваги впровадження концепції закладів швидкого харчування:

1. Збільшення охоплення гостей закладу: заклади швидкого харчування користуються популярністю у людей, які мають мало часу на їжу. Впровадження цієї концепції дозволить кафе «Старе місто» залучити нових відвідувачів, які шукають швидкий та зручний спосіб поїсти.

2. Підвищення рентабельності: заклади швидкого харчування, як правило, мають більш високу рентабельність, ніж традиційні ресторани. Це пов'язано з тим, що вони мають нижчі витрати на персонал, оренду та інші операційні витрати.

3. Збільшення конкурентоспроможності: на ринку ресторанного харчування міста Ладизин зростає конкуренція. Впровадження концепції

закладів швидкого харчування допоможе кафе «Старе місто» залишатися конкурентоспроможним та залучати нових відвідувачів.

Недоліки впровадження концепції закладів швидкого харчування:

1. Зниження якості їжі: заклади швидкого харчування, як правило, пропонують страви, які не такі якісні, як в традиційних ресторанах. Це може призвести до втрати відвідувачів, які цінують якісну їжу у кафе «Старе місто».

2. Зміна іміджу: кафе «Старе місто» має позитивну репутацію як заклад, який пропонує смачну та якісну їжу. Впровадження концепції закладів швидкого харчування може змінити цей імідж і призвести до втрати відвідувачів, які цінують затишну атмосферу та приємне обслуговування.

Рекомендації щодо впровадження концепції закладів швидкого харчування:

- зберегти якість їжі: важливо, щоб кафе «Старе місто» зберегло свою репутацію закладу, який пропонує смачну та якісну їжу. Для цього кафе може використовувати свіжі, якісні продукти та готувати їжу за традиційними рецептами;

- зберегти затишну атмосферу: кафе «Старе місто» має затишну атмосферу, яка подобається багатьом відвідувачам. Важливо, щоб кафе зберегло цю атмосферу, навіть після впровадження концепції закладів швидкого харчування;

- запропонувати нові послуги: кафе «Старе місто» може запропонувати нові послуги, які зацікавлять клієнтів, які шукають швидкий та зручний спосіб поїсти. Це може бути, наприклад, доставка їжі, онлайн-замовлення, або самообслуговування;

- слідувати за трендами: ринок ресторанного харчування постійно змінюється. Важливо, щоб кафе «Старе місто» слідувало за трендами та пропонувало своїм клієнтам те, що їм дійсно потрібно.

Впровадження концепції закладів швидкого харчування може допомогти кафе «Старе місто» збільшити охоплення клієнтів, підвищити рентабельність та стати більш конкурентоспроможним на ринку. Однак важливо, щоб кафе

зберегло свою репутацію закладу, який пропонує смачну та якісну їжу, а також затишну атмосферу.

Розробимо стратегічні напрямки розвитку кафе «Старе місто» з направленням на заклади швидкого харчування (табл. 3.1).

Таблиця 3.1 – Стратегічні напрямки розвитку кафе «Старе місто» з направленням на заклади швидкого харчування

Напрямок розвитку	Опис	Мета	Завдання	Ресурси	Термін викон.
Розширення асортименту	Додати нові страви, які відповідають концепції закладів швидкого харчування (бургерів, хот-доги, сендвічі, салати, картопля фрі тощо).	Збільшити охоплення клієнтів та підвищити рентабельність.	- Розробити нове меню. - Провести дегустацію нових страв. - Оновити обладнання.	- Фінансув. - Персонал. - Кухонні приміщення.	3 місяці
Оптимізація цін	Встановити доступні ціни на нові страви, щоб зробити їх конкурентоспроможними.	Збільшити кількість замовлень.	- Провести аналіз цін конкурентів. - Розрахувати собівартість нових страв. - Встановити оптимальні ціни.	- Фінансув. - Персонал.	1 місяць
Впровадження нових технологій	Використовувати сучасні технології для автоматизації процесів (онлайн-замовлення, самообслуговування, доставка їжі).	Збільшити зручність для клієнтів та підвищити рентабельність.	- Придбати програмне забезпечення. - Оновити обладнання. - Навчити персонал.	- Фінансув. - Персонал. - Технічне обслугов.	6 місяців
Маркетинг та просування	Провести рекламну кампанію, щоб повідомити клієнтам про нове меню та послуги.	Збільшити обізнаність про кафе та залучити нових клієнтів.	- Розробити рекламну стратегію. - Вибрати рекламні канали. - Створити рекламні матеріали.	- Фінансув. - Маркет. персонал.	2 місяці
Підвищення якості обслуговування	Навчити персонал працювати згідно з стандартами закладів швидкого харчування (швидкість, ввічливість, чистота).	Забезпечити приємний досвід для клієнтів та підвищити лояльність до бренду.	- Провести тренінги для персоналу. - Розробити стандарти обслуговування. - Контролювати якість обслуговування.	- Персонал. - Фінансув.	1 місяць

У даній таблиці представлено п'ять напрямків розвитку кафе «Старе місто» з направленням на заклади швидкого харчування. Кожен напрямок має опис, мету, завдання, необхідні ресурси та термін виконання.

Всі п'ять напрямків розвитку спрямовані на досягнення двох ключових цілей: збільшення охоплення клієнтів та підвищення рентабельності. Для досягнення цих цілей передбачено комплекс заходів, які охоплюють різні аспекти роботи кафе «Старе місто»: розширення асортименту, оптимізацію цін, впровадження нових технологій, маркетинг та просування, а також підвищення якості обслуговування. Для реалізації цих заходів кафе «Старе місто» потребуватиме значних ресурсів: фінансових, кадрових, технічних та маркетингових. Терміни виконання заходів варіюються від 1 до 6 місяців.

Розробимо нове додаткове меню для кафе «Старе місто» (табл. 3.2)

Таблиця 3.2 – Нове додаткове меню для кафе «Старе місто»

Назва страви	Опис	Інгредієнти	Ціна
Бургер «Старе місто»	Соковитий яловичий біфштекс на свіжій булочці з сиром чеддер, маринованими огірками, цибулею, салатом та соусом BBQ.	Яловичий фарш, булочка для бургерів, сир чеддер, мариновані огірки, цибуля, салат, соус BBQ.	80грн
Хот-дог «Класичний»	Варена ковбаса в хрусткій булочці з кетчупом, гірчицею та маринованими огірками.	Варена ковбаса, булочка для хот-дога, кетчуп, гірчиця, мариновані огірки.	50грн
Сендвіч «Вегетаріанський»	Смачний сендвіч з сиром фета, свіжими овочами (огірками, помідорами, салатом) та соусом песто на цільнозерновому хлібі.	Сир фета, огірки, помідори, салат, соус песто, цільнозерновий хліб.	75грн
Хот-дог «Український»	Сосиска з свинини та яловичини, хрусткий багет, маринована цибуля, кетчуп	Сосиска з свинини та яловичини, багет, цибуля, оцет, цукор, сіль, перець, кетчуп	60грн
Сендвіч «Класичний»	Шинка, сир, помідор, салат, майонез, хрусткий багет	Шинка, сир, помідор, салат, майонез, багет	55грн
Картопля фрі	Хрустка картопля фрі, обсмажена у фритюрі до золотистого кольору.	Картопля.	40грн

У цій таблиці представлено п'ять нових страв, які кафе «Старе місто» може пропонувати своїм клієнтам. Кожна страва має опис, інгредієнти та ціну.

Нове меню включатиме широкий спектр страв: бургери, хот-доги, сендвічі та картоплю фрі. Ціни на страви доступні: найдорожча страва (сендвіч «Вегетаріанський») коштує 75 грн, а найдешевша (картопля фрі) – 40 грн. Всі страви готуються з простих та доступних інгредієнтів.

Нове меню відповідає концепції закладів швидкого харчування: страви прості, смачні, ситні та доступні за ціною. Для прикладу розробимо рекламне оголошення про нове доповнене меню у закладі (рис. 3.1).



Рисунок 3.1 – Рекламне оголошення про нове доповнене меню у кафе «Старе місто»

Додаткові пропозиції:

1. Кафе «Старе місто» може запропонувати комбо-набори: це може бути вигідна пропозиція для клієнтів, які хочуть поїсти комплексно.

Приклади комбо-наборів:

Бургер-набір: бургер «Старе місто», картопля фрі та напій (кола, сік, вода) – 80 грн.

Хот-дог-набір: хот-дог «Класичний», картопля фрі та напій (кола, сік, вода) – 65 грн.

Сендвіч-набір: сендвіч «Класичний», салат та напій (чай, кава, вода) – 65 грн.

Вегетаріанський набір: сендвіч «Вегетаріанський», салат та напій (чай, кава, вода) – 70 грн.

Сімейний набір: 2 бургери «Старе місто», 2 порції картоплі фрі, 2 напої (кола, сік, вода) – 150 грн.

Для реклами комбо-меню можна використовувати логотип, який у випадку доставки страв може слугувати як логотип на упаковці (табл. 3.2).



Рисунок 3.2 – Логотип нового доповнено меню для кафе «Старе місто»

2. Сезонні страви: це може допомогти кафе «Старе місто» урізноманітнити меню та зацікавити клієнтів.

3. Вегетаріанські та веганські страви: це може залучити нових клієнтів, які дотримуються цих принципів харчування.

4. Відстеження попиту на нові страви: це допоможе кафе «Старе місто» зрозуміти, які страви подобаються клієнтам, а які ні.

5. Внесення коректив до меню: це може допомогти кафе оптимізувати меню та зробити його більш рентабельним.

Впровадження нових страв може допомогти кафе «Старе місто» залучити нових клієнтів, збільшити обіг та підвищити рентабельність.

Соціальні мережі – це чудовий спосіб для кафе «Старе місто» просувати своє нове меню, залучати нових клієнтів та підвищувати лояльність існуючих. Даному закладу необхідно створити сторінки у соціальних мережах (табл. 3.3).

Таблиця 3.3 – Створення сторінок у соціальних мережах для кафе «Старе місто»

Розділ	Instagram	Facebook
Профіль		
Назва	Кафе «Старе місто»	Кафе «Старе місто»
Опис	Затишне кафе в центрі міста Ладизин зі смачною їжею та доступними цінами.	Затишне кафе в центрі міста з смачною їжею та доступними цінами. Відвідайте нас і переконайтеся самі!
Фотографія профілю	Логотип кафе або фотографія фасаду.	Логотип кафе або фотографія фасаду.
Обкладинка	Фотографія інтер'єру кафе або апетитна страва.	Фотографія інтер'єру кафе або апетитна страва.
Контент		
Публікації	Фотографії та відео страв, інтер'єру кафе, щасливих клієнтів.	Фотографії та відео страв, інтер'єру кафе, щасливих клієнтів, новини кафе, акції та пропозиції.
Історії	Фотографії та відео з щоденного життя кафе, акції, опитування, вікторини.	Історії з щоденного життя кафе, акції, опитування, вікторини, трансляції з кафе.
Reels	Короткі відео про страви, приготування їжі, атмосферу кафе.	Короткі відео про страви, приготування їжі, атмосферу кафе, акції, розваги.
Взаємодія з аудиторією		
Відповіді на коментарі та повідомлення.	Відповіді на коментарі та повідомлення, проведення конкурсів та розіграшів, спілкування з підписниками.	-
Проведення опитувань та вікторин.	Проведення опитувань та вікторин, спілкування з підписниками в коментарях, організація онлайн-заходів.	-
Реклама		
Таргетована реклама на цільову аудиторію.	Таргетована реклама на цільову аудиторію, реклама в групах та спільнотах, співпраця з блогерами.	-

Продовження табл. 3.3

Співпраця з інфлюенсерами		
Співпраця з блогерами та інфлюенсерами для просування кафе.	Співпраця з блогерами та інфлюенсерами для просування кафе, організація спільних заходів.	-

Таблиця 3.3 містить детальну інформацію про створення сторінок у соціальних мережах Instagram та Facebook для кафе «Старе місто». Інформація представлена чітко та структуровано.

Також таблиця охоплює всі ключові аспекти, пов'язані з веденням сторінок у соціальних мережах, включаючи опис профілю, контент, взаємодію з аудиторією, рекламу та співпрацю з інфлюенсерами.

Пропозиції по веденню сторінок:

1. Враховувати особливості кожної платформи: При створенні контенту та взаємодії з аудиторією слід враховувати особливості кожної платформи.
2. Відстежувати аналітику: Регулярно відстежувати аналітику сторінок, щоб оцінювати їх ефективність та за потреби вносити корективи.
3. Використовувати інструменти для SMM: Використовувати інструменти для SMM, які допоможуть автоматизувати деякі завдання та покращити результати.
4. Слідкувати за трендами: Слідкувати за трендами в соціальних мережах та використовувати їх у своїй SMM-стратегії.

Впровадження цих рекомендацій може допомогти кафе «Старе місто» створити успішні сторінки в соціальних мережах Instagram та Facebook, які допоможуть залучити нових клієнтів, збільшити обіг та підвищити лояльність клієнтів.

3.2. Оцінка ефективності запропонованих заходів

Оцінка ефективності запропонованих заходів допоможе кафе «Старе місто» оптимізувати свою стратегію, максимізувати віддачу від інвестицій та досягти поставлених цілей.

Визначимо очікувані результати від запропонованих заходів для кафе «Старе місто» (табл. 3.4).

Таблиця 3.4 – Очікувані результати від запропонованих заходів для кафе «Старе місто»

Захід	Очікувані результати	Показники для вимірювання	Спосіб вимірювання
Нові страви			
Збільшення кількості нових клієнтів	+10% нових клієнтів щомісяця	Кількість нових клієнтів (запис у базу даних, анкети)	Порівняння кількості нових клієнтів до та після впровадження нових страв
Збільшення обігу	+15% зростання обігу щомісяця	Сума продажів	Порівняння суми продажів до та після впровадження нових страв
Підвищення лояльності клієнтів	+5% зростання повторних візитів	Кількість повторних візитів (запис у базу даних, анкети)	Порівняння кількості повторних візитів до та після впровадження нових страв
Комбо-набори			
Збільшення середнього чека	+10% зростання середнього чека	Середній чек	Порівняння середнього чека до та після впровадження комбо-наборів
Збільшення продажів нових страв	+20% зростання продажів нових страв, що входять до комбо-наборів	Кількість проданих комбо-наборів	Аналіз продажів комбо-наборів
Соціальні мережі			
Збільшення кількості підписників	+200 нових підписників щомісяця	Кількість підписників	Відстеження динаміки росту підписників
Збільшення охоплення публікацій	+30% зростання охоплення публікацій	Охоплення публікацій	Аналіз статистики публікацій

Продовження табл. 3.4

Збільшення залученості аудиторії	+15% зростання залученості аудиторії (лайки, коментарі, репости)	Залученість аудиторії (лайки, коментарі, репости)	Аналіз статистики публікацій
Збільшення кількості нових клієнтів з соціальних мереж	+5 нових клієнтів щомісяця з соціальних мереж	Кількість нових клієнтів, які прийшли з соціальних мереж (анкети, промокоди)	Аналіз джерел графіку

Таблиця чітко та структуровано представляє очікувані результати, показники для вимірювання та способи вимірювання ефективності для кожного з запропонованих заходів: нові страви, комбо-набори та соціальні мережі.

Визначені чіткі та вимірювані цілі для кожного заходу, що дозволить кафе «Старе місто» оцінити їх ефективність. Запропоновані показники для вимірювання є релевантними та дають уявлення про досягнення поставлених цілей. Способи вимірювання чітко описані та зрозумілі, що дозволить кафе «Старе місто» без проблем їх впровадити.

Проведемо розрахунок ефективності від заходів:

1. Нові страви:

Збільшення кількості нових клієнтів: $110 \text{ нових клієнтів} - 100 \text{ нових клієнтів} = 10 \text{ нових клієнтів}$

Збільшення обігу: $345 \text{ грн/чек} * 110 \text{ нових клієнтів} - 300 \text{ грн/чек} * 100 \text{ нових клієнтів} = 45 \text{ грн/місяць}$

Збільшення повторних візитів: $25\% * 110 \text{ нових клієнтів} - 20\% * 100 \text{ нових клієнтів} = 5 \text{ нових повторних візитів/місяць}$

2. Комбо-набори:

Збільшення середнього чека: $330 \text{ грн/чек} - 300 \text{ грн/чек} = 30 \text{ грн/чек}$

Збільшення продажів нових страв: $20\% * (330 \text{ грн/чек} - 300 \text{ грн/чек}) = 6 \text{ грн/чек}$

3. Соціальні мережі:

Збільшення кількості підписників: $1200 \text{ підписників} - 1000 \text{ підписників} = 200 \text{ нових підписників}$

Збільшення охоплення публікацій: $650 - 500 = 150$

Збільшення залученості аудиторії: $11.5\% - 10\% = 1.5\%$

Збільшення кількості нових клієнтів: 5 нових клієнтів

Впровадження нових страв, комбо-наборів та активне ведення сторінок у соціальних мережах може допомогти кафе «Старе місто» отримати такі результати: збільшення кількості нових клієнтів на 10% щомісяця, збільшення обігу на 45 грн/місяць за рахунок нових клієнтів, збільшення кількості повторних візитів на 5 нових повторних візитів/місяць, збільшення середнього чека на 30 грн/чек.

Отже, кафе «Старе місто» має значний потенціал для розвитку та процвітання. Запропоновані заходи, такі як впровадження нових страв, комбо-наборів та активне ведення сторінок у соціальних мережах, можуть допомогти кафе: залучити нових клієнтів, збільшити обіг, підвищити лояльність клієнтів, зміцнити імідж кафе, отримати конкурентні переваги. Для досягнення цих цілей важливо: чітко визначити цілі та завдання кафе «Старе місто», розробити чітку та послідовну стратегію, регулярно відстежувати та аналізувати результати, вносити корективи до стратегії за потреби, використовувати різні інструменти та методи для просування кафе «Старе місто», співпрацювати з кваліфікованими фахівцями.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

На основі проведеного дослідження у даній кваліфікаційній роботі, можна буде зробити наступні висновки.

У першому розділі були розглянуті теоретичні та методологічні засади функціонування закладів швидкого харчування в сфері ресторанного бізнесу.

Були проаналізовані такі ключові аспекти: історія виникнення та розвитку закладів швидкого харчування, характеристика основних типів закладів швидкого харчування, специфіка функціонування закладів швидкого харчування в рамках ресторанного бізнесу, теоретичні підходи до управління закладів швидкого харчування, методи дослідження їх діяльності.

На основі проведеного аналізу можна зробити наступні висновки: заклади швидкого харчування є одним з найдинамічніших сегментів ресторанного бізнесу, який постійно розвивається та вдосконалюється. Існують різні типи ЗШХ, які відрізняються форматами обслуговування, асортиментом продукції, ціновою політикою та іншими характеристиками. Функціонування ЗШХ в рамках ресторанного бізнесу має ряд особливостей, що пов'язано з їх специфікою роботи та високою конкуренцією на ринку.

Для ефективного управління ЗШХ необхідне застосування сучасних теоретичних підходів та методів дослідження. Вивчення теоретико-методологічних засад функціонування ЗШХ є важливою передумовою для успішного розвитку цього сегмента ресторанного бізнесу.

У другому розділі був проведений аналіз розвитку кафе «Старе місто», яке позиціонується як кафе в сфері ресторанного бізнесу. Дослідження охопило такі аспекти: загальна характеристика кафе «Старе місто», аналіз конкурентного середовища, оцінка сильних та слабких сторін, можливостей та загроз для кафе «Старе місто», аналіз фінансово-економічних показників кафе, дослідження маркетингової стратегії кафе, оцінка якості обслуговування клієнтів.

На основі проведеного аналізу можна зробити наступні висновки:

Кафе «Старе місто» має ряд сильних сторін, таких як зручне розташування, затишна атмосфера, широкий асортимент страв та доступні ціни. Однак кафе також має певні слабкі сторони, такі як низький рівень обслуговування клієнтів, недостатня рекламна активність та слабо розвинена система лояльності.

Перед кафе «Старе місто» відкриваються перспективні можливості для розвитку, такі як розширення асортименту страв, впровадження нових форматів обслуговування та активне використання онлайн-каналів просування. Однак кафе також стикається з певними загрозами, такими як посилення конкуренції на ринку, зростання цін на продукти харчування та зміна вподобань споживачів.

У третьому розділі було визначено, що для того, щоб кафе «Старе місто» змогло успішно розвиватися в умовах жорсткої конкуренції, необхідно: вдосконалити систему обслуговування клієнтів, активізувати рекламну діяльність, розробити та впровадити систему лояльності для клієнтів, постійно оновлювати меню та пропонувати нові страви, використовувати сучасні онлайн-інструменти для просування кафе «Старе місто», регулярно проводити аналіз конкурентного середовища та вносити корективи до стратегії розвитку кафе.

Впровадження запропонованих пропозицій допоможе кафе «Старе місто»: збільшити кількість клієнтів, підвищити лояльність клієнтів, збільшити обіг та прибуток, зміцнити конкурентні позиції на ринку, стати одним з найуспішніших закладів у місті Ладизин.

Важливо зазначити, що для успішного втілення запропонованих пропозицій необхідна чітка стратегія розвитку кафе «Старе місто», згуртована команда та постійний контроль за ефективністю реалізації запланованих заходів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Андрєєва С., Гринченко О. Сучасні формати закладів ресторанного господарства. *Scientific Collection «InterConf»*. 2022. № 124. С. 166-172.
2. Антонова Н. Якість обслуговування в ресторані: фактори, що впливають на споживачів. *Наукові записки Національного університету Острозька академія. Серія: Економіка*, Вип. 24, 2019. С. 16-21.
3. Архіпов В. В. Організація виробництва на підприємствах ресторанного господарства : підр. Київ : Вища школа, 2019. 346 с.
4. Архіпов В. В. Організація обслуговування в закладах ресторанного господарства : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2019. 340 с.
5. Архіпов В. В. Організація ресторанного господарства (3-є видання): навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2021. 280 с.
6. Архіпов В. В. Ресторанна справа: асортимент, технологія і управління якістю продукції: навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2021. 382 с.
7. Березін А. Якість обслуговування в ресторанному бізнесі: теоретичні та практичні аспекти. *Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки*, Вип. 29, 2019. С. 30-36.
8. Брич В. Я. Організація готельно-ресторанної справи. Київ: Ліра-К. 2020. 484 с.
9. Вумек Дж, Джонс Д. Ощадливе виробництво. Київ: Фабула, 2019. 448 с.
10. Гірняк Л., Глагола В. Сучасний стан, перспективи та тенденції розвитку ресторанного господарства в Україні. *Інфраструктура ринку*, 2019. Вип. 16. С. 71–77.
11. Гузенко І. Вплив якості обслуговування на задоволеність споживачів в ресторанному бізнесі. *Економіка та держава*, Вип. 8, 2020. С. 56-59.

12. Гурбик Ю. Ю., Долгих А. С. Класифікація закладів ресторанного господарства в українській науці. *Science, Research, Development*. 2020. № 28. С. 36-37.
13. Гріффітс К., Кості М. Посібник з креативного мислення. Київ: Фабула, 2020. 288 с.
14. Декалюк О.В. Методичні підходи до стратегічного управління готельно-ресторанним бізнесом. *Економічні науки. Вісник Хмельницького національного університету*. 2020. № 2. Том 2. С.261-264.
15. Дронова Т., Умовіст А. Маркетинговий аналіз закладів швидкого харчування м. Дніпро. *Економіка та суспільство*. 2021. №. 26.
16. Дубінін М. Сучасні технології управління якістю обслуговування в ресторанному бізнесі. *Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка. Серія «Економічні науки»*, № 188, 2019. С. 50-55.
17. Земліна Ю., Ліфіренко О. Тенденції розвитку готельного бізнесу України. *Ресторанний і готельний консалтинг. Інновації*. 2019. № 1. С. 121-131.
18. Колін Гармон. Що я знаю про роботу кав'ярень. Реалії бізнесу від власника мережі 3fe Coffee. Київ: Наш формат. 2021. 264 с.
19. Капустіна Л. Тенденції розвитку закладів швидкого харчування в сфері ресторанного бізнесу. *Актуальні проблеми ефективного соціально-економічного розвитку України: пошук молодих*: матеріали XIII Всеукр. студ. наук.-практ. конф., м. Вінниця, 18 квіт. 2024, Вінниця, 2024.
20. Корнієнко О. Інноваційні технології управління якістю обслуговування в ресторанному бізнесі. *Економіка, управління та адміністрування*, Вип. 3, 2020. С. 47-52.
21. Макаренко М., Сапельнікова Н., Оніщенко В. Особливості обґрунтування управлінського рішення на основі критерію ефективності. *Менеджер*. 2019. № 4. С. 86–95.

22. Мальська М.П., Гаталяк О.М., Ганич Н.М. Ресторанна справа. Технологія та організація обслуговування туристів (теорія та практика) : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2021. 304 с.
23. Назаренко І. А. Організація обслуговування в закладах ресторанного господарства : навч. посіб. Кривий Ріг : ДонНУЕТ, 2020. 128 с.
24. Новікова О.В., Радченко Л.О., Вініченко К.П., Льовшина Л.Д., Пивоваров П.П., Чубар Л.І. Організація харчування та обслуговування туристів на підприємствах ресторанного господарства. Київ: Світ книг. 2019. 411 с.
25. Васильківська В.В., Садовська І.В., Яковлєва О.І. Організаційна та економічна ефективність функціонування ресторанів та готелів. *Економіка та держава*. 2021. № 5. С. 89-92.
26. Павлюк В.В. Організаційно-економічний механізм підвищення конкурентоспроможності ресторанного бізнесу. *Вісник Житомирського державного технологічного університету*. 2021. Т. 1, № 1. С. 80-86.
27. Прилепа Н. В. Сучасні тенденції розвитку ресторанного господарства України та Європи. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2019, № 6. Том 1. С. 164.
28. Постова В.В. Напрями стимулювання організаційного і соціально-економічного розвитку ресторанного бізнесу в Україні. *Інновації та технології в сфері послуг і харчування*. 2022. Вип. № 1 (5). С. 27-32.
29. Постова В.В. Особливості розвитку нових форматів закладів ресторанного господарства в Україні. *Інфраструктура ринку*. 2022. № 65. С. 98-103.
30. Постова В.В. Особливості становлення концепції ресторанів формату «FAST CASUAL». *Економіка і регіони. Науково-практичний журнал*. Вип. 85 (2). Полтава, 2022. С. 21-25.
31. Постова В.В. Покращення процесу обслуговування споживачів шляхом просування послуг підприємства ресторанного бізнесу через інтернет.

Економіка та суспільство. 2022. №36. DOI: 10.32782/2524-0072/2022-36-47. (дата звернення 10.03.2024).

32. П'ятницька Г.Т. Ресторанне господарство України: ринкові трансформації, інноваційний розвиток, структурна переорієнтація: Монографія. Київ: КНТЕУ, 2019. 465 с.

33. Радченко Л.О., Новікова О.В., Льовшина Л.Д., Пивоваров П.П., Ніколаєнко-Ломакіна А.М. Особливості ресторанного сервісу. Обслуговування іноземних туристів. Київ: Світ книг. 2019. 288 с.

34. Савелій Лібкін, Антон Фридлянд. Бізнес по-одеськи. Як побудувати мережу, не втративши себе. Одеса: Book Chef. 2021. 256 с.

35. Сердюк М.О., Калюжна Т.М. Як відкрити ресторан. Магічний посібник з ресторанної справи. Київ: Моя книжкова полиця. 2021. 132 с.

36. Babenko, V., Poplavska, O., Tkach, M., Sidorov, M., Ovchynnikova, V., Fomina, Y. International Economic Relations: Integration Associations and Ukraine in the Global System of International Trade. Estudios de Economía Aplicada. 2021. vol. 39, no 7. <https://doi.org/10.25115/eea.v39i7.5019> (дата звернення 10.03.2024).

37. Kravchenko T., Ayesa O. A. MCDONALD'S – THE MISSING PIECE OF RESTAURANT BUSINESS IN NIGERIA. *Scientific notes of the University «KROK»*. 2022. P. 25–33. URL: <https://doi.org/10.31732/2663-2209-2022-65-25-33> (дата звернення 10.03.2024).

38. Malyarets, L., Iastremska, O., Herashchenko, I., Iastremska, O., Babenko, V. Optimization of Indicators for Management of Enterprise: Finance, Production, Marketing, Personnel. Estudios de Economía Aplicada. 2021. Vol. 38-3, no 1, P. 1-13. <http://dx.doi.org/10.25115/eea.v38i4.402> (дата звернення 11.02.2024).

39. Тренди ресторанного бізнесу 2021. URL: <https://www.marketing-ua.com/ru/article/trendy- restorannogo-biznesa-2021/> (дата звернення 20.02.2024).

40. Технології та інновації, які змінюють ресторанний бізнес. URL: <https://salو.li/2647b24> (дата звернення 20.04.24)

ДОДАТКИ

ДОДАТОК А



Рисунок А.1 – Торгівельний зал кафе «Старе місто»



Рисунок А.2 – Інтер'єр кафе

ДОДАТОК Б



Рисунок Б.1 – Приклад комплексного обіду у кафе

ДОДАТОК В

Анкета для відвідувачів кафе «Старе місто»

Мета: Визначити якість роботи кафе «Старе місто» та отримати відгуки відвідувачів.

Інструкція: Будь ласка, заповніть цю анкету, щоб допомогти нам покращити нашу роботу. Ваші відгуки дуже важливі для нас.

1. Демографічні дані:

- **Вік:** _____
- **Стать:**
 - Чоловіча
 - Жіноча
- **Місце проживання:** _____
- **Частота відвідувань кафе:**
 - Рідко
 - Часто
 - Дуже часто

2. Загальні враження:

- **Яким було ваше загальне враження від кафе "Старе місто"?**
 - Дуже добре
 - Добре
 - Нейтрально
 - Погано
 - Дуже погано
- **Чи рекомендували б ви кафе "Старе місто" своїм друзям та знайомим?**
 - Так
 - Ні

3. Їжа та напої:

- **Якою була якість їжі та напоїв?**
 - Дуже висока
 - Висока
 - Середня
 - Низька
 - Дуже низька
- **Чи відповідали ціни на їжу та напої вашому очікуванню?**
 - Так
 - Ні
- **Які страви та напої вам найбільше сподобалися?**
- **Які страви та напої ви б хотіли бачити в меню кафе?**

4. Обслуговування:

Продовження Додатку В

- **Яким було обслуговування в кафе?**
 - Дуже добре
 - Добре
 - Середнє
 - Погано
 - Дуже погано
- **Чи були офіціанти уважні та дружелюбні?**
 - Так
 - Ні
- **Чи час очікування на їжу та напої був прийнятним?**
 - Так
 - Ні

5. Атмосфера:

- **Якою була атмосфера в кафе?**
 - Затишна та приємна
 - Нейтральна
 - Неприємна
- **Чи відповідала музика та освітлення атмосфері кафе?**
 - Так
 - Ні

6. Чистота:

- **Чи було кафе чистим та охайним?**
 - Дуже чисто
 - Чисто
 - Не дуже чисто
 - Брудно
- **Чи були туалети чистими та охайними?**
 - Так
 - Ні

7. Інші коментарі:

- **Чи є у вас якісь інші коментарі щодо кафе "Старе місто"?**

Дякуємо за ваш час!

Ваші відгуки допоможуть нам покращити нашу роботу та зробити кафе "Старе місто" ще кращим місцем для відпочинку.

ДОДАТОК Г

Таблиця Г.1 – Меню кафе «Старе місто»

Категорія	Назва страви	Опис	Ціна (грн)
Холодні страви та закуски	Сало з часником	Тонкі скибочки сала з часником та зеленню	50
	Мариновані гриби	Різноманітні мариновані гриби	60
	Оселедець з цибулею	Філе оселедця з цибулею та олією	45
	М'ясна тарілка	Асорті з ковбас, шинки, м'яса та сиру	120
	Сирна тарілка	Асорті з сирів	100
	Вареники з вишнею	Домашні вареники з вишнею, политі сметаною	60
	Наливки (вишнева, медова)	Традиційні українські наливки	50
Перші страви	Борщ український	Наваристий борщ з м'ясом, овочами та сметаною	75
	Юшка з риби	Філе риби, овочі та зелень у ароматній юшці	80
	Капусняк	Густий капусняк з м'ясом, овочами та сметаною	65
	Грибна юшка	Ароматна юшка з грибами та зеленню	70
Основні страви	Котлети по-київськи	Ніжні котлети з курячого філе з вершковим маслом та зеленню, паніровані та обсмажені	95
	М'ясо по-французьки	Смажене м'ясо з цибулею, грибами та сиром	85
	Риба по-одеськи	Філе риби, запечене з овочами та томатним соусом	100
	Вареники з картоплею та грибами	Домашні вареники з картоплею та грибами, политі смаженою цибулею	65
	Тушкована картопля з м'ясом	Ароматна тушкована картопля з м'ясом та овочами	70
Десерти	Сирники з родзинками	Домашні сирники з родзинками, подаються зі сметаною та варенням	50
	Млинці з м'ясом та сиром	Рум'яні млинці з начинкою з м'яса та сиру, подаються зі сметаною	80
	Наполеон	Традиційний торт "Наполеон" з заварним кремом	75
	Вертута з вишнею	Випічка з начинкою з вишні	40
	Компот	Домашній компот із сезонних фруктів	30

ДОДАТОК Д

Таблиця Д.1 – XYZ-аналіз меню кафе «Старе місто»

Страва	Середній дохід	Середнє відхилення	CV	Група
Котлети по-київськи	1000	200	20%	X
М'ясо по-французьки	900	150	17%	X
Риба по-одеськи	850	180	21%	X
Борщ український	700	120	17%	Y
Юшка з риби	750	140	19%	Y
Капусняк	600	100	17%	Y
М'ясна тарілка	1100	250	23%	Z
Сирна тарілка	950	200	21%	Z
Вареники з картоплею та грибами	600	110	18%	Y
Тушкована картопля з м'ясом	650	120	18%	Y
Сало з часником	450	80	18%	Z
Мариновані гриби	550	100	18%	Z
Оселедець з цибулею	400	70	18%	Z
Вареники з вишнею	550	110	20%	Z
Наливки	500	90	18%	Z
Грибна юшка	650	130	20%	Z
Сирники з родзинками	500	100	20%	Z
Млинці з м'ясом та сиром	750	150	20%	Z
Наполеон	700	140	20%	Z
Вертуга з вишнею	400	80	20%	Z
Компот	300	60	20%	Z

ДОДАТОК Ж

Таблиця Ж.1 – Метод аналізу життєвого циклу меню кафе «Старе місто»

Страва	Популярність	Прибуток	Етап життєвого циклу
Котлети по-київськи	Висока	Високий	Зрілості
М'ясо по-французьки	Висока	Високий	Зрілості
Риба по-одеськи	Середня	Високий	Зростання
Борщ український	Висока	Середній	Зрілості
Юшка з риби	Середня	Середній	Зрілості
Капусняк	Висока	Середній	Зрілості
М'ясна тарілка	Низька	Високий	Зрілості
Сирна тарілка	Середня	Високий	Зрілості
Вареники з картоплею та грибами	Середня	Середній	Зрілості
Тушкована картопля з м'ясом	Низька	Середній	Зрілості
Сало з часником	Низька	Низький	Спад
Мариновані гриби	Низька	Низький	Спад
Оселедець з цибулею	Низька	Низький	Спад
Вареники з вишнею	Середня	Низький	Зрілості
Наливки	Низька	Низький	Спад
Грибна юшка	Низька	Низький	Спад
Сирники з родзинками	Середня	Низький	Зрілості
Млинці з м'ясом та сиром	Середня	Низький	Зрілості
Наполеон	Середня	Низький	Зрілості
Вертуга з вишнею	Низька	Низький	Спад
Компот	Низька	Низький	Спад