

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

Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

**«ПРОФЕСІЯ БАРМЕНА В ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА
ТА ВИМОГИ ДО НЕЇ»**

(за матеріалами «Фізична особа-підприємець Ткач Сергій Миколайович,
готельно-ресторанний комплекс «Божедар», м. Вінниця»)

Здобувача вищої освіти
3 курсу, групи ГРС-31зс,
спеціальності 241 «Готельно-
ресторанна справа»
освітньої програми «Готельно-
ресторанна справа»

Юлії
КОБЗАР

Науковий керівник
кандидат економічних наук,
доцент

Наталя
ОНИЦУК

Гарант
освітньо-професійної програми
кандидат економічних наук,
доцент

Ірина
МАЗУРКЕВИЧ

Вінниця – 2024

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ОРГАНІЗАЦІЇ ПРАЦІ ОБСЛУГОВУЮЧОГО ПЕРСОНАЛУ БАРУ	5
1.1 Кваліфікаційні вимоги до посади «бармена»	5
1.2 Процеси управління баром	8
РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ ФУНКЦІОНУВАННЯ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО КОМПЛЕКСУ «БОЖЕДАР»	15
2.1 Організаційно-економічна характеристика готельно-ресторанного комплексу «Божедар»	15
2.2 Діяльність бару при готельно-ресторанному комплексі «Божедар»	25
РОЗДІЛ 3 НАПРЯМКИ ПОКРАЩЕННЯ РОБОТИ БАРУ ГОТЕЛЬНО- РЕСТОРАННОГО КОМПЛЕКСУ «БОЖЕДАР»	31
3.1 Концепція створення лаунж-бару для готельно-ресторанного комплексу «Божедар»	31
3.2 Підвищення ефективності надання послуг у лаунж-барі через встановлення POS терміналів	35
3.3 Підвищення професійної майстерності бармена	44
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	48
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	51
ДОДАТКИ	57

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Вакансію бармена відкривають не так часто, як офіціанта, але це досить популярна позиція, особливо під час літнього сезону, коли роботи більше, а людей бракує. Професія поступово стає престижною, і затримуються на цьому місці значно довше. Але проблема підбору вправного бармена залишається актуальною, і багато хто навіть починає шукати кандидатів перед тим, як відкрити свій бар.

Проблеми розвитку ресторанного господарства як складової індустрії гостинності, розглядалися у працях О. В. Євтушенко, А. Ю. Парфіненко, І. М. Шамара, С. О. Юрченко. Н. О. Нечаюк, М. П. Мальська, Т. Г. Сокол. Але питання розвитку барної справи і підбору персоналу на посаду бармена досліджено обмежено.

Метою кваліфікаційної роботи є надання пропозицій готельно-ресторанному комплексу «Божедар» для підвищення ефективності діяльності бару.

З огляду на поставлену мету в роботі визначені наступні завдання:

- дослідити кваліфікаційні вимоги до посади «бармена»;
- розглянути процеси управління баром;
- навести організаційно-економічну характеристику готельно-ресторанного комплексу «Божедар»;
- проаналізувати діяльність бару при готельно-ресторанному комплексі «Божедар»;
- розробити концепцію лаунж-бару для готельно-ресторанного комплексу «Божедар»;
- удосконалити ефективність надання послуг у лаунж-барі через встановлення POS терміналів;

– надати пропозиції для підвищення професійної майстерності бармена.

Об'єктом дослідження є організація праці обслуговуючого персоналу бару.

Предметом дослідження є підвищення ефективності функціонування бару у готельно-ресторанному комплексі «Божедар».

Методи дослідження: економіко-математичні, метод спостереження, метод порівняльного аналізу, методи стратегічного аналізу, опитування.

Практична значимість роботи полягає в можливості використання її результатів у діяльності готельно-ресторанного комплексу «Божедар» для підвищення ефективності функціонування бару.

Інформаційною базою дослідження виступили підручники, посібники, статті, фінансова звітність та внутрішні документи готельно-ресторанного комплексу «Божедар», ресурси мережі Інтернет.

Апробація наукових досліджень. За результатами виконання кваліфікаційної роботи було опубліковано статтю: у збірнику наукових праць за матеріалами XIII Всеукраїнської студентської науково-практичної конференції «Актуальні проблеми ефективного соціально-економічного розвитку України: пошук молодих» 18 квітня 2024 р. ВТЕІ ДТЕУ, м. Вінниця.

Структура роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків та пропозицій, списку використаних джерел, додатків. Робота містить 14 таблиць, 12 рисунків, 2 додатки. Список використаних джерел нараховує 51 джерело. Основний текст роботи викладено на 50 сторінках.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ОРГАНІЗАЦІЇ ПРАЦІ ОБСЛУГОВУЮЧОГО ПЕРСОНАЛУ БАРУ

1.1 Кваліфікаційні вимоги до посади «бармена»

Бармен (від англ. bar — барна стійка, man — людина) — працівник бару, який обслуговує відвідувачів за барною стійкою. Бармен вітає гостей свого закладу, виявляє їх смакові уподобання, інформує про асортимент, пропонує гостям відповідні варіанти напоїв, приймає замовлення та розливає порції алкогольних та безалкогольних напоїв, включаючи приготовані ним самим коктейлі[45].

Професія бармена зародилася у Сполучених Штатах Америки за часів «золотої лихоманки». Тоді у торгових точках у поселеннях продавалося відразу все. Господарі, щоби збільшити товарообіг, почали тут же пропонувати й алкогольні напої. Потім приміщення магазину перегородив бар'єр, який розділив «торгову зону» та «місце для відпочинку», яке стало називатися баром. Тоді ж з'явилися перші бармени. Коктейлі в їхньому сучасному вигляді з'явилися також у США.

У наш час вакансію бармена відкривають не так часто, як офіціанта, але це досить популярна позиція, особливо під час літнього сезону, коли роботи більше, а людей бракує. Професія поступово стає престижною, і затримуються на цьому місці значно довше. Але проблема підбору вправного бармена залишається актуальною, а багато хто навіть починає шукати кандидатів перед тим, як відкрити свій бар [46].

Типи барменів. Умовно можна виділити два типи барменів, які найчастіше трапляються рестораторам на співбесідах і стажуванні: «мовчазний майстер» та «базікало». Перший тип — професіонал, що бездоганно змішує найскладніші коктейлі й знає, чому використовують ті чи ті інгредієнти. Але часто-густо йому бракує навичок спілкування, тож гостеві залишається лише спостерігати за його безмовними маніпуляціями з шейкером. «Базікало» — бармен, який може говорити про що завгодно й скільки завгодно, але коктейлі в нього виходять щоразу з іншим смаком. Безумовно, будь-який досвідчений бармен має певну частку навичок від кожного типу, але яку він розвиває більше — уже інше питання [46].

Наймаючи на роботу нового бармена, необхідно оцінити, наскільки складно буде розкрити потенціал кандидата і як багато зусиль це буде коштуватиме. Ідеальна ситуація, коли бармен поєднує в собі обидва типи, що й відбувається, якщо людина росте у команді.

Обов'язки бармена. Тут дуже багато залежить від формату закладу. Є два різновиди барів: контактний і безконтактний. З безконтактним усе просто: бармен готує напої й віддає їх офіціантам, щоб ті розносили їх на столи. Куди цікавіше й складніше працювати в контактному барі, звичному всім: з барною стійкою, щирими розмовами тощо[22]:

- приходити хоча б за пів години до початку зміни, щоб підготувати бар до відкриття, перевірити залишки на складі, чистоту посуду тощо;
- дбати про охайність. У кожного власника свій погляд на стиль робочого одягу, але усе має бути чистим і свіжим;
- заповнювати накладні й оформляти рахунки. Дуже часто бармену доводиться самому приймати товар, до того ж є постійна робота з фінансами, приймання готівки тощо;
- обслуговувати клієнтів (кожен бармен повинен знати, як їх вітати й пропонувати та змішувати напої).

Вимоги до бармена. Крім безпосередніх обов'язків — робити коктейлі й стежити за баром, — він має бути цікавим співрозмовником і вдячним слухачем, якому хочеться вилити душу. Відвідувачі приходять до закладу з різних причин, і правильна атмосфера бару передбачає, що можна з'явитися без компанії. Тут гість зможе знайти розраду за стійкою бару, коли йому самотньо й він хоче з кимось поговорити. Попри завантаженість бармен мусить правильно розставити пріоритети: приділити комусь більше уваги й зрозуміти ситуацію або проблему, з якою прийшов клієнт. Принаймні з бару він точно має вийти в кращому настрої, ніж зайшов (і не важливо, був той настрій позитивним чи ні) [23].

Якщо бармен демонстративно нехтує клієнтом чи, що ще гірше, ігнорує його, то, найімовірніше, до бару цей гість більше не прийде. Але є й інший бік, коли бармен настійно намагається розговорити відвідувача, а той просто прийшов випити після важкого робочого дня та хоче побути наодинці зі своїми думками й келихом. У такій ситуації це буде вкрай невдала увага. Бармен — психолог за стійкою, він мусить відчувати настрій гостей, уміти після кількох фраз зрозуміти, навіщо вони прийшли, і підіграти їм. Якщо у закладі буде такий бармен, то потік клієнтів буде забезпечено.

Одна з головних вимог — бармен має вміти продавати. Досконало, на рівні досвідченого офіціанта, розбиратися в меню й бути готовим поради гостю страви. Знати про всі акції в закладі й уміти запропонувати їх різним типам гостей.

Запитання барменові на співбесіді [45].

Обов'язково треба попросити майбутнього бармена описати умови на його колишньому робочому місці. Роботодавцю потрібно зрозуміти, наскільки попередній бар «претендента» схожий на його. Можливо, той тип закладу кардинально відрізняється, і бармену доведеться досить довго звикати до роботи з іншою публікою. Під час приймання на роботу бажано ставити барменові

каверзні запитання: він має відповісти на будь-яке з них, бо ж гості можуть запитати в нього що завгодно.

Крім стандартних запитань на співбесіді, треба запитати в потенційного співробітника про таке:

Як він поводитиметься з гостем, який хильнув зайвого? Про що говоритиме з гостем, якщо той засмучений або в поганому настрої? Припустімо, у нього виник конфлікт із колегою. Як він його вирішуватиме в робочих обставинах? Чи не розкаже історію цього коктейлю?

Атестація бармена на практиці[46].

Практично завжди стажування — обов'язковий пункт під час наймання нового бармена, хіба що є повна впевненість у кандидаті або це колишній працівник, який не працював у закладі певний час. У кожного закладу свої підхід до перевіряння барменів, умови стажування тощо. Для невеликих барів це приблизно тижневий строк, адже в маленькому колективі досить швидко стає зрозуміло, підходить людина чи ні. У мережевих закладах період стажування може затягтися до кількох місяців, дуже часто — з поетапним підвищенням зарплати.

Ресторатору дуже складно контролювати весь персонал і бути в усіх місцях одразу. Однак потрібно дивитися, як працює новий бармен, і не варто перекладати це на старшого бармена чи шеф-бармена. Ресторатор сам повинен скласти думку про людину й рівень її навичок, а вже потім доповнювати цю думку сторонніми відгуками.

1.2 Процеси управління баром

Успішний бізнес любить системність та чітко налагоджені процеси. Ресторанний бізнес не є винятком із цих негласних правил. Для організації

роботи бару кожен працівник закладу має низку завдань, які відіграють важливу роль для роботи закладу.

У свою чергу, менеджер бару повинен мати досвід роботи в закладі, управлінські навички, щоб організувати роботу всього персоналу. Саме побудова завдань співробітникам та їх виконання допоможе збудувати роботу закладу та зробити його успішним.

Розглянемо основні завдання, які потребують уваги менеджера бару[47].

Складський облік. Найчастіше саме менеджер бару знає, як керувати баром. Він розпоряджається ресторанными запасами, проводить інвентаризацію разом із бартендерами, налагоджує зв'язки із постачальниками, враховує реалізовані напої. Вести складський облік краще за допомогою спеціальних програм автоматизації для ресторанного бізнесу. За допомогою такої програми менеджеру бару буде легше вести облік. Наявність всіх інгредієнтів, напоїв та складського запасу також лежить на відповідальності менеджера бару. Перед тим, як ввести в меню новий коктейль, потрібно розробити рецепт цього напою, маючи при цьому всі необхідні інгредієнти. Залежно від закладу розробкою рецепту напоїв можуть займатися менеджер бару разом із бартендерами. У деяких закладах коктейлі розробляють бартендери, а затверджує напій менеджер бару. Також зі списанням товарів/напоїв [48].

Фінанси. Менеджер бару та бухгалтер повинні вміти використовувати касові апарати, тощо. Щодо ведення обліку у багатьох закладах це завдання виконує бухгалтер, проте, у деяких випадках закриває зміну саме менеджер бару.

Маркетинг. Залежно від закладу та його фінансових можливостей визначаються методи просування та маркетингові ідеї для роботи бару. Для початку можна використовувати лише соціальні мережі, щоб розповісти про заклад. Цю роботу може виконувати менеджер бару чи співробітник, який має талант у написанні гарних постів та створення яскравих фотографій. Коли бар почне заробляти, можна найняти маркетолога, який буде відповідати за

просування бренду бару. Також маючи певні фінансові можливості, можна підключити додаткові канали для реклами, наприклад, публікації в ЗМІ, на радіо, банери на білбордах і т. д.

Персонал. Менеджер бару повинен контролювати роботу персоналу, навчати, покращувати умови праці, мотивувати, щоб персонал не тільки хотів працювати у такому закладі, а й приносити йому прибуток. У будь-якому бізнесі персонал це ключове, від якого залежить злагоджена та прозора робота. Однак бувають випадки, коли в барі все ж таки персонал може займатися крадіжкою продуктів або напоїв. Виявити нестачу можна за допомогою інвентаризації та ведення складського обліку у спеціальній автоматизованій системі для ресторанів [32].

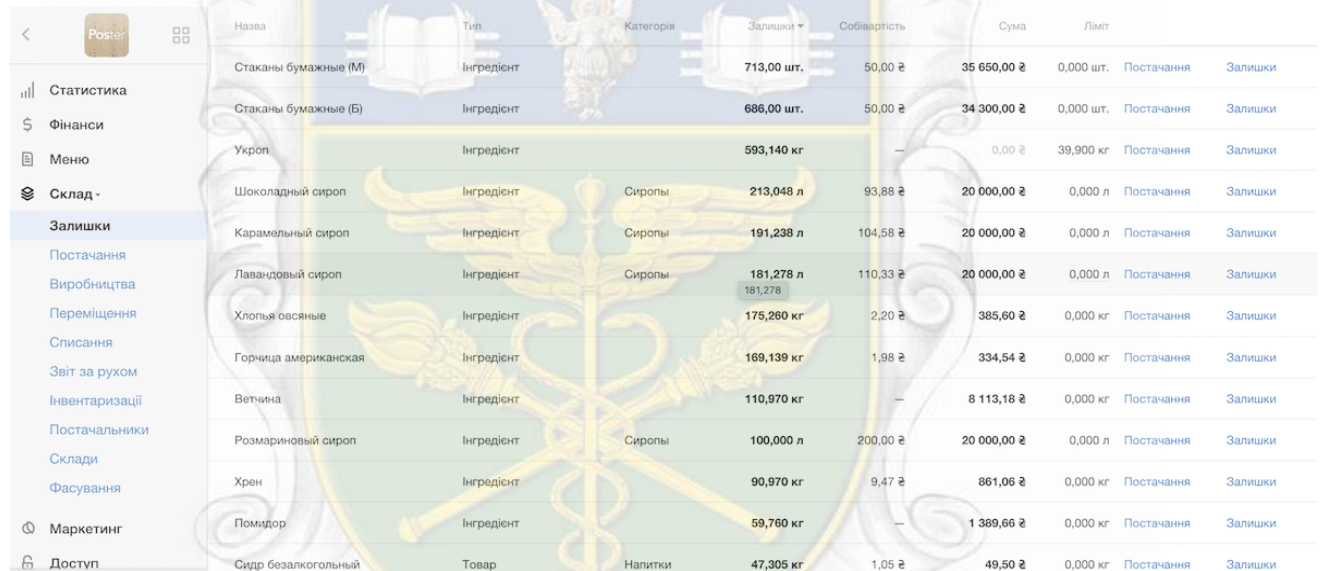
Адміністративно-технічна робота. У барі, як і будь-якому закладі, важливо скласти графік генеральних та щоденних прибирань та вести їх облік. Площа, поверхні, обладнання, які потрібно прибрати, прописуються в чек-листі. Далі, згідно з завданнями у чек-листі, проводиться прибирання. Як правило, прибиранням у барі займається бартендер і його помічник, якщо він передбачений штатним розкладом для роботи в барі. Після прибирання менеджер бару згідно з чек-листом перевіряє де і як було проведено прибирання. Перед тим, як заступити на зміну, бартендер повинен перевірити все обладнання на справність. Якщо була виявлена проблема з будь-яким обладнанням, він повідомляє про це менеджеру бара або керуючого закладу, щоб хтось із них викликав майстра або звернувся до фахівця, який може оперативно налаштувати або замінити обладнання [22].

Система обліку. Вище наголошувалось, що для управління баром та для грамотного обліку, наприклад, складських запасів та іншого, краще використовувати автоматизовані системи обліку. Система автоматизації робить облік точним та прозорим, допомагає відстежувати продажі, контролювати

залишки на складі, керувати персоналом тощо. Розглянемо окремо кожне завдання, яке можна виконувати за допомогою автоматизованої системи обліку.

Керування запасами

Згідно зі статистикою компанії Partender, переважна кількість барів і пабів закінчують свою діяльність лише через три роки роботи. Причини цього: крадіжки, розбиті пляшки з алкоголем, ламання обладнання тощо. Уникнути цього можна завдяки керуванню запасами й інвентарем. Весь бар і його обладнання мають бути під суворим контролем. Ніхто не виконає цю функцію краще, ніж система автоматизації для бару. Система дає змогу не тільки контролювати інвентар і бар, а й стежити за кожним елементом закладу окремо в режимі реального часу. Упровадження POS-системи допоможе вираховувати випадки й усунути спроби крадіжок[43].



Назва	Тип	Категорія	Залишки	Собівартість	Сума	Ліміт		
Стаканы бумажные (М)	Інгредієнт		713,00 шт.	50,00 ₴	35 650,00 ₴	0,000 шт.	Постачання	Залишки
Стаканы бумажные (Б)	Інгредієнт		686,00 шт.	50,00 ₴	34 300,00 ₴	0,000 шт.	Постачання	Залишки
Укроп	Інгредієнт		593,140 кг	—	0,00 ₴	39,900 кг	Постачання	Залишки
Шоколадный сироп	Інгредієнт	Сиропы	213,048 л	93,88 ₴	20 000,00 ₴	0,000 л	Постачання	Залишки
Карамельный сироп	Інгредієнт	Сиропы	191,238 л	104,58 ₴	20 000,00 ₴	0,000 л	Постачання	Залишки
Лавандовый сироп	Інгредієнт	Сиропы	181,278 л	110,33 ₴	20 000,00 ₴	0,000 л	Постачання	Залишки
Хлопья овсяные	Інгредієнт		175,260 кг	2,20 ₴	385,60 ₴	0,000 кг	Постачання	Залишки
Горчица американская	Інгредієнт		169,139 кг	1,98 ₴	334,54 ₴	0,000 кг	Постачання	Залишки
Ветчина	Інгредієнт		110,970 кг	—	8 113,18 ₴	0,000 кг	Постачання	Залишки
Розмариновый сироп	Інгредієнт	Сиропы	100,000 л	200,00 ₴	20 000,00 ₴	0,000 л	Постачання	Залишки
Хрен	Інгредієнт		90,970 кг	9,47 ₴	861,06 ₴	0,000 кг	Постачання	Залишки
Помидор	Інгредієнт		59,760 кг	—	1 389,66 ₴	0,000 кг	Постачання	Залишки
Сидр безалкогольный	Товар	Напитки	47,305 кг	1,05 ₴	49,50 ₴	0,000 кг	Постачання	Залишки

Рисунок 1.1 - POS-система «Залишки» [4].

Керування меню за допомогою POS-системи

Замість того щоб не раз переписувати меню закладу на папері й шукати в ньому потрібний напій чи страву, марнуючи на це дорогоцінний час, краще скористатися POS-системою, яка дасть змогу легко й швидко перемикатися між розділами меню, списком напоїв і страв. Із системою автоматизації можна

поділити меню на розділи, стилі, типи страв і навіть на кольори напоїв, що дуже зручно й суттєво зменшує затрати часу.



Рисунок 1.2 - POS-система «Меню» [4].

Контроль продажу алкоголю

Кожен бар завжди переповнений алкоголем, особливо в нічний час. І щоб закупівля його кількості не завдала збитків, її треба контролювати. Це ще одна важлива дія, яку допоможе виконати система автоматизації Poster. Досить часто власники забувають про це, позаяк впевнені, що на кожен алкогольний напій знайдеться свій покупець. Але статистика засвідчує протилежне, а саме: велику кількість пляшок викидають через закінчення строку придатності, що завдає великих збитків. Система автоматизації Poster допоможе проаналізувати, які напої бару найліпше продаються та в якій конкретно кількості, а які взагалі не продаються або реалізуються в несуттєвій з погляду прибутку кількості. Крім того, за допомогою цієї системи можна дізнатися, за які напої як розраховалися: готівкою чи кредитною карткою.

№	Назва товару	Кількість	Ціна за шт.	Відсоток	Сума	Відсоток	Сума	Відсоток	Категорія 1	Категорія 2	Категорія 3
14	Еклер праліне	277,00 шт.	2,05%	11 234,00 €	2,68%	4 309,00 €	2,49%	A	A	A	
15	Профітроль класичний	346,00 шт.	2,56%	10 005,00 €	2,38%	4 815,00 €	2,78%	A	A	A	
16	Еклер карамель	254,00 шт.	1,88%	9 799,00 €	2,33%	3 772,59 €	2,18%	A	A	A	
17	Даніш мак-вишня	202,00 шт.	1,49%	9 145,00 €	2,18%	4 770,26 €	2,75%	A	A	B	
18	Капучіно 240 мл	338,00 шт.	2,50%	8 580,00 €	2,04%	313,59 €	0,18%	A	A	B	
19	круасан традиційний французький	278,00 шт.	2,06%	7 995,00 €	1,90%	4 701,38 €	2,71%	A	B	B	
20	Еклер малина	192,00 шт.	1,42%	7 831,00 €	1,87%	3 056,00 €	1,76%	A	B	B	
21	Круасан мигдалевий	173,00 шт.	1,28%	7 510,50 €	1,79%	4 277,75 €	2,47%	A	B	B	
22	Лате 240мл	249,00 шт.	1,84%	6 723,00 €	1,60%	869,26 €	0,50%	A	B	B	
23	флет уайт 240мл	218,00 шт.	1,61%	5 643,00 €	1,34%	3 200,38 €	1,85%	B	B	B	
24	чай манго маракуя	128,00 шт.	0,95%	3 810,00 €	0,91%	115,81 €	0,07%	B	B	B	
25	Хліб № 4 з куркумою 500г	98,00 шт.	0,72%	3 642,60 €	0,87%	1 486,80 €	0,86%	B	B	B	
26	Zerno Breakfast Лосось	38,00 шт.	0,28%	3 420,00 €	0,81%	3 213,28 €	1,86%	B	B	B	
27	єспресо	176,00 шт.	1,30%	3 173,00 €	0,76%	727,51 €	0,42%	B	B	C	
28	Пшенично-цільнозерновий хліб	71,00 шт.	0,53%	2 628,60 €	0,63%	1 283,60 €	0,74%	B	B	C	
29	какао 360 мл	91,00 шт.	0,67%	2 457,00 €	0,59%	936,93 €	0,54%	B	B	C	
30	Мафін Шоколадно Апельсиновий	112,00 шт.	0,83%	2 442,00 €	0,58%	1 550,50 €	0,90%	B	B	C	
31	Молоко	764,00 шт.	5,65%	2 292,00 €	0,55%	1 764,21 €	1,02%	B	B	C	

Рисунок 1.3 - POS-система «ABC-аналіз» [4].

Налаштування конфігурації платежів

Великі групи клієнтів бару завжди замовляють алкогольні напої. Добряче відпочивши, компанія хоче розрахуватися, а тим часом виникають труднощі: наприклад, бар не може прийняти кредитку клієнта чи якийсь тип платіжної картки. POS-систему можна налаштувати так, щоб клієнт міг оплатити свої замовлення абсолютно будь-яким способом: готівкою, кредитною карткою, карткою Master Card чи Visa або будь-яким іншим типом платіжної картки.

Скриншот інтерфейсу POS-системи для оформлення платежу. Вгорі вказано «Чек №21 Стр. 1». Ліворуч розташована цифрова клавіатура з кнопками 250, 300, 7, 8, 9, 4, 5, 6, 1, 2, 3, ., 0 та кнопкою «✕». У центрі екрана вказано суму до оплати: **До оплати: 228,00 €**. Нижче цієї суми наведено способи оплати:

- Готівкою: 28 €
- Карткою: 0 €
- Депозитом (макс. 200 €): 200 €
- Сертифікатом
- Табло: Готується
- Додатковий пункт меню «...»

Нижче цих опцій знаходиться перемикач «Надрукувати чек». У нижній частині екрана є дві кнопки: «Закрити без оплати» (червоний текст) та «Оплатити» (зелена кнопка).

Рисунок 1.4 – Налаштування POS-системи на вид платежу [4].

Меню бару

Щоб скласти меню бару менеджер разом із бартендером розробляють рецепти напоїв. Класичні коктейлі у закладі готують за визначенням. Зазначимо, що не в кожному меню бару можна побачити перелік класичних коктейлів, але їхній рецепт приготування повинен знати кожен бартендер. Тому, залежно від закладу, меню бару може включати перелік класичних, популярних, авторських та оригінальних коктейлів із зазначенням їх виходу та ціни. Відповідальність за актуальність меню лежить на менеджері бару, він також відповідає за якість приготованих напоїв бартендерами. Також у меню бару можуть бути страви. Деякі заклади роблять одне меню для напоїв та легких закусок. Коли інші роблять окремо меню бару, винну карту та меню страв. Страви в меню повинні мати назву, опис інгредієнтів, які використовувалися для приготування страви, вагу та ціну.

Щоб заклад заробляв, а гості поверталися до бару, важливо створити атмосферу для цільової аудиторії. При цьому одного творчого підходу буде мало. Ресторанний бізнес вимагає максимальної віддачі, передбачає наявність організаційних навичок, розважливості, створення атмосфери для цільової аудиторії та злагодженої роботи персоналу.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ ФУНКЦІОНУВАННЯ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО КОМПЛЕКСУ «БОЖЕДАР»

2.1 Організаційно-економічна характеристика готельно-ресторанного комплексу «Божедар»

Готельно-ресторанний комплекс «Божедар» пропонує відпочинок поза межами міста в мальовничому місці біля озера, всього у 3 хвилинах від Вінниці. Відстань до центру Вінниці складає 9 км, до автовокзалу близько 1 км, до залізничного вокзалу - 11 км. Розташування закладу дозволяє зупинитись на відпочинок, не заїжджаючи у місто, оскільки готельно-ресторанний комплекс знаходиться на об'їзному шосе.

На території закладу розташовані 6 двоповерхових котеджи для проживання. Кожен котедж розрахований на 4 осіб, здається як номер. У ньому є усе необхідне для комфортного проведення часу. Кожен номер оснащений одним двомісним ліжком та розкладним диваном. У номері є балкон, кондиціонер, електричний чайник, ванна кімната, фен, телевізор, холодильник, стіл, шафа.



Рисунок 2.1 – Екстер'єр готельного номера

Реєстрація заїзду: з 14:00 - 24:00 години. Реєстрація від'їзду: з 09:00 - 12:00 години . Діти до 3-х років проживають безкоштовно без надання додаткового місця. Додаткові місця не надаються. Вартість номеру 4000 грн.

Гостям готельно-ресторанного комплексу «Божедар» доступні наступні послуги (які можуть потребувати додаткової оплати):

- бар;
- інтернет;
- автостоянка;
- ресторан;
- термінал для оплати карткою;
- кав'ярня на території;
- електрогенератор;
- укриття в готелі;
- зарядка для електроавтомобілів;
- прокат катамаранів;
- дитячий майданчик.

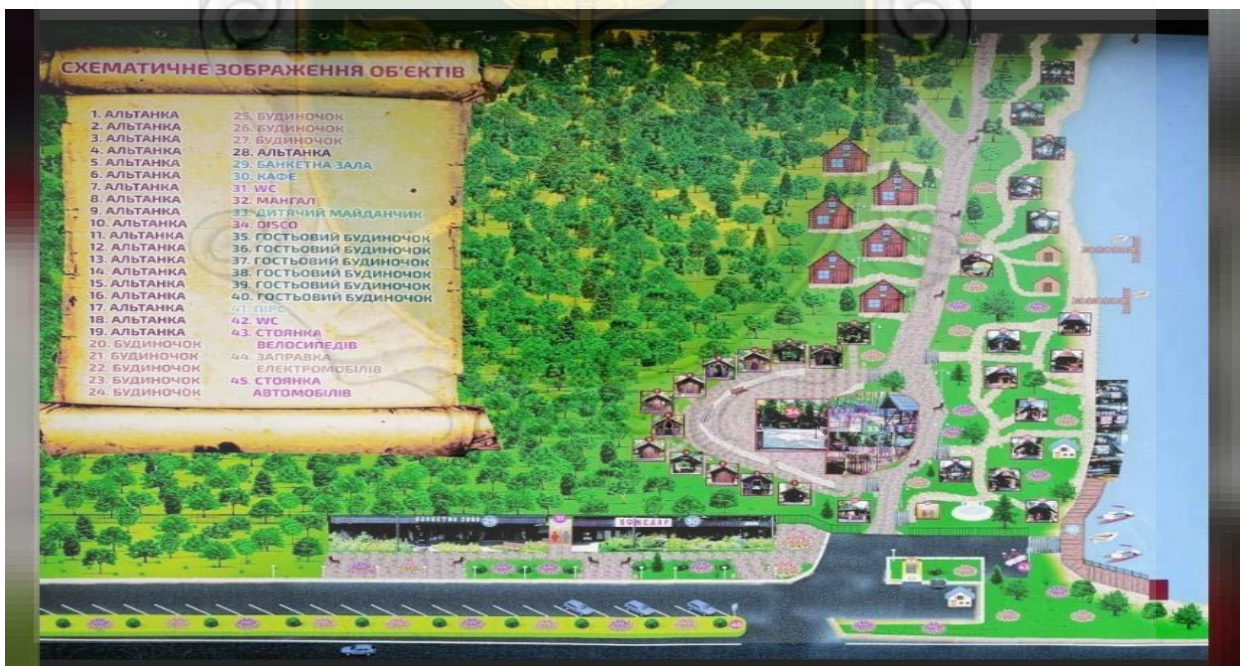


Рисунок 2.2 – Схема розташування об'єктів на території ГРК «Божедар»

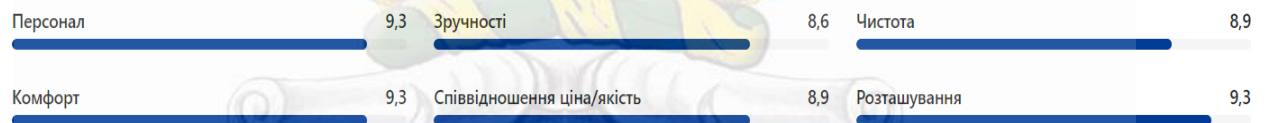
На території працює ресторан, де можна смачно пообідати та повечеряти стравами української кухні. Для осіб, що проживають у котеджах, діє знижка 10% на обіди та вечері. Зала ресторану розрахована на 80 осіб. Торговельна зала кафе розрахована на 30 гостей. При кафе є безконтактний бар. На території готельно-ресторанного комплексу розташовані 20 альянок, 8 з яких вміщують до 4 осіб кожна, 12 – до 10 осіб кожна.

Відгуки гостей

Переглянути наявність місць

9,3 Чудово · 7 відгуків [Читати всі відгуки](#)

Категорії:



Виберіть теми, які вас цікавлять:

+ Сніданок + Розташування + Спокій + Номер + Чистота

[Читати всі відгуки](#)

Рисунок 2.3 – Відгуки гостей про ГРК «Божедар» на сайті www.booking.com

Як бачимо на рис. 2.3 відвідувачі надають високу оцінку готельно-ресторанному комплексу. Із максимальних 10 балів персонал отримав 9,3; комфорт- 9,3; зручності - 8,6; співвідношення ціна/якість – 8,9; чистота – 8,9; розташування – 9,3.

У закладі працює привітний персонал. Кількість персоналу 20 осіб. Треба зазначити, що заклад працює без адміністратора та сомельє. Ці функції покладено на офіціантів. Колектив ресторану є єдиною командою, яка прагне задовольняти потреби клієнтів в якісному обслуговуванні та їжі, і отриманні максимального прибутку.

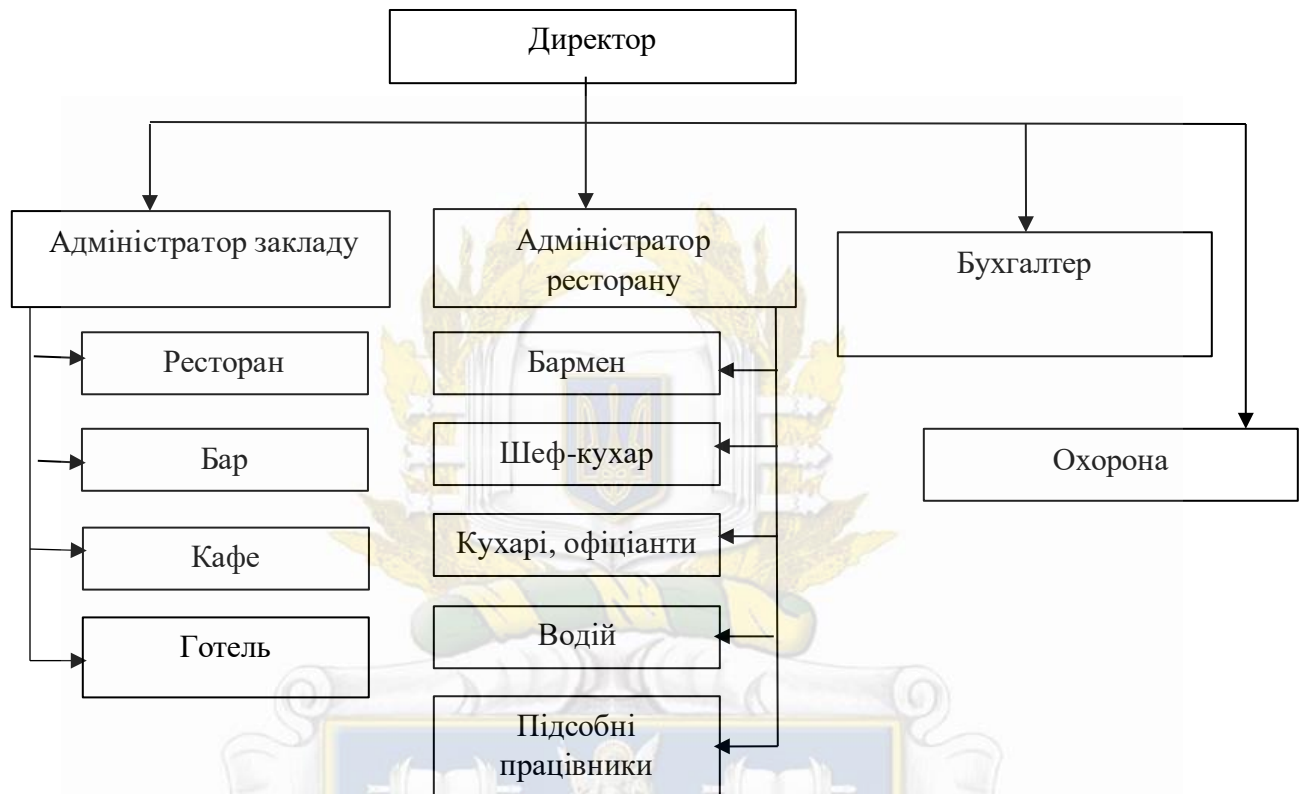


Рисунок 2.4 - Організаційно-управлінська структура ГРК «Божедар»

Дослідження господарської діяльності закладу розпочнемо з формування майна ГРК у період 2022-2024 рр. (табл. 2.1).

Таблиця 2.1 – Аналіз формування майна ГРК «Божедар» у 2022-2024 рр.

Показник	Роки			Відхилення 2023 /2022		Відхилення 2024 /2023	
	2022	2023	2024	+/-	%		
Необоротні активи, тис. грн.	1210,0	1420,0	1280,0	210,0	17,3	-140,0	-9,8
Оборотні активи, тис. грн.	1750,0	1801,0	1780,0	-51,0	-2,9	-21,0	-1,2
Власний капітал, тис. грн.	1700,0	2120,0	1840,0	420,0	24,7	-280,0	-13,2
Поточні зобов'язання, тис. грн.	1260,0	1101,0	1220,0	-159,0	-12,6	119,0	10,8
Баланс, тис. грн.	2960,0	3230,0	3060,0	270,0	9,1	-170,0	-5,3

Отже, у 2023 р. порівняно із 2022 р. необоротні активи підприємства зросли на 17,3%, у 2024 р. порівняно із 2023 р. вони характеризуються зменшенням на 9,8% та становлять 1280,0 тис. грн. Оборотні активи у 2023 р. порівняно із 2022 р. зменшились на 2,9%, у 2024 р. порівняно із 2023 р. зменшення відбулось на 1,2%, так у 2024 р. оборотні активи підприємства дорівнюють 1780,0 тис. грн. Власний к.апітал у 2023 р. порівняно із 2.022 р. зріс на 24,7%. У 2024 р. п.орівняно із 2023 р. він характеризується зменшенням на 13,2% та становить 1840,0 тис. грн. Поточні зобов'язання у 2023 р. порівняно із 2022 р. зменшились на 12,6%, у 2024 р. порівняно із 2023 р. вони характеризуються зростанням на 10,8% та становлять 1220,0 тис. грн.

Загальні активи підприємства у 2023 р. порівняно із 2022 р. зросли на 9,1%. У 2024 р. порівняно із 2023 р. вони характеризуються зменшенням на 5,3% та становлять 3060,0 тис. грн.

Далі проведемо аналіз формування фінансових результатів ГРК у 2022-2024 рр. (табл. 2.2). Аналіз формування фінансових результатів показав, що у 2023 р. порівняно із 2022 р. чистий дохід характеризується зменшенням на 47,3%, що є наслідком війни в країні.

У 2024 р. порівняно із 2023 р. чистий дохід зріс на 115,6% та становить 5925,0 тис. грн. Собівартість у 2023 р. порівняно із 2022 р. зменшилась на 4.6,0%, у 2024 р. порівняно із 2023 р. вона зросла на 105,5% та становить 3934,0 тис. грн.

Таблиця 2.2 - Формування фінансових результатів ГРК «Божедар» у 2022-2024 рр.

Показники	2022	2023	2024	Відхилення 2023 від 2022		Відхилення 2024 від 2023	
				+/-	%	+/-	%
Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів,робіт, послуг), тис. грн.	5214,0	2748,0	5925,0	-2466,0	-47,3	3177,0	115,6

Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн.	3545,0	1914,0	3934,0	-1631,0	-46,0	2020,0	105,5
Валовий прибуток, тис. грн.	1669,0	834,0	1991,0	-835,0	-50,0	1157,0	138,7
Інші операційні доходи, тис. грн.	44,0	21,0	56,0	-23,0	-52,3	35,0	166,7
Адміністративні витрати, тис. грн.	89,0	62,0	81,0	27,0	-30,3	19,0	30,6
Витрати на збут, тис. грн.	69,0	51,0	78,0	-18,0	-26,1	27,0	52,9
Фінансові результати від операційної діяльності: прибуток / збиток, тис. грн.	1555,0	742,0	1888,0	-813,0	-52,3	1146,0	154,4
Фінансові витрати	28,0	6,0	12,0	-22,0	-78,6	6,0	100,0
Фінансовий результат до оподаткування прибуток / збиток, тис. грн.	1527,0	736,0	1876,0	-791,0	-51,8	1140,0	154,9
Податок на прибуток, тис. грн.	275,0	133,0	338,0	-142,0	-51,6	205,0	154,1
Чистий прибуток / збиток, тис. грн.	1252,0	603,0	1538,0	-649,0	-107,6	935,0	155,0

Валовий прибуток у 2023 р. порівняно із 2022 р. зменшився на 50,0%, у 2024 р. порівняно із 2023 р. він характеризується зростанням на 138,7% та становить 1991,0 тис. грн. Інші операційні доходи у 2023 р. порівняно із 2022 р. характеризуються зменшенням на 52,3%, у 2024 р. порівняно із 2023 р. вони зросли на 166,7% та становлять 56,0 тис. грн.

Адміністративні витрати у 2023 р. порівняно із 2022 р. зменшились на 30,3%, у 2024 р. порівняно із 2023 р. вони зросли на 30,6% та становлять 81,0 тис. грн. Витрати на збут у 2023 р. порівняно із 2022 р. зменшились на 26,1%, у 2024 р. порівняно із 2023 р. вони зросли на 52,9% та дорівнюють 78,0 тис. грн. Операційний прибуток у 2023 р. порівняно із 2022 р. зменшився на 52,3%, у 2024 р. порівняно із 2023 р. він зріс на 154,4% та становить 1888,0 тис. грн.

Фінансові витрати у 2023 р. порівняно із 2022 р. зменшились на 78,6%, у 2024 р. порівняно із 2023 р. вони зросли на 100,0% та становлять 12,0 тис. грн. Прибуток до оподаткування у 2023 р. порівняно із 2022 р. зменшився на 51,8%, у

2024 р. порівняно із 2023 р. він зріс на 154,9% та становить 1876,0 тис. грн. Чистий прибуток у 2023 р. порівняно із 2022 р. зменшився на 107,6%, у 2024 р. порівняно із 2023 р. зріс на 155,0% та становить 1538,0 тис. грн.

Далі проведемо аналіз платоспроможності та фінансової стійкості ГРК «Божедар» у 2022-2024 рр. (табл. 2.3).

Коефіцієнт автономії у 2024 р. порівняно із 2023 р. характеризується зменшенням на 0,05 п. та становить 0,6. Даний показник говорить про те, що підприємство на 60,0% фінансується за власний кошт. Коефіцієнт фінансової стабільності у 2024 р. порівняно із 2023р. зменшився на 0,4 п. та дорівнює 1,51, і говорить про те, що власні кошти переважають над залученими коштами.

Таблиця 2.3 – Аналіз показників платоспроможності та фінансової стійкості ГРК «Божедар» у 2022-2024 рр.

Показники	Роки			Відхилення (+/-)	
	2022	2023	2024	2023/2022	2024/2023
Коефіцієнт автономії	0,57	0,65	0,60	0,08	-0,05
Коефіцієнт фінансової стабільності	1,35	1,91	1,51	0,56	-0,4
Коефіцієнт забезпеченості власними оборотними засобами	0,28	0,39	0,31	0,11	-0,08
Коефіцієнт фінансової залежності	1,74	1,52	1,66	-0,22	0,14
Коефіцієнт співвідношення залученого і власного капіталу	0,74	0,52	0,66	-0,22	0,14
Коефіцієнт концентрації залученого капіталу	0,42	0,34	0,4	-0,08	0,06

Коефіцієнт забезпеченості власними оборотними засобами у 2024 р. порівняно із 2023 р. зменшився на 0,08п. та дорівнює 0,31, це частина матеріальних оборотних засобів, яка фінансується за рахунок засобів чистого оборотного капіталу. Коефіцієнт фінансової залежності у 2024 р. порівняно із 2023 р. зріс на 0,14 п. та становить 1,66, показник вказує на рівень запозичених коштів у структурі капіталу підприємства. Коефіцієнт співвідношення залученого і власного капіталу у 2024 р. порівняно із 2023 р. зріс на 0,14 п. та становить 0,66, тобто на кожну гривню власного капіталу припадає 0,66 грн. залученого капіталу. Коефіцієнт концентрації залученого капіталу у 2024 р.

порівняно із 2023 р. зріс на 0,06 п. та становить 0,4, це частка активів, яка фінансується за рахунок запозиченого капіталу підприємства.

Проведемо аналіз показників ліквідності ГРК «Божедар» у 2022-2024 рр. (табл. 2.4). У 2024 р. порівняно із 2023 р. всі аналізовані показники ліквідності підприємства характеризуються зменшенням.

Коефіцієнт загальної ліквідності у 2024 р. порівняно із 2023 р. зменшився на 0,17 п. та становить 1,46, він вказує скільки гривень поточних активів припадає на одну г.ривню поточних зобов'язань.

Таблиця 2.4 – Аналіз показників ліквідності ресторану ГРК «Божедар» у 2022-2024 рр.

Показники	Норм.	Роки			Відхилення (+/-)	
		2022	2023	2024	2023/2022	2024/2023
1.Коефіцієнт загальної ліквідності	>1-2	1,39	1,63	1,46	0,24	-0,17
2.Коефіцієнт поточної ліквідності	>0,6	0,88	1,05	0,88	0,17	-0,17
3.Коефіцієнт абсолютної ліквідності	>0,2	0,095	0,396	0,172	0,301	-0,224
4.Робочий капітал	>0	490	700	560	210	-140

Коефіцієнт поточної ліквідності у 2024 р. порівняно із 2023 р. зменшився на 0,17 п. та становить 0,88, він вказує на частину поточних зобов'язань яку підприємство здатне погасити за рахунок найбільш ліквідних активів.

Коефіцієнт абсолютної ліквідності у 2024 р. порівняно із 2023 р. зменшився на 0,224 п. та становить 0,172, він вказує на частину поточних зобов'язань яку підприємство спроможне погасити за рахунок грошових коштів. Показник робочого капіталу у 2024 р. становить 5160,0 тис. грн., це фінансова подушка підприємства. Загалом аналіз показників ліквідності показав, що всі показники є в межах нормативних значень.

Проведемо аналіз показників ділової активності ГРК «Божедар» у 2022-2024 рр. (табл. 2.5). Коефіцієнт оборотності активів у 2023 р. порівняно із 2022 р. зменшився на 0,91 п. у 2024 р., що призвело до тривалості обороту активів підприємства на 218,5 днів. У 2024 р. порівняно із 2023 р. коефіцієнт оборотності активів зріс на 1,08 п. та становить 1,93, тривалість обороту активів зменшилась на 236,8 днів та становить у 2024 р. 186,5 днів.

Таблиця 2.5 – Аналіз показників ділової активності ГРК «Божедар» у 2022-2024 рр.

Показник	2022	2023	2024	Відхилення (+/-)	
				2023/2022	2024/2023
Коефіцієнт оборотності активів	1,76	0,85	1,93	-0,91	1,08
Тривалість обороту активів (дні)	204,5	423,0	186,5	218,5	-236,8
Коефіцієнт оборотності оборотних активів	2,98	1,52	3,32	-1,46	1,8
Тривалість обороту оборотних активів (дні)	120,8	236,8	108,4	116,0	-128,4
Коефіцієнт оборотності власного капіталу	3,06	1,29	3,22	-1,77	1,93
Тривалість обороту власного капіталу (дні)	117,6	279,0	111,8	161,4	-167,2
Коефіцієнт оборотності виробничих запасів	5,54	2,99	5,54	-2,55	2,55
Тривалість обороту виробничих запасів (дні)	64,9	120,4	65,0	55,5	-55,4

Коефіцієнт оборотності оборотних активів у 2023 р. порівняно із 2022 р. зменшився на 1,46 п., що призвело до зростання тривалості обороту оборотних активів на 116,0 днів, у 2024 р. порівняно із 2023 р. коефіцієнт оборотності оборотних активів зріс на 1,8 п. та становить 3,32, тривалість обороту оборотних активів зменшилась на 128,4 дні та становить 108,4 дні.

Коефіцієнт оборотності власного капіталу у 2023 р. порівняно із 2022 р. зменшився на 1,77 п., що призвело до зростання тривалості обороту власного капіталу на 161,4 дні. У 2024 р. порівняно із 2023 р. коефіцієнт оборотності власного капіталу зріс на 1,93 п. та становить 3,22, тривалість обороту власного капіталу зменшилась на 167,2 дні та становить 111,8 днів.

Коефіцієнт оборотності виробничих запасів у 2023 р. порівняно із 2022 р. зменшився на 2,55, що призвело до зростання тривалості обороту виробничих запасів на 55,5 дні, у 2024 р. порівняно із 2023 р. коефіцієнт оборотності виробничих запасів зріс на 2,55 та становить 5,54, тривалість обороту виробничих запасів становить 65,0 днів.

Погіршення показників ділової активності закладу у 2023 р. є наслідком війни, введенням комендантської години, що призвело до зниження суми чистого доходу закладу. У 2024 р. всі показники ділової активності характеризуються покращенням.

Далі проведемо розрахунок показників рентабельності ГРК «Божедар» у 2022-2024 рр. (табл. 2.6).

Таблиця 2.6 – Аналіз показників рентабельності ГРК «Божедар» у 2022-2024 рр.

Показники	Роки			Відхилення (+/-)	
	2022	2023	2024	2023/2022	2024/2023
Рентабельність продажу, %	24,01	21,94	25,96	-2,07	4,02
Рентабельність продукції, %	35,32	31,5	39,09	-3,82	7,59
Рентабельність власного капіталу, %	73,64	28,44	83,58	-45,2	55,14
Рентабельність активів, %	42,29	18,67	50,26	-23,62	31,59

Отже, у 2023 р. порівняно із 2022 р. показники рентабельності характеризуються погіршенням, що сталося в результаті зменшення суми чистого прибутку підприємства. У 2024 р. рентабельність продажів становить 25,96%, тобто на кожен гривню чистого доходу припадає 0,2596 грн. чистого прибутку. Показник рентабельності продукції у 2024 р. становить 39,09%, тобто на кожен гривню собівартості припадає 0,3909 грн. чистого прибутку. Показник рентабельності власного капіталу становить 83,58%, тобто на кожен гривню власного капіталу припадає 0,8358 грн. чистого прибутку. Показник

рентабельності активів у 2.024 р. становить 50,26%, тобто на кожну гривню активів припадає 0,5026 грн. чистого прибутку.

Загалом проведений аналіз фінансово-господарської діяльності ГРК «Божедар» показав, що підприємство є прибутковим. Рентабельним, платоспроможним та ліквідним і вдало здійснює свою діяльність на ринку.

2.2. Діяльність бару при готельно-ресторанному комплексі «Божедар»

Бар при готельно-ресторанному комплексі «Божедар» знаходиться у приміщенні кафе. Окремої світової вивіски з елементами оформлення не має.

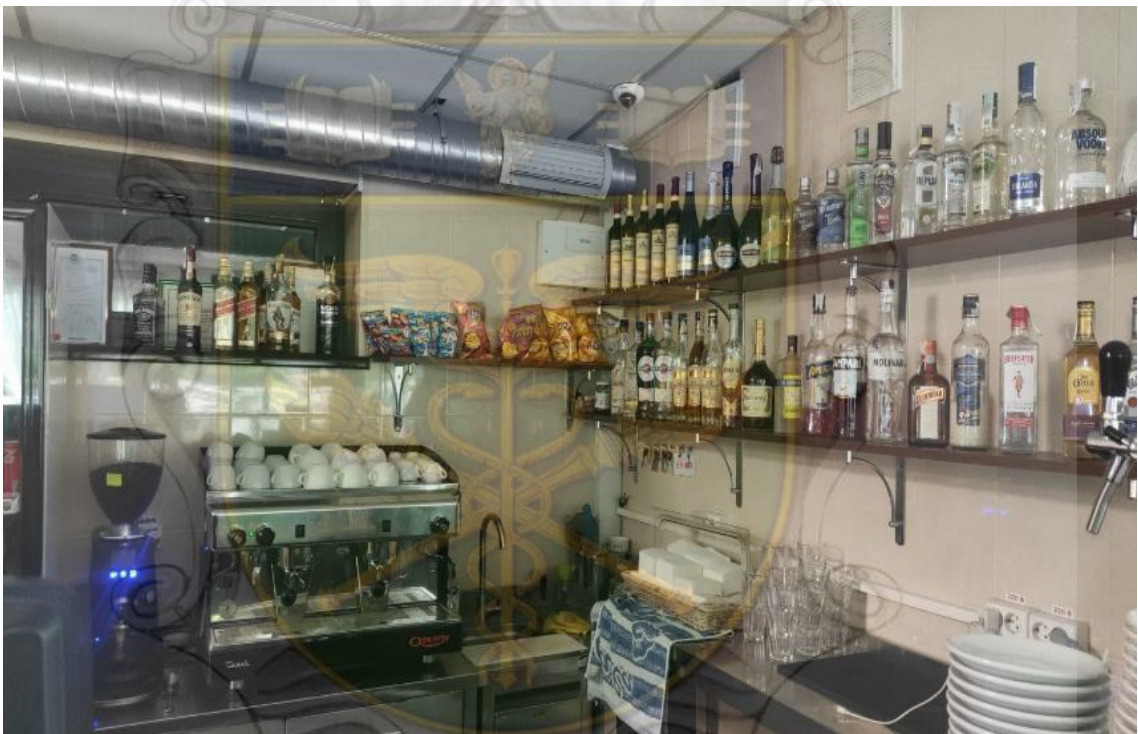


Рисунок 2.5 – Бар при кафе готельно-ресторанного комплексу «Божедар»

У оформленні інтер'єру зали кафе та бару не використані вишукані і оригінальні декоративні елементи, які відтворюють єдинство стилю. Для досягнення оптимального мікроклімату у приміщенні використовують систему

кондиціонування повітря та приточно-витяжну вентиляцію. Освітлення бару не має спеціальних світильників, які б розсіювали світло від стін і стелі.

Бар має барну стійку тільки для видачі напоїв гостям. Посадкових місць для гостей за барною стійкою не передбачено. Функції бару при кафе – це продаж алкогольних та безалкогольних напоїв, приготування нескладних коктейлів та розрахунок гостей які зробили замовлення в кафе.

Аналізуючи меню бару (Додаток А), можна зробити висновок що в асортименті напоїв переважають гарячі напої (кава, чай), холодні безалкогольні напої представлені мінеральною водою та соками від різних виробників, у меню є лимонад та узвар власного приготування (ці напої готуються на кухні кафе, а реалізуються через бар).

Що стосується алкогольних коктейлів, то їх всього 10. Всі вони мають відому рецептуру і вже давно стали популярними у їх поціновувачів.

Безалкогольні коктейлі налічують всього 3 пропозиції. Серед них є коктейль «Молочний персик», який розроблений барменами закладу.

В його склад входять: персиковий сік – 160 мл; полуничний сироп – 25 мл; молоко – 30 мл; лимонний сік – 30 мл; апельсин – 20 грм; м'ята – 5 грм; лід.



Рисунок 2.6 – Фірмовий безалкогольний коктейль «Молочний персик»

У барі працюють два бармена – жінки. У своїй роботі вони використовують класичний стиль роботи. Цей стиль відрізняється своєю консервативністю і строгістю, починаючи з одягу бармена і закінчуючи правилами приготування і подачі напоїв. Для класичного стилю характерні такі особливості, як полірування посуду, охолодження келиха, вимір компонентів коктейлю по мірній склянці - джіггер, відсутність рідини в склянці після приготування напою та ін.

Інвентар та інструменти бару:

- мірний посуд - мензурка, джіггер, унцовка, мірний кухоль (застосовується для відмірювання певних порцій напоїв, місткістю 50, 100, 200мл і більш);
- стандартний (європейський) шейкер для приготування коктейлів складається з трьох частин із спеціальним ситечком;
- стрейнер для проціджування напоїв і відділення льоду;
- відро для льоду (айс-бакет) для зберігання шматочків льоду (подачі їх до столу відвідувача), у комплект входить кришка, що оберігає лід від сторонніх запахів;
- блендер (електроміксер з трьома швидкостями обертання), призначений для приготування багатокомпонентних напоїв на основі молока, сливок, соків з додаванням фруктів і великої кількості льоду;
- соковижималка (для вичавлювання соку з цитрусових: лимонів, апельсинів, грейпфрутів);
- млин для льоду (для його подрібнення - фраппе);
- місткості для цукрового сиропу, сливок, соку;
- стакан змішувача місткістю до 500 мл для розмішування і охолодження змішаних напоїв, що не містять підсолоджуючого компоненту і емульгаторів. У стакані змішувача можна приготувати 5 - 6 змішаних напоїв.

Барний інструмент:

- щипці для льоду (ними витягують лід з відерка), використовуються як барменом, так і відвідувачем;
- штопор для витягання пробок з винних пляшок безпосередньо у столів для відвідувачів і для розливу пляшок з фольгою на пробці;
- карбовочний ніж для приготування фруктових кульок;
- ніж для зняття цедри з цитрусових плодів спіралевидної форми;
- барна ложка з неіржавіючої сталі; вона має довгу ручку для приготування змішаних напоїв; п'ятачком на її кінці розтирають пряну зелень; коротку ручку використовують для приготування шаруватих коктейлів, морозива;
- барний ніж з неіржавіючої сталі, використовується для нарізування фруктів;
- гейзери-дозатори для розливу натуральних напоїв з пляшок; вони складаються з металевої трубочки з вихідним отвором для повітря і використовуються для безперервного наливання напоїв тонким струменем;
- ложка для льоду з отворами для стоку води;
- обробна дошка для нарізування фруктів; лоток для фруктів.

Всі інструменти завжди чисті і сухі, відкриті для провітрювання. Барний інструмент розташовується в найбільш зручному для роботи місці і після використання повертається на місце зберігання.

У барі є каво-машина, електро-чайник, холодильник, мийна ванна.

Так, зліва від бармена розташовані: посуд і інвентар для приготування змішаних напоїв. Каво-машину та кавомолку і кавові чашки з блюдцями розташовують на нижній стійці бару. На таці правіше від чашок рядами ставиться посуд в такому порядку: чим він вищий, тим далі від бармена його ставлять. В нижній частині на стелажі – розміщують пляшки з часто використовуваними алкогольними напоями. На окремій полиці розміщують полотенця та серветки.

На верхньому ярусі в направляючих для скляного посуду напроти пляшок з

напоями розташовують рюмки та бокали. В пристінному модулі на полицях по прямим лініям розташовують пляшки з алкоголем і мінеральною водою. В кожному ряду повинно стояти по 3, 6, 12 пляшок одної торгової марки. Тут же розташовують більшу частину напоїв, ті які користуються більшим попитом розташовують ближче до бармена. Порядок розташування напоїв протягом робочого дня не змінюється, що спонукає дії бармена до автоматизму.

Справа від бармена в основному розміщують холодильне обладнання. Тут встановлена холодильна шафа для зберігання фруктів, ягідного пюре, льоду, шампанського та ін. Над холодильною шафою ставлять рядами склянки для напоїв.

Посуд і обладнання миється одразу ж після використання, тому що засохлі залишки продуктів дуже складно відчистити. Склянки і келихи, чарки після миття ставляться перевернутими на таці. Скляний посуд перед використанням ретельно протирають чистою серветкою до блиску.

Робота бару не автоматизована сучасними системами контролю та обліку. Бар реалізує напої через готівковий та безготівковий рахунок. Відповідальність за гроші і матеріальні цінності покладаються на барменів. Рецептúra коктейлів виписується барменом на калькуляційних картах і затверджується керівником.

Передача товарно-матеріальних цінностей по зміні від одного бармена іншому оформлюється актом обов'язково у присутності представників адміністрації, які закріплюють цей акт підписом.

Функціональні обов'язки бармена у барі кафе готельно-ресторанного комплексу «Божедар» не потребують від персоналу високої майстерності у приготуванні коктейлів, та спеціальних комунікативних навичок у спілкуванні з гостями, тому що бар є безконтактним.

Вимоги до барменів: власний стиль обслуговування; добре розвинений периферичний зір - одночасне приготування напоїв та розмова з гостями; вміння дотримуватися золоті середини; не бути занадто настирливим, занадто

прислужливим чи агресивним; дружелюбство, ввічливість, тактовність, стриманість; не показувати ознак стомлюваності; бути пластичним, елегантним, підтягнутим, завжди посміхатися; швидко і акуратно робити власну справу.

Основні правила обслуговування:

1. Необхідно вислухати гостя не перебиваючи його.
2. Карта бару подається тільки лицьовою стороною до гостя.
3. Не можна забирати порожній келих, поки гість не одержав наступний напій чи не пішов із закладу.
4. Рахунок подається тільки на прохання гостя.

При виборі гостем напою бармен зобов'язаний дати повну інформацію про його якість і смак. При відсутності замовленого напою потрібно запропонувати інший, а не відмовляти у замовленні. Бармен не повинен тиснути на гостей, пропонуючи той чи інший напій, але він повинен вміти добре продати будь який напій. Якщо гість не визначився у назві напою, бармен може спробувати йому запропонувати спочатку більш дорогі напої. Отримавши замовлення, бармен щоб уникнути помилок повинен його повторити. У цей момент також виникає спілкування з гостем і встановлюється більш близький контакт. При виконанні замовлення бармен повинен стояти навпроти гостя обличчям до нього.

РОЗДІЛ 3

НАПРЯМКИ ПОКРАЩЕННЯ РОБОТИ БАРУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО КОМПЛЕКСУ «БОЖЕДАР»

2.2 Концепція створення лаунж-бару для готельно-ресторанного комплексу «Божедар»

За словниковим значенням, назва лаунж-бар пішла від слова «lounge», що у перекладі із англійської означає «вітальню» або «кімнату для відпочинку». Перші лаунж-бари з'явилися у готелях та аеропортах як спеціальні приміщення, призначені для спокійного відпочинку та вживання напоїв. З часом цей концепт поширився і на самостійні заклади.

У лаунж-барах гості можуть розслабитися на зручних кріслах або диванах, використовувати невеликі столики, переглядати телевізор, слухати живу або тиху музику.

Варто зазначити, що лаунж-бар відрізняється від класичного бару і нічного клубу своєю спокійною та релаксуючою атмосферою, ідеально підходячи для дружніх зустрічей, невеликих компаній або відпочинку після робочого дня.

Зазвичай лаунж-бари розташовуються біля нічних розважальних закладів або поруч з ресторанами. Це робиться з метою того, щоб відвідувачі, які втомилися від шумних розваг та гамірного оточення, мали можливість відокремитися від інших і насолоджуватися спокійним часом на самоті або разом із своїми близькими друзями чи близькою людиною.

Інтер'єр пропонованого лаунж-бару має бути просторий. Освітлення дуже темне, схоже на клубне, в закладі планується створити три різні зони для відпочинку. Перша з них - ігрова (більярд), друга - барна стійка з барними стільцями, а третя - зона для спокійного відпочинку зі столиками і м'якими

меблями. Великі панорамні вікна надають закладу чудовий вид на навколишню місцевість.

Конкурентні переваги проєктованого лаунж-бару включають:

- індивідуальний технічний проєкт закладу;
- унікальний дизайн інтер'єру та зовнішнього оформлення;
- високий рівень комфорту, включаючи максимальну кількість зручностей для гостей, яких більше, ніж у конкуруючих підприємствах;
- великий вибір закусок, елітного алкоголю, присутні фірмові коктейлі;
- привітний персонал.

Для реалізації проєкту керівництву готельно-ресторанного комплексу «Божедар» рекомендуємо наступний план дій.

1. Скористатися рестораним консалтингом — це послуга, яку надає команда експертів індустрії гостинності. Більшу частину всієї роботи над відкриттям закладу беруть на себе професіонали: проводять маркетингове дослідження, розробляють концепцію, складають бізнес-план, співпрацюють з дизайнерами, підбирають і навчають персонал, розробляють меню і рекламні програми.

Вартість роботи експертів починається від 40 000 грн.

2. Підібрати приміщення. Приміщенням для лаунж-бару буде приміщення кафе готельно-ресторанного комплексу «Божедар». У структурі ГРК не доцільно мати ресторан і кафе. Замість кафе пропонуємо створити повноцінний бар, який пропонував би гостям і напої і закуски. Середній чек у такому закладі буде значно вищим ніж у кафе.

Витрати на ремонт і обробку значно знижуються при виборі профільного приміщення, де раніше був ресторан або кафе. Косметичні роботи стартують з суми в 600 грн. за м². Капітальна обробка коштує вже 2800 грн. Разом за ремонт виходить від 96 000 грн. до 448 000 грн.

Здійснити технологічне проектування, що включає підбір обладнання, схему

оптимальної його розстановки, план-прив'язку обладнання до інженерних мереж. Вартість робіт для об'єкта понад 100 м² - 80 грн. за м², тобто 12 800 грн.

Початкові витрати на приміщення - 155 520 грн.

3. Розробити дизайн і фірмовий стиль бару. Розробка дизайн-проекту - це цілий комплекс послуг: розробка концепції дизайну, 3D-візуалізація, підбір матеріалів, меблів і декору, дизайн фасадів будівель і прилеглої території, авторський нагляд. Вартість дизайн-проекту розраховується за тарифом 480 грн. за м². Повний дизайн інтер'єру - 76 800 грн. Дизайн фасаду - 140 грн. за м² і 22 400 грн. відповідно.

Створення фірмового стилю закладу обов'язково для його індивідуального образу і відмінності від конкурентів. Поняття фірмовий стиль має на увазі розробку логотипу, персонажа, корпоративного шрифту і кольору. Вартість - від 20 000 грн. за базовий рівень.

4. Оснащення лаунж-бару. Для приготування і подачі напоїв, страв, закусок і десертів знадобиться:

Таблиця 3.1 – Обладнання для лаунж-бару

Обладнання	Ціни в грн
Блендер KITCHEN AID	10 956
Міксер барний VEMA	13 965
Льодогенератор ICEMATIC	29 410
Соковижималка ROBOT COUPE	37 926
Льодоподрібнювач механічний	835
Кавомашина автоматична С.М.А. ASTORIA	82 496
Пароконвектомат TECNOEKA EVOLUTION	79 153
Піч для піци GAM	14 020
Плита Електрична ПЕ-0.48 м чотириконфорочна з жарочною шафою	16 368
Плита індукційна настільна BOK	7 806
Міксер KITCHEN AID	24 396
М'ясорубка «Convito»	16 100
Слайсер «Convito»	7 545
Овочерізка «Convito»	17 193
Стіл охолоджуваний NICOLD	23 990
Міксер барний	2 419
Машина (посудомийна) MACH	26 756
Фритюрниця АМІТЕК	6 926
Піч СВЧ -	10 944

Марміт для картоплі фрі	10 108
Вітрина-марміт для бургерів	10 840
Шафа холодильна Аріада	18 240
Шафа холодильна барна «Convito»	9 338
Шафа морозильна Аріада	21 489
Шафа холодильна барна «Convito»	10 944
Ванна мийна двосекційна (2 шт.)	6 078
Стіл виробничий пристінний (2 шт.)	3 493
Стіл робочий острівний (2 шт.)	2 938
Полиця настінна суцільна (2 шт.)	1 313
Стіл робочий острівний (2 шт.)	3 160
Стелаж із суцільними полицями (2 шт.)	9 033

Таблиця 3.2 – Посуд, інвентар, столові прибори для лаунж-бару

Посуд, інвентар, столові прибори	Ціни в грн
Шейкер 0,55 л (2 шт.)	547
Риммер сіль-цукор-сік	158
Джиггер 20/40 г. (2 шт.)	161
Трубочки зі згином прозорі (3 000 шт.)	2 076
Направляюча для келихів (6 шт.)	1 648
Стакан хайбол 290 мл (40 шт.)	688
Стакан рокс 250 мл (40 шт.)	336
Стакан рокс 290 мл (40 шт.)	1 504
Харрікейн 380 мл (40 шт.)	2 672
Келих для коньяку 175 мл (40 шт.)	864
Келих для пива 500 мл (40 шт.)	928
Кружка для пива 500 мл (40 шт.)	2 464
Келих для пива 300 мл (40 шт.)	608
Чарка 70 мл (40 шт.)	816
Тарілка квадратна «Day» (30 шт.)	1 932
Салатник «Day» 350 мл (30 шт.)	1 128
Виделки, ножі, ложки столові, кавові та чайні	3 924
Ложка для абсенту	107
Ложка для морозива	6
Штопор важільний	87
Пробка-лієчка	36
Ємність для соку 1 л	72
Мензурка 50 мл	50
Піднос прогумований круглий 350x40 мм (30 шт.)	4 452

Таблиця 3.3 – Меблі для лаунж-бару

Меблі	Ціни в грн
Стілець «Брістоль» з м'яким сидінням (30 шт.)	67 200
Пристінний модуль барної стійки (5 шт.)	38 280
Стільниця 40 мм з ДСП з пластиком HPL	660
Модуль стійки прямий без гостьової стільниці	4 004
Модуль стійки кутовий	8 624
Модуль стійки прямий	4 002
Карниз стійки з опорами прямо	2 860
Стілець барний (8 шт.)	34 268

Разом витрати на відкриття лаунж-бару місткістю на 30 осіб обійдеться готельно-ресторанному комплексу «Божедар» орієнтовно у 924 883 грн.

3.2 Підвищення ефективності надання послуг у лаунж-барі через встановлення POS терміналів

Портативні системи з сенсорним екраном і POS можуть скоротити час обслуговування до п'яти хвилин за столом. Ресторани, які застосували кишенькові POS-системи, повідомляють про підвищення рівня задоволеності клієнтів і зменшення кількості помилок у замовленнях. Ці системи пропонують персоналу та клієнтам більшу гнучкість. Вони також дозволяють ресторанам ефективніше продавати продукти харчування чи спеціальні страви. Клієнти звикли до цих систем, і оскільки вони сприяють підвищеній точності замовлень, клієнти, як правило, отримують більше задоволення.

Краще надання послуг клієнтам і ефективніша робота ресторану означає кращу турботу про клієнтів і більш прибуткову діяльність, а отже, підвищення конкурентоспроможності підприємства.

SERVIO POS є сучасним набором модулів та інструментів, призначеним для автоматизації ресторанного бізнесу, і може впоратися з завданнями будь-якої

складності. Цей набір включає в себе такі компоненти:

- касова система, яка підтримує операційні системи windows, android та ios;
- складський модуль з можливістю ведення управлінського обліку, доступний через веб-інтерфейс;
- застосунок для мобільних офіціантів для зручного обслуговування гостей;
- кухонні термінали для замовлення та ведення кухонного обліку;
- інфо-дисплеї для відображення черги або загальної інформації у залі;
- центр замовлень, який інтегрований з сайтом закладу, додатком і чат-ботом;
- модуль керування доставкою та застосунок для кур'єрів для ефективної організації доставки страв;
- система лояльності, яка включає в себе дисконтну систему, бонуси, сертифікати та купони для залучення та утримання клієнтів;
- кіоски самообслуговування для зручного замовлення та оплати без прямого взаємодії з персоналом;
- облік робочого часу для ефективного управління персоналом;
- використання ботів для надання послуг клієнтам та допомоги персоналу;
- широкий спектр можливих інтеграцій для підтримки та розширення функціональності системи.

Для підвищення ефективності діяльності служби ресторану і бару ми пропонуємо закупити POS-термінали новітнього покоління.

POS-термінали представляють собою спеціальні банківські пристрої, які дозволяють виконувати основні операції з переказу фінансових коштів. Сучасні виробники пропонують широкий вибір POS-терміналів, кожен із яких прагне забезпечити високу якість і комфорт у користуванні. Ця різноманітність обумовлена потребами ринку та різними видами обладнання, що пропонуються.

Основні різниці між POS-терміналами зумовлені їхньою конструкцією. З

цієї точки зору, обладнання поділяється на дві головні категорії: мобільні та стаціонарні. Кожен з них має свої переваги і обмеження.

Стаціонарні POS-термінали призначені для використання в постійних торгових точках або підприємствах. Вони не можуть бути швидко переміщені в інше місце, на відміну від мобільних варіантів. Зазвичай їх використовують там, де передбачені регулярні операції з готівкою, такі як в магазинах, супермаркетах, аптеках та інших подібних закладах.

Мобільні POS-термінали є більш функціональними, оскільки їх можна легко переміщувати в межах торгового приміщення або в інші місця. Ці пристрої працюють на принципі вбудованого акумулятора, який може бути заряджений за допомогою спеціального зарядного пристрою.

Такі моделі повністю підкорюються ємності акумулятора і не потребують підключення до стаціонарної електричної мережі. Час роботи такого обладнання залежить від об'єму встановленого акумулятора і може варіюватися від кількох годин до декількох днів.

POS-термінали поділяються на два основних типи в залежності від методу управління: сенсорні і механічні. Механічні термінали використовуються за допомогою натискання кнопок на їхній панелі керування, що робить їх зручними для ситуацій з великим обсягом роботи, наприклад, банківських операцій. Сенсорні моделі, натомість, ідеально підходять для використання в аптеках, ресторанах та інших закладах, де вони можуть бути використані менш часто.

Вибір конкретного POS-терміналу повністю залежить від його майбутнього призначення та типу підприємства, де він буде встановлений. Також важливо враховувати очікувану кількість обслуговуваних клієнтів, оскільки це впливає на потрібну продуктивність пристрою.

При виборі POS-терміналу також слід звертати увагу на тип підключення до інших пристроїв і на виробника обладнання. Довіра варта лише тим компаніям, чий продукт має добру репутацію на світовому ринку. Перед покупкою

рекомендується детально вивчити відгуки власників конкретних моделей.

Ми пропонуємо закупити POS термінал Likeros Dual 15 з екраном покупця 15'' (рис. 3.1).

Зазвичай POS-термінал складається з компонентів, таких як монітор, системний блок, дисплей для покупця, програмована клавіатура, зчитувач карт, друкувальний пристрій, фіскальна одиниця і програмне забезпечення. Цей POS-термінал окрім іншого, має інтерфейс для взаємодії з користувачем, який допомагає знайти необхідний товар, ознайомитися з його ціною та терміном придатності тощо.

Pos-термінал Likeros Dual 15 з двома екранами комбінує в собі дві ключові споживчі переваги - доступну цінову політику та надійність у роботі. Цей pos-термінал відзначається довговічністю завдяки стійкому сенсорному емнісному екрану, системі охолодження без вентиляторів, яскравій та контрастній матриці і зчитувачу магнітних карт. Усе це сприяє стабільності, зручності та тривалому безвідмовному функціонуванню. Змінюючи нахил екрану, можна комфортно розмістити термінал на робочому місці з точки зору ергономіки.

Безперечно, додатковий екран є дуже корисною функцією. Під час розрахунку на касі він відображає клієнтові список придбаних товарів, а під час перерв між обслуговуванням клієнтів заповнюється актуальною маркетинговою інформацією, показуючи рекламні відеоролики та інформує про акції, які проводяться у вашому закладі.



Рисунок 3.1 - POS термінал Likeros Dual з екраном покупця 15''

Перевагою даного апарату в тому, що в ньому є додатковий монітор покупця, що робить його багатофункціональним терміналом. Технічні характеристики подані у табл. 3.4.

Таблиця 3.4 - Технічні характеристики POS терміналу Likeros Dual 15

Технічний елемент	Характеристики
Процесор	вбудований процесор на пасивному охолодженні Intel Celeron J1800 2,40 ГГц
Диск	швидкий SSD накопичувач на 128 GB
Оперативна пам'ять	8gb DDR3
Екран	2 x 15" екрани з роздільною здатністю 1024 x 768 та функцією touchscreen
На борту	4 x USB 3.0, 2 x USB 2.0 Serial/COM: 4 x RJ45 (2 з автономним живленням)
Додаткові функції	вбудований зчитувач магнітних карток на 3 доріжки; Ступінь захисту передньої панелі IP 55 Порти/периферія: 1x Gibabit Ethernet RJ-45 (8P8C) 6 x USB 2x RS232(COM):2-DB9, 1x VGA 1x Audio (вихід)
Вартість	26000 грн

Також ми пропонуємо закупити 3 портативних POS-терміналів нового покоління із вбудованим чековим принтером (рис. 3.2), оскільки це зручне та продуктивне рішення для підприємств будь-якого масштабу. Завдяки цьому пристрою можна оперативно проводити транзакції і негайно друкувати квитанції, забезпечуючи безперебійну взаємодію з клієнтами.



Рисунок 3.2 - POS-термінал із вбудованим принтером чеків сканування QR-коду

Цей POS-термінал спрощує бізнес-процеси, оскільки він забезпечує об'єднання функцій касового терміналу і чекового принтера, уникнення проблем зам'яття паперу та інших технічних неполадок. Цей пристрій також компактний і дуже простий у використанні, що робить його ідеальним вибором для роздрібних продавців, ресторанів та інших підприємств з великими обсягами транзакцій.

Вбудований принтер чеків забезпечує точні та професійні квитанції для клієнтів, які можуть бути налаштовані відповідно до потреб вашого бізнесу, включаючи можливість додавати брендовий стиль закладу.

Крім того, цей POS-термінал підтримує інтеграцію з іншими бізнес-системами, такими як програмне забезпечення для бухгалтерського обліку та керування запасами, що дозволяє оптимізувати бізнес-процеси і відстежувати продажі та запаси в режимі реального часу.

На нашу думку, POS-термінал із вбудованим принтером чеків є обов'язковим інструментом для швидкого та ефективного обслуговування транзакцій.

Технічні характеристики POS-терміналу із вбудованим принтером чеків сканування QR-коду подані у табл. 3.5.

Таблиця 3.5 - Технічні характеристики POS терміналу AURES SANGO MB

Технічний елемент	Характеристики
Процесор	Омар, чотириядерний процесор ARM7, 1,3 ГГц
Батарея	7,4 В 5000 мА•год
Місткість пам'яті	≥ 256 МБ, 1 ГБ ОЗП + 8 ГБ ПЗП
ОС	Андроїд
Розмір екрану	5,5 дюйма
Сенсорний екран	IPS, багатоточковий
Wi-Fi	Підтримка 802.11 б/г/н
Мікрофон	Вбудований

Друк	Термальний принтер, паперове прокручування 58*35 (до комплекту не входить)
Заряджання	АС 100-240V/1.5А У змінного струму, 50/60 Гц
Ширина друкованого паперу	58 мм
Швидкість друку	70 мм/сек
Діаметр рулону	макс. 40 мм
Термін експлуатації принтера	50 км
Вихід	DC 5V / 1A
Вага	500 г
Вартість	5287 грн

Перед встановленням касового ПЗ необхідно провести низку підготовчих робіт на POS-терміналі або ПК, виділених під каси. Оскільки POS-термінал (буде купуватись у компанії, де все обладнання проходить передпродажну підготовку, яка включає заливку готового робочого образу з вже встановленою ОС, необхідними драйверами для сенсорного екрану, з встановленими мережевими клієнтами під різні протоколи зв'язку, з наявністю всіх необхідних додаткових та допоміжних утиліт. Так само може бути і встановлена працездатна версія касової програми, на якій можна протестувати запуск і роботу POS. Вартість послуги – 12000 грн.

В порівнянні з касовими апаратами, перевага POS-терміналу полягає в здатності накопичувати дані для подальшого аналізу, таких як популярність товарних позицій та частота їхнього замовлення.

На наступному етапі нам необхідно розрахувати ефективність реалізації даної пропозиції із закупівлі одного стаціонарного та трьох портативних POS терміналів. Для цього необхідно визначити чисту теперішню вартість проектною пропозиції. Основні вихідні дані подані у табл.3.6.

Таблиця 3.6 - Основні фінансові показники проектної пропозиції

Пропозиція	Сумарні витрати, грн	Сумарні надходження в рік, грн
POS термінал Likeros Dual з екраном покупця 15''	26000	35000
POS термінал AURES SANGO MB	5287*3=15861	
Передпродажна підготовка (встановлення драйверів для сенсорного екрану тощо)	12000	
Разом	53861	

Вихідні дані для економічного обґрунтування проекту відображені у табл.3.7.

Таблиця 3.7 - Вихідні дані для економічного обґрунтування проекту

Рік існування проекту t	Витрати ІС _t , тис. грн.	Ставка дисконту, %	Грошові надходження P _t , грн.
1-й	53861	20	35000
2-й		20	35000
3-й		20	35000

Оскільки при реалізації проекту передбачаються разові інвестиції, то для визначення чистої теперішньої вартості проведемо розрахунки:

$$NPV=(35000/(1+0,2)^1+35000/(1+0,2)^2+35000/(1+0,2)^3) - 53861=20536,88 \text{ грн}$$

Оскільки NPV проекту додатне, то пропозиція вважається прийнятною.

Розрахуємо індекс рентабельності інвестицій IP :

$$PI=(35000/(1+0,2)^1+35000/(1+0,2)^2+35000/(1+0,2)^3)/ 53861=1,4$$

Розрахуємо дисконтований термін окупності DPP – мінімальний часовий інтервал, за межами якого:

Таблиця 3.8 -Розрахунок дисконтованого терміну окупності інвестицій

Період, роки	Дисконтований грошовий потік	Накопичувальний дисконтований потік
0	-53861,0	
1	29167,0	29167,0
2	24305,6	53472,6
3	20588,2	74060,8

DPP = 2 роки 1 місяць

Оцінка економічної ефективності свідчить про те, що пропозиція для підприємства є економічно вигідна і рекомендується до впровадження.

Переваги використання POS-терміналів:

- забезпечення автоматизації та ведення обліку прийому платежів;
- усунення потреби в інкасації, оскільки використовується безготівковий розрахунок;
- захист касира від можливості прийняття фальшивих грошей;
- уникнення можливих помилок касира при розрахунку з клієнтом.

Недоліки використання POS-терміналів:

- потреба у постійному контролі над власником картки;
- можливість блокування рахунків власника картки державними органами;
- обмежена можливість використання української пластикової картки за кордоном.

До введення платіжних терміналів продавці збирали інформацію про картки вручну, використовуючи такі пристрої, як "ZipZap". Поява та розвиток платіжних терміналів обумовлена була перевагою їх ефективності, яка проявляється у скороченні часу обробки транзакцій та негайній авторизації платежів. З погляду безпеки, термінали забезпечують захист за допомогою функцій шифрування даних та можливостей аудиту. Однак, існували випадки зловмисного

програмного забезпечення, що впливало на POS-термінали. Також були випадки кардингу карток, що виникали при використанні терміналів, і це призвело до відмови від магнітної стрічки для збору інформації відповідно до стандартів EMV (Europay, MasterCard та VISA - міжнародний стандарт для операцій з банківських карток з чіпом).

3.3 Підвищення професійної майстерності бармена

Багато успішних керівників давно зрозуміли, що можна отримати досить серйозний прибуток, якщо використовувати всі маркетингові ресурси для просування одного унікального продукту.

Наведемо кілька прикладів фірмових напоїв у різних закладах світу. У Hyatt Regency Kauai (Гавайї) це Poipu Passion, в Cactus Club у Ванкувері - Bellini, розташованому в центрі Сан-Дієго Bitter End - Black Martini. Також і у великих мережевих ресторанах від Applebee's до TGI Friday's гостям пропонують свою «заморожену Маргариту» або інші спеціальні коктейлі.

Для створення фірмового напою є три вагомі причини:

1. Такі напої є високорентабельними. Ті ж Poipu Passion, Bellini та інші здебільшого мають теоретичну собівартість нижче 10 відсотків. Це означає, що з продажу фірмового напою заклад отримує зменшення собівартості алкоголю і, відповідно, його прибуток збільшується.

2. Якщо персонал натренований просувати фірмовий напій і добре сприймається гостями, його частка у загальному обсязі продажів алкоголю у барі може досягати 5—10 відсотків. У поєднанні з високою торговою націнкою це призводить до необхідного результату збільшення прибутку.

3. Унікальний і приємний на смак напій допоможе завоювати лояльність клієнтів: люди захочуть повернутися в бар, щоб ще раз скуштувати коктейль, що

сподобався, який їм більше ніде не запропонують. І, швидше за все, багато хто з них стане постійними гостями.

Правила успіху у роботі бармена.

1. Виберіть лише один фірмовий напій. Якщо намагатися просувати кілька фірмових позицій, маркетингове повідомлення вийде розмитим. Отже, буде важко побудувати емоційний зв'язок між унікальним напоєм та іміджем бару. Крім того, надлишок інформації просто заплутає клієнтів.

2. Виберіть правильний рецепт. Фірмовий коктейль має бути справді унікальним, що запалює інтерес клієнта. Вводити в карту в цій якості, скажімо, Long Island Iced Tea просто не має сенсу — його гості можуть отримати практично в будь-якому закладі.

На роль фірмового коктейлю необхідний абсолютно незвичайний та неординарний напій. Наприклад, Black Martini, пропонуваній у Bitter End's, складається з горілки, мартіні та замороженого еспресо. Він майже чорний і водночас м'який та густий. Гості часто замовляють його тільки тому, що він інтригує оригінальністю.

3. Визначте правильну ціну. Фірмовий коктейль просто зобов'язаний приносити до закладу прибуток. Тому, створюючи рецепт, треба ґрунтуватися на тому, що його теоретична собівартість має лежати в межах 5—15 відсотків (звісно, що менше, то краще). Використовуючи недорогі види алкоголю, вкластися в цей ліміт неважко. Якщо цікаві використовувати екзотичні варіанти, вартість коктейлю буде трохи більшою, але й продавати його можна дорожче. Так, Poipu Passion у Hyatt Regency Kauai коштує 7 доларів. Якщо є сумніви щодо обґрунтованості високої роздрібної ціни, можна використовувати таку стратегію: познайомити гостей із фірмовим напоєм, продаючи його за ціною нижчою, а після збільшення попиту підвищити її.

4. Просувайте фірмовий напій ефективно. Найкращий інструмент просування у цьому випадку — зовнішній вигляд. Багатобарвний або екзотично

виглядає напій, поданий в оригінальному келиху, гарантує хвилю інтересу серед гостей. Так, Bellini, фірмовий коктейль Cactus Club, має яскравий помаранчевий колір і подається в кількості, що практично не вміщується у великій келих для мартіні. Фішкою закладу цілком може стати і напій на основі льоду: його приготування - саме по собі видовище, дуже вражаюче.

Нарешті, фірмовий коктейль має виділятися у карті. Найкраще використовувати освітній підхід: помістити на кожен столик листівки, в яких ознайомити про те, як був створений коктейль, чому він такий особливий, або щось пізнавальне про інгредієнти, що містяться в ньому.

5. Переконайтеся, що персонал захоче фірмовий коктейль продавати.

Якщо бармени та офіціанти не просувають його або роблять це без ентузіазму, бажаного результату не досягти. Їм треба розказати про своє бачення цього коктейлю, як він допоможе підвищити лояльність існуючих клієнтів і завоювати нових. Чудовим інструментом для оцінки зусиль персоналу з просування фірмового напою стане змагання: той, хто більше продав за вихідні (або інший проміжок часу), отримує премію та інші заохочення. Заздалегідь треба визначити та оголосити правила співробітникам, а потім зібрати їх разом для обговорення результатів. Така політика не лише збільшує шанси на успіх, а й гуртує колектив.

Можна піти далі – запропонувати барменам самим вигадати фірмовий коктейль. Який буде унікальним, вишуканим на смак, що виглядає чарівно, привабливо як для чоловіків, так і для жінок і претендує на винятковість — щось, що може бути подане лише у цьому закладі. Потім можна організувати вечірку-дегустацію для персоналу. Проголосувати за кожний коктейль та обрати переможця. Зрештою, необхідно тренувати персонал продавати. Розробити для офіціантів та барменів пару сценаріїв, які вони можуть використовувати під час спілкування з клієнтами. Тут не потрібно довгих і розумних фраз, досить чогось на кшталт: «Добрий вечір! Чи не хотіли б ви спробувати наш унікальний супер-пупер-мега-гіга-смачний коктейль?». Пропозицію фірмового коктейлю

предсавлено у Додатку Б.

6. Використання міксологія — один із найцікавіших аспектів барного бізнесу. Власник бару може продати більше напоїв, розповідаючи гостям цікаві історії про коктейлі. Найчастіше, просто почувши цікаву розповідь, гість захоче скуштувати той чи інший напій.



ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

У першому розділі роботи було визначено кваліфікаційні вимоги до посади «бармена». Пошук нових форм і методів обслуговування для бармена є частиною його професії і він відіграє велику роль в цьому процесі. Роль бармена у процесі обслуговування багатогранна і включає в себе соціальну роль, етику, особисті якості, та обов'язки.

Професія бармена серед професій ресторанного бізнесу - найбільш творча. Вона дозволяє розкритися таким гранях характеру, як артистизм, товариське відношення, захопленість професією. Бармен повинен не тільки вміти приготувати коктейль і гарно його подати, але обслужити гостей так, щоб їм захотілося відвідати цей бар багаторазово. При обслуговуванні споживачів бармен використовує різні стилі роботи, такі, як класичний, флейрінг і спід-міксинг.

У свою чергу, менеджер бару повинен мати досвід роботи в закладі, управлінські навички, щоб організувати роботу всього персоналу. Саме побудова завдань співробітникам та їх виконання допоможе збудувати роботу закладу та зробити його успішним. До таких завдань можна віднести складський облік, фінанси, маркетинг, персонал, адміністративно-технічна робота, система обліку, керування запасами, розробка меню, контроль продаж.

У другому розділі роботи було проведено дослідження діяльності готельно-ресторанного комплексу «Божедар». Проведений аналіз фінансово-господарської діяльності показав, що підприємство є прибутковим. Рентабельним, платоспроможним та ліквідним і вдало здійснює свою діяльність на ринку.

На території закладу розташовані 6 двоповерхових котеджи для проживання. Кожен котедж розрахований на 4 осіб, здається як номер. На

території працює ресторан, де можна смачно пообідати та повечеряти стравами української кухні. Для осіб, що проживають у котеджах, діє знижка 10% на обіди та вечері. Зала ресторану розрахована на 80 осіб. Торговельна зала кафе розрахована на 30 гостей. При кафе є безконтактний бар. На території готельно-ресторанного комплексу розташовані 20 альтанок, 8 з яких вміщують до 4 осіб кожна, 12 – до 10 осіб кожна. Відвідувачі надають високу оцінку готельно-ресторанному комплексу. Із максимальних 10 балів персонал отримав 9,3; комфорт- 9,3; зручності - 8,6; співвідношення ціна/якість – 8,9; чистота – 8,9; розташування – 9,3.

Бар при готельно-ресторанному комплексі «Божедар» знаходиться у приміщенні кафе. Окремої світової вивіски з елементами оформлення не має.

Бар має барну стійку тільки для видачі напоїв гостям. Посадкових місць для гостей за барною стійкою не передбачено. Функції бару при кафе – це продаж алкогольних та безалкогольних напоїв, приготування нескладних коктейлів та розрахунок гостей які зробили замовлення в кафе.

Аналізуючи меню бару, можна зробити висновок що в асортименті напоїв переважають гарячі напої (кава, чай), холодні безалкогольні напої представлені мінеральною водою та соками від різних виробників, у меню є лимонад та узвар власного приготування (ці напої готуються на кухні кафе, а реалізуються через бар).

Що стосується алкогольних коктейлів, то їх всього 10. Всі вони мають відому рецептуру і вже давно стали популярними у їх поціновувачів.

Безалкогольні коктейлі налічують всього 3 пропозиції. Серед них є коктейль «Молочний персик», який розроблений барменами закладу. Робота бару не автоматизована сучасними системами контролю та обліку. Бар реалізує напої через готівковий та безготівковий рахунок. Відповідальність за гроші і матеріальні цінності покладаються на барменів. Рецептура коктейлів виписується барменом на калькуляційних картах і затверджується керівником.

Передача товарно-матеріальних цінностей по зміні від одного бармена іншому оформлюється актом обов'язково у присутності представників адміністрації, які закріплюють цей акт підписом.

Функціональні обов'язки бармена у барі кафе готельно-ресторанного комплексу «Божедар» не потребують від персоналу високої майстерності у приготуванні коктейлів, та спеціальних комунікативних навичок у спілкуванні з гостями, тому що бар є безконтактним.

У третьому розділі роботи було розроблено концепцію створення лаунж-бару для готельно-ресторанного комплексу «Божедар». Разом витрати на відкриття лаунж-бару місткістю на 30 осіб обійдеться готельно-ресторанному комплексу «Божедар» орієнтовно у 924 883 грн.

Також було запропоновано підвищення ефективності надання послуг у лаунж-барі через встановлення POS терміналів. Оцінка економічної ефективності свідчить про те, що пропозиція для підприємства є економічно вигідна і рекомендується до впровадження. У розділі були сформульовані напрями підвищення професійної майстерності бармена для нового закладу, запропонований фірмовий коктейль для лаунж-бару.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Антонюк Л., Поручник А., Савчук В. Інновації: теорія, механізм розробки та комерціалізації : монографія. Київ : КНЕУ, 2013. 244 с.
2. Вереньова Д. Ресторанний бізнес під час війни: де найбільш інтенсивно відкриваються нові заклади. 24 tv. 2022. URL: https://24tv.ua/business/restoranibiznes-pid-chas-viyni-vidkritya-restoranivukrayini_n2151721 (дата звернення: 25. 03.2024)
3. Classification of hotel establishments within the EU. URL: http://ec.europa.eu/consumers/ecc/docs/hotel_establishment_classification_EU_en.pdf (дата звернення: 25. 03.2024)
4. Безконтактна оплата NFC. Touchcard. 2023. URL: <https://touchcard.com.ua/ecom/bezkontaktna-oplata-nfc> (дата звернення: 25. 03.2024).
5. Безус А. М., Шафранова К. В. Механізм формування інноваційної політики сучасного підприємства. *Проблеми та перспективи розвитку інноваційної діяльності в Україні* : Матеріали XII міжнародного бізнес-форуму (Київ, 22 березня 2019 року) / відп. ред. А.А. Мазаракі. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2019. С. 24-26.
6. Безус А. М., Чуйок М. Г. Стратегія підвищення інноваційної діяльності підприємства. *Ефективна економіка*. 2018. № 1. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/1_2018/45.pdf (дата звернення: 25. 03.2024).
7. Безус А. М., Шафранова К. В., Безус П. І. Роль інноваційного розвитку у стійкості підприємства. *Інвестиції: практика та досвід*. 2018. № 8. С. 22–25.
8. Борисова О.В. Тенденції розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні. *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг*. 2022. Вип. 1 (2). С. 331–338.
9. Бунтова Н. В Стратегічні орієнтири розвитку ресторанного бізнесу в Україні. *Ефективна економіка*. 2019. № 12. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2559> (дата звернення: 25. 03.2024).

10. Бурий С. А. Інноваційний потенціал у сфері готельно-ресторанного бізнесу та туризму. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2014. № 5. С. 201—205. URL: https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:NzXfmLNIwOEJ:https://tourlib.net/statti_ukr/buryj.htm&cd=1&hl=uk&ct=clnk&gl=ua (дата звернення:25. 03.2024).
11. Бутенко О.П. Стан ресторанного господарства України та перспективи його розвитку. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2016. № 56. – С. 18-24.
12. В Україні запустили сервіс для оплати рахунку в ресторанах через QR-код. The-village. 2021. URL:<https://www.the-village.com.ua/village/business/news/317675-v-ukrayini-zapustili-dodatok-dlya-oplatirahunku-v-restoranah-cherez-qr-kod> (дата звернення:25. 03.2024).
13. Василенко О. В. Особливості стратегічного управління інноваційною діяльністю при підготовці фахівців ресторанної справи. *Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова. Серія 5: Педагогічні науки: реалії та перспективи*. Київ : Вид-во НПУ ім. М. П. Драгоманова, 2019. Вип. 52. С. 44-50.
14. Власенко В. Технології на закуску: чи приживеться foodtech в українських ресторанах. *Mind*. 2019. URL: <https://mind.ua/publications/20197881-tehnologiyi-nazakusku-chi-prizhivetsya-food-tech-v-ukrayinskihrestoranah> (дата звернення:25. 03.2024).
15. Войнаренко С.М. Комунікативна політика підприємств в сучасних умовах. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2018. № 6. С. 51–54.
16. Гінда М.І. Тенденції розвитку ресторанного господарства. Збірник матеріалів Всеукраїнської науково-практичної конференції "*Актуальні проблеми економіки та управління в умовах системної кризи*" (м. Львів, 29.11.2023 р.). Львів : МАУП, 2023. Ч. 1. С. 301–306.
17. Грабар М.В. Тренди ресторанів в Україні: регіональний аспект. *Економіка. Фінанси .Право*. 2018. №4. С.40–44.
18. Гринько Т. В., Крупський О. П., Тімар І. В. Організаційна культура та імідж як фактор конкурентоспроможності підприємств ресторанного господарства.

Національна економічна реформа: досвід Польщі та перспективи для України: Колективна монографія. 2016. № 3. С. 252–270.

19. Гринько Т. В., Тімар І. В. Імідж підприємств сфери послуг: сутність поняття та особливості формування: збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. *Економічні науки.* 2014. № 38. С. 127–133.

20. Гринько Т.В. Проблеми та перспективи інноваційного розвитку вітчизняних підприємств сфери послуг. *Проблеми економіки.* 2015. № 1. С. 255-260.

21. Гросул В.А. Тенденції сучасного розвитку підприємств ресторанного господарства в Україні. *Науковий вісник Ужгородського університету.* 2017. Вип. 1(49). Том 1. С. 143-149.

22. ДСПТО 5123.GH.55.40-2014. Державний стандарт професійно-технічної освіти. Від 09.09.2014р. №1029.

23. Сало Я. М. Організація роботи барів: довідник бармена. Львів : Афіша, 2012. 75 с.

24. Жук О. Застосування інформаційно-комунікаційних технологій у вивченні економіки. Інформаційні технології та Інтернет у навчальному процесі та наукових дослідженнях. *Академія праці, соціальних відносин і туризму.* 251 с. URL: https://www.socosvita.kiev.ua/sites/default/files/Zhuk_PROCEEDING-IES-2016.pd (дата звернення:25. 03.2024)

25. Зірки ресторанів URL: <http://www.city-of-hotels.ru/165/types-of-hotels-ru/hotel-classbritain.html> (дата звернення:25. 03.2024).

26. Івашина Л.Л. Перспективи та проблеми кейтерингу в Україні. *Глобальні та національні проблеми економіки.* 2017. Вип. 17. С. 314-317.

27. Інновації у ресторанному бізнесі: впровадження технологій у Ногеса. Sunone. 2023. URL: <https://sunone.com.ua/articles-uk/innovacii-u-restorannomubiznesi-vprovodzhennya-tehnologij-u-horesa/> (дата звернення:25. 03.2024).

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

29. Круль Г.Я. Основи ресторанної справи : навч. Посібник. Чернівці : нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2018. 368 с.

30. Кузик О.В. Стратегічне управління маркетинговими комунікаціями на сучасних підприємствах. *Стратегія економічного розвитку України*. 2014. № 34. С. 130–135.
31. Ладиженська Р. С. Технологія обслуговування в ресторанах : конспект лекцій. Харків : ХНАМГ, 2018. 254 с.
32. Кобзар Ю. Професія бармена в закладах ресторанного господарства. *XIII Всеукраїнська студентська науково-практична конференція «Актуальні проблеми ефективного соціально-економічного розвитку України: пошук молодих»* (м. Вінниця, 18 квітня 2024 р.), Ч. 4. С. 223-229.
33. Мальська М.П. Ресторанна справа: технологія та організація обслуговування туристів (теорія та практика): навч. посіб. К.: ЦУЛ, 2015. 304 с
34. Мартиновська В.В. Сучасні тенденції розвитку закладів харчування. *Отельер & Ресторатор*. 2016. № 3. С. 22–23.
35. Михайлова О. П. Основні проблеми ресторанного бізнесу в Україні. *Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства*. 2020. № 58. С. 101–106.
36. Нагорняк Г., Малюта Л., Мельник Л., Шерстюк Р. Організаційно-економічні засади розвитку інноваційного процесу вітчизняних закладів готельно-ресторанної сфери в туристичному контексті. *Соціально-економічні проблеми і держава*. 2020. Вип. 1 (16). С. 148–158. URL: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2017/17nhsvtk.pdf> (дата звернення:25. 03.2024).
37. Орган із сертифікації ДП «ЗАПОРІЖЖЯСТАНДАРТМЕТРОЛОГІЯ». Категоризація ресторанів. URL: <https://www.zdcsms.zp.ua/sertifikacija-poslug-z-timchasovogo-rozmishhennja/> (дата звернення:25. 03.2024).
38. Офіційний сайт Міністерства економічного розвитку і торгівлі URL: <http://www.me.gov.ua> (дата звернення:25. 03.2024).
39. П'ятницька Г.Т. Сучасні тренди розвитку ресторанного господарства в Україні. *Економіка та держава*. 2019. № 9. С. 66-73.

40. Пінчук А.С. Економіка та управління підприємствами. *Шляхи підвищення якості готельних послуг в Україні*. 2018. №25. С. 393 –396.
41. Посохов І. Сучасний стан і структура європейського ринку ресторанних послуг. *Тенденції та особливості розвитку світового ринку*. 2017. №412. С. 75–87.
42. Прилепа Н.В. Соколюк Г.О. Інноваційні технології у сфері ресторанного бізнесу. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2021. № 4. Т. 2. С. 162–164.
43. Прокопюк А. Сучасні тенденції розвитку ресторанного господарства України та Польщі. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2020. Вип. 25.4. С. 259-265.
44. Реєстр свідоцтв про створення закладів харчування // Міністерство економічного розвитку і торгівлі України: офіц. сайт. URL: <http://www.me.gov.ua/Documents/List?lang=uk-UA&id=7f89dba2-0fdc-40e6-b870-13e1063d3a&tag=RestrSvidotstvProVstanovlenniaKategorii> (дата звернення:25.03.2024).
45. Ростовський В.С., Шаман С.М. Барна справа: підручник. Київ: Центр учбової літератури, 2018, 150 с.
46. Самодай В.П. Технологія ресторанної справи: навч. посібник. Суми : СумДПУ імені А.С.Макаренка, 2017. 308 с.
47. Слащева А. В., Клименко А.В. Конспект лекцій з дисципліни «Барна справа та організація роботи сомельє».2017. Кривий Ріг. ДНУЕТ. 48 с.
48. Силівейстр В. Що потрібно знати бармену – питання бармену на співбесіді. URL: <https://joinposter.com/ua/post/yak-nainiaty-barmena> (дата звернення: 02.04.2024).
49. Технології та інновації, які змінюють ресторанний бізнес. Sfiі. 2020. URL: <https://sfii.gov.ua/tehnologiita-innovacii-yaki-zminjujut-restorannij-biznes/> (дата звернення:25. 03.2024).
50. Тімар І.В. Категоризація підприємств ресторанного бізнесу: вітчизняний та світовий досвід. *Управління розвитком*. 2016. № 3. С. 71–77.

51. Чумак О.В., Андрющенко І.С. Аналіз стану й оцінка тенденцій показників розвитку підприємств ресторанного господарства. *Бізнес-інформ*. 2021. № 12. С. 307–313.

