

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Факультет готельно-ресторанного та туристичного бізнесу імені проф. В. Ф. Доценка  
Кафедра готельно-ресторанної справи

«До захисту в ЕК»

Декан факультету

  
(підпис)

Віра ЦИРУЛЬНІКОВА

(ім'я і прізвище)

«11» лютого 2025 р.

«До захисту допущено»

Завідувач кафедри

  
(підпис)

Лариса ШАРАН

(ім'я і прізвище)

«11» лютого 2025 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА  
НА ЗДОБУТТЯ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ БАКАЛАВРА

зі спеціальності 241 Готельно-ресторанна справа

(код та назва спеціальності)

освітньо-професійної програми «Готельно-ресторанна справа»

на тему: «Впровадження маркетингових інновацій у закладі ресторанного господарства»

Виконав: здобувач 5 курсу, групи ЗГС-5-2

Скочко Діана Сергіївна

(прізвище, ім'я, по батькові повністю)

  
(підпис)

Керівник Нікітіна Тетяна Андріївна

(прізвище, ім'я, по батькові повністю)

  
(підпис)

Рецензент Олександра НЕМІРІЧ

(ім'я і прізвище)

  
(підпис)

Я, як здобувач(ка) Національного університету харчових технологій розумію і підтримую політику університету з академічної доброчесності. Я не надавав(-ла) і не одержував(-ла) незарядженої допомоги під час підготовки цієї роботи. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело.

Здобувач

  
(підпис)

Київ – 2025 р.

# НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Факультет готельно-ресторанного та туристичного бізнесу імені проф. В.Ф. Доценка

Кафедра готельно-ресторанної справи

Освітній ступінь бакалавр

Спеціальність 241 Готельно-ресторанна справа

(шифр і назва)

Освітньо-професійна програма «Готельно-ресторанна справа»

(назва)

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Завідувач кафедри ГРС

Лариса ШАРАН

“ 04 ” грудня 2024 року

## З А В Д А Н Н Я

### НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧА

Скочко Діани Сергіївни

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи «Впровадження маркетингових інновацій у закладі ресторанного господарства»

керівник роботи Нікітіна Тетяна Андріївна, к.е.н, доцент

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом вищого навчального закладу від “04” грудня 2024 року № 991-КС




2. Термін подання здобувачем роботи 27 січня 2025 року

3. Вихідні дані до роботи впровадження маркетингових інновацій у закладі ресторанного господарства ресторану -броварні «Cosmopolite» при ТОВ «МЕРКУР ХОТЕЛ МЕНЕДЖМЕНТ», м. Київ

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити)  
Вступ; Розділ 1 Ресторанний бізнес в Солом'янському районі м. Києва: стан, виклики, перспективи.; Розділ 2 Характеристика підприємства ресторану-броварні «Cosmopolite» при ТОВ «МЕРКУР ХОТЕЛ МЕНЕДЖМЕНТ»; Розділ 3 Пропозиції щодо впровадження маркетингових інновацій в ресторані – броварні «Cosmopolite»; Висновки та пропозиції; Список використаної літератури та інтернет-ресурсів, Додатки

5. Перелік графічного матеріалу

6. Консультанти розділів роботи


Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Розділ 1	Нікітіна Т.А., доцент	 4.12.24 р.	16.12.24 р.
Розділ 2	Нікітіна Т.А., доцент	 17.12.24 р.	02.01.25 р.
Розділ 3	Нікітіна Т.А., доцент	 03.01.25 р.	21.01.25 р.

7. Дата видачі завдання 4 грудня 2024 року

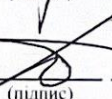
**КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН**

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	<b>ВСТУП РОЗДІЛ 1. РЕСТОРАННИЙ БІЗНЕС В СОЛОМ'ЯНСЬКОМУ РАЙОНІ М. КИЄВА: СТАН, ВИКЛИКИ, ПЕРСПЕКТИВИ</b>	4.12-16.12.2024 р.	Виконано
2	<b>РОЗДІЛ 2. ХАРАКТЕРИСТИКА ПІДПРИЄМСТВА РЕСТОРАНУ-БРОВАРНІ «COSMOPOLITE» ПРИ ТОВ «МЕРКУР ХОТЕЛ МЕНЕДЖМЕНТ»</b>	17.12.2024-02.01.2025 р.	Виконано
3	<b>РОЗДІЛ 3. ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО ВПРОВАДЖЕННЯ МАРКЕТИНГОВИХ ІННОВАЦІЙ В РЕСТОРАНІ – БРОВАРНІ «COSMOPOLITE»</b>	03.01-21.01.2025 р.	Виконано
4	<b>ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ. СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ ТА ІНТЕРНЕТ-РЕСУРСІВ. ДОДАТКИ</b>	22.01-25.02.2025 р.	Виконано
5	<b>Подання кваліфікаційної роботи на кафедру</b>	27.02.2025 р.	Виконано

Здобувач

  
(підпис) Діана СКОЧКО

Керівник роботи

  
(підпис) Тетяна НІКІТІНА

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ**  
**ІНФОРМАЦІЙНА КАРТКА**  
**НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ**

**Здобувача:** Скочко Діани Сергіївни

факультет готельно-ресторанного та туристичного бізнесу  
імені проф. В.Ф. Доценка

заочна форма здобуття освіти, спеціальність 241 Готельно-ресторанна справа,  
освітньо-професійна програма «Готельно-ресторанна справа»

**Тема роботи: «Впровадження маркетингових інновацій у закладі ресторанного господарства»**

Керівник роботи: Нікітіна Тетяна Андріївна, к.е.н., доцент

Дата захисту “.....” лютого 2025 р.

Робота захищена з оцінкою \_\_\_\_\_

**АНОТАЦІЯ**

Кваліфікаційна робота присвячена дослідженню впровадження маркетингових інновацій у закладі ресторанного господарства на прикладі ресторану-броварні «Cosmopolite» в Солом'янському районі м. Києва.

У роботі здійснено комплексний аналіз сучасного стану ресторанного бізнесу Солом'янського району м. Києва, досліджено типологію та спеціалізацію закладів ресторанного господарства, проаналізовано динаміку розвитку галузі протягом 2020-2024 років та виявлено ключові проблеми й виклики, що постають перед ресторанными підприємствами району.

Проведено детальне дослідження діяльності ресторану-броварні «Cosmopolite», що включає аналіз юридичних аспектів функціонування, організаційної структури, особливостей роботи персоналу та спектру послуг. Здійснено комплексну оцінку існуючої маркетингової діяльності підприємства та визначено потенціал для впровадження інноваційних рішень.

На основі проведеного дослідження обґрунтовано вибір маркетингових інновацій, розроблено програму їх впровадження в ресторані-броварні

«Cosmopolite», а також проведено оцінку ефективності та потенційних ризиків запропонованих інноваційних рішень.

Ключові слова: ресторанне господарство, маркетингові інновації, ресторан-броварня, Солом'янський район, інноваційні рішення, ефективність маркетингу, ресторанний бізнес м. Києва.

## **ABSTRACT**

The qualification work is devoted to the study of the implementation of marketing innovations in a restaurant establishment using the example of the «Cosmopolite» restaurant-brewery in the Solomiansky district of Kyiv.

The work carried out a comprehensive analysis of the current state of the restaurant business in the Solomiansky district of Kyiv, studied the typology and specialization of restaurant establishments, analyzed the dynamics of the industry's development during 2020-2024, and identified key problems and challenges facing restaurant enterprises in the district.

A detailed study of the activities of the «Cosmopolite» restaurant-brewery was conducted, including an analysis of the legal aspects of its functioning, organizational structure, features of the work of the staff, and the range of services. A comprehensive assessment of the existing marketing activities of the enterprise was carried out and the potential for the implementation of innovative solutions was determined.

Based on the study, the choice of marketing innovations was justified, a program for their implementation in the «Cosmopolite» restaurant-brewery was developed, and an assessment of the effectiveness and potential risks of the proposed innovative solutions was carried out.

Keywords: restaurant industry, marketing innovations, restaurant-brewery, Solomyansky district, innovative solutions, marketing efficiency, restaurant business in Kyiv.

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП</b> .....	6
<b>РОЗДІЛ 1. РЕСТОРАННИЙ БІЗНЕС В СОЛОМ'ЯНСЬКОМУ РАЙОНІ М. КИЄВА: СТАН, ВИКЛИКИ, ПЕРСПЕКТИВИ</b> .....	8
1.1 Ринок ресторанних послуг в Солом'янському районі м. Києва.....	8
1.2 Динаміка розвитку ресторанного бізнесу протягом 2020-2024 років.....	12
1.3 Аналіз проблем і викликів для ресторанного господарства Солом'янського району м. Києва.....	15
<b>РОЗДІЛ 2. ХАРАКТЕРИСТИКА ПІДПРИЄМСТВА РЕСТОРАНУ-БРОВАРНІ «COSMOPOLITE» ПРИ ТОВ «МЕРКУР ХОТЕЛ МЕНЕДЖМЕНТ»</b> .....	19
2.1. Загальна характеристика ресторану-броварні «COSMOPOLITE» при ТОВ «МЕРКУР ХОТЕЛ МЕНЕДЖМЕНТ». Персонал закладу.....	19
2.2. Особливості організації харчування в ресторані-броварні «COSMOPOLITE».....	22
2.3. Економічний аналіз діяльності ресторану-броварні «COSMOPOLITE».....	24
2.4. Аналіз маркетингової діяльності ресторану-броварні «COSMOPOLITE».....	26
<b>РОЗДІЛ 3. ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО ВПРОВАДЖЕННЯ МАРКЕТИНГОВИХ ІННОВАЦІЙ В РЕСТОРАНІ – БРОВАРНІ «COSMOPOLITE»</b> .....	30
3.1 Обґрунтування вибору маркетингових інновацій для впровадження в ресторані-броварні «COSMOPOLITE».....	30
3.2 Розробка програми впровадження маркетингових інновацій в ресторані-броварні «COSMOPOLITE».....	33
3.3 Оцінка ефективності та ризиків впровадження інноваційних рішень в ресторані-броварні «COSMOPOLITE» .....	38
<b>ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ</b> .....	41
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ ТА ІНТЕРНЕТ-РЕСУРСІВ</b>	43
<b>ДОДАТКИ</b> .....	47

## ВСТУП

В умовах стрімкого розвитку ресторанного бізнесу та посилення конкуренції на ринку послуг харчування, впровадження маркетингових інновацій стає ключовим фактором успіху закладів ресторанного господарства. Сучасні реалії вимагають від рестораторів не лише забезпечення високої якості страв та обслуговування, але й застосування інноваційних підходів у маркетинговій діяльності для залучення та утримання гостей.

Розвиток цифрових технологій, зміна споживчих уподобань та поведінки гостей, а також глобальні виклики, зокрема пандемія COVID-19, суттєво вплинули на трансформацію ресторанного бізнесу. Заклади ресторанного господарства змушені адаптуватися до нових умов ринку, впроваджуючи інноваційні маркетингові інструменти та стратегії. Особливої актуальності набуває використання digital-маркетингу, персоналізованих комунікацій з гостями, автоматизації маркетингових процесів та впровадження інноваційних технологій взаємодії з цільовою аудиторією.

Метою кваліфікаційної роботи є впровадження маркетингових інновацій у закладі ресторанного господарства.

Для досягнення поставленої мети визначено такі завдання:

- проаналізувати стан та динаміку розвитку ресторанного бізнесу в Солом'янському районі м. Києва;
- виявити основні проблеми та виклики, що постають перед закладами ресторанного господарства району;
- провести аналіз діяльності ресторану-броварні «COSMOPOLITE»;
- оцінити ефективність існуючої маркетингової діяльності досліджуваного закладу;
- розробити та обґрунтувати програму впровадження маркетингових інновацій;
- оцінити ефективність та потенційні ризики запропонованих інноваційних рішень.

Об'єкт дослідження – ресторан-броварня «COSMOPOLITE».

Предмет дослідження – впровадження маркетингових інновацій у ресторані-броварні «COSMOPOLITE».

У процесі дослідження використано загальнонаукові та спеціальні методи: системний аналіз – для дослідження теоретичних основ маркетингових інновацій; статистичний аналіз – для оцінки динаміки розвитку ресторанного бізнесу; економічний аналіз – для оцінки ефективності маркетингової діяльності; метод експертних оцінок – для визначення пріоритетних напрямків впровадження інновацій; методи прогнозування – для оцінки потенційних результатів впровадження інноваційних рішень.

Інформаційною базою дослідження слугували законодавчі та нормативні акти України, статистичні дані, наукові праці вітчизняних та зарубіжних вчених, періодичні видання, інтернет-ресурси, а також внутрішня документація та звітність ресторану-броварні «COSMOPOLITE».

## РОЗДІЛ 1.

### РЕСТОРАННИЙ БІЗНЕС В СОЛОМ'ЯНСЬКОМУ РАЙОНІ М. КИЄВА: СТАН, ВИКЛИКИ, ПЕРСПЕКТИВИ

#### 1.1 Ринок ресторанних послуг в Солом'янському районі м. Києва

Заклади ресторанного господарства Солом'янського району міста Києва представляють собою різноманітну та розвинену інфраструктуру закладів харчування, які задовольняють потреби як місцевих мешканців, так і гостей району. Район характеризується великою концентрацією навчальних закладів, бізнес-центрів та житлових комплексів, що зумовлює специфіку розташування та спеціалізацію закладів харчування.

**Таблиця 1.1 – Розподіл закладів ресторанного господарства Солом'янського району за типом [складено автором на основі джерела 5]**

Тип закладу	Кількість	Відсоток, %
Ресторани	45	25
Кафе	38	21
Фаст-фуди	32	18
Кав'ярні	28	15
Бари / Паби	15	8
Піцерії	12	7
Кондитерські	10	6

Таблиця 1.1 представлена на рис.1.1.

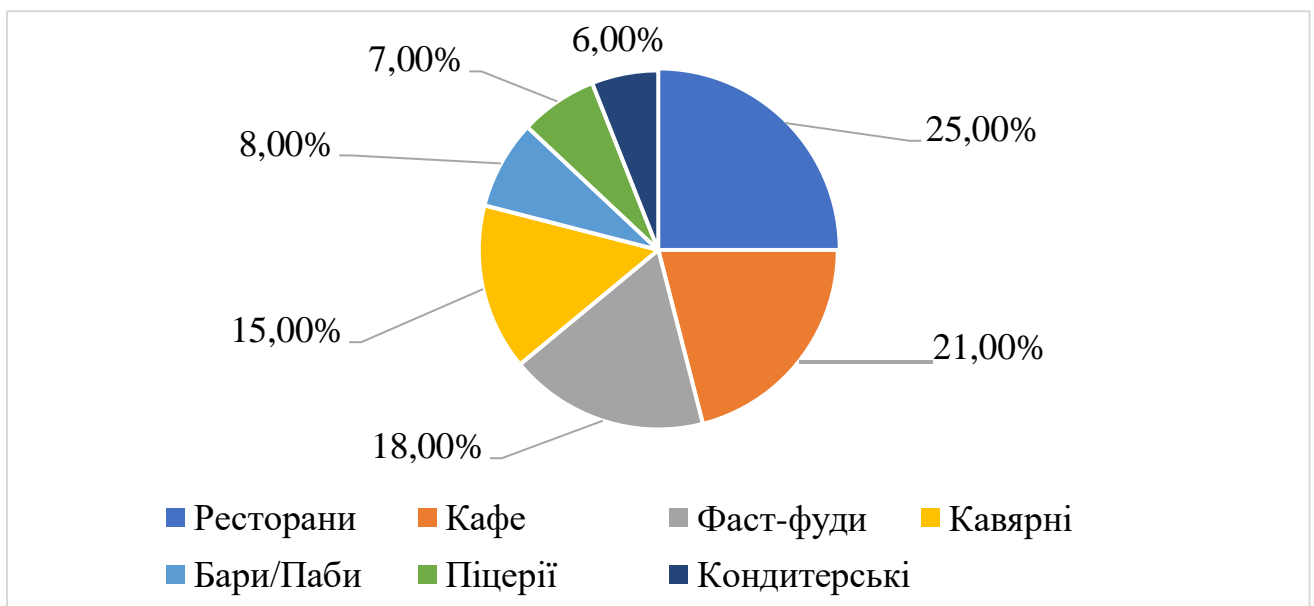


Рис.1.1 – Графік розподілу закладів ресторанного господарства в Солом'янському районі м. Києва за типами [складено автором на основі джерела 5]

У районі функціонують ресторани різного рівня та спеціалізації. Ресторани вищого класу представлені закладами з вишуканою європейською кухнею, які пропонують гостям високий рівень обслуговування та атмосферу преміум-класу. Серед них варто відзначити ресторан «TresFrancais», який спеціалізується на французькій кухні та пропонує відвідувачам автентичні французькі страви, приготовані за класичними рецептами. Заклад має просторий основний зал та літню терасу, інтер'єр виконаний у класичному французькому стилі з використанням натуральних матеріалів та елегантних деталей.

Значну частину ресторанного сегменту складають заклади середнього цінового діапазону, які орієнтовані на широку аудиторію та пропонують різноманітні кухні світу. Ресторан «Монтекі» спеціалізується на італійській кухні, пропонуючи відвідувачам широкий вибір піц, паста та інших традиційних італійських страв. Заклад має власну піч для випікання піци та використовує автентичні італійські інгредієнти. Інтер'єр ресторану виконаний у середземноморському стилі, що створює затишну атмосферу для сімейного відпочинку та ділових зустрічей.

Особливе місце в ресторанній інфраструктурі району займають заклади з національними кухнями. Ресторан грузинської кухні «Georgia» пропонує відвідувачам широкий асортимент традиційних грузинських страв, приготованих за автентичними рецептами. У закладі працюють кухарі з Грузії, що гарантує дотримання всіх традицій приготування страв. Ресторан має власну пекарню, де випікають грузинський хліб та хачапурі.

Мережа кафе та кав'ярень району представлена як великими мережевими закладами, так і невеликими авторськими кав'ярнями. «CoffeeLife» є однією з найбільших мереж кав'ярень у районі, яка спеціалізується на приготуванні різноманітних кавових напоїв, пропонує десерти власного виробництва та легкі закуски. Заклади мережі розташовані в місцях з високою прохідністю - біля станцій метро, в торгових центрах та бізнес-центрах.

Окрему категорію складають заклади швидкого харчування, які користуються популярністю серед студентів та офісних працівників. Ці заклади пропонують недорогі комплексні обіди, бізнес-ланчі та страви швидкого приготування.

Важливою особливістю таких закладів є швидкість обслуговування та демократичні ціни.

У районі також представлені спеціалізовані заклади, такі як суші-бари, піцерії, пекарні та кондитерські. Ці заклади фокусуються на приготуванні певного виду страв та мають свою постійну аудиторію. Наприклад, мережа пекарень пропонує свіжу випічку, хліб та кондитерські вироби власного виробництва.

Важливим сегментом є заклади, орієнтовані на сімейне дозвілля. Такі ресторани мають дитячі кімнати або ігрові зони, пропонують спеціальне дитяче меню та організують розважальні заходи для дітей. Інтер'єр та обслуговування в таких закладах враховують потреби відвідувачів з дітьми.

Значну частину ринку займають заклади, що спеціалізуються на доставці їжі. Ця категорія особливо активно розвивається в останні роки, пропонуючи широкий асортимент страв з можливістю замовлення через мобільні додатки та інтернет.

У районі також функціонують кейтерингові компанії, які спеціалізуються на організації виїзного харчування для різних заходів - від невеликих корпоративних зустрічей до масштабних святкувань. Ці компанії пропонують повний спектр послуг з організації харчування, включаючи розробку меню, сервірування та обслуговування.

Окремо варто відзначити заклади, які спеціалізуються на здоровому харчуванні та вегетаріанській кухні. Ці заклади пропонують страви з органічних продуктів, вегетаріанські та веганські опції, а також страви для людей з особливими дієтичними потребами.

Бари та паби району представляють окрему категорію закладів, орієнтованих на вечірній відпочинок та розваги. Ці заклади пропонують широкий вибір напоїв, легкі закуски та часто організують тематичні вечірки та музичні події.

Графік розподілу кількості ресторанів за національними кухнями представлено на рис.1.2



Рис.1.2 – Графік розподілу кількості (відсотків) ресторанів за національними кухнями в Солом'янському районі м. Києва [складено автором на основі джерела 5]

В районі також працюють заклади, які поєднують функції ресторану та розважального центру. Вони пропонують відвідувачам не тільки харчування, але й різноманітні розваги - караоке, більярд, настільні ігри тощо.

Особливу увагу варто приділити закладам, розташованим поблизу великих транспортних вузлів та станцій метро. Ці заклади орієнтовані на велику прохідність та швидке обслуговування, пропонуючи їжу та напої у форматі «takeaway».

В районі також представлені сезонні заклади харчування - літні майданчики, тераси та кіоски, які працюють у теплу пору року. Вони пропонують прохолодні напої, морозиво, легкі закуски та створюють додаткові місця для відпочинку.

Важливим аспектом розвитку ресторанного господарства району є постійне оновлення та модернізація закладів, впровадження нових технологій обслуговування та розширення асортименту страв. Заклади активно використовують соціальні мережі для комунікації з гостями, проводять акції та спеціальні пропозиції.

Особлива увага приділяється якості обслуговування та підготовці персоналу. Багато закладів проводять регулярні тренінги для своїх працівників, впроваджують стандарти обслуговування та системи контролю якості.

У районі також розвивається напрямок тематичних закладів, які створюють особливу атмосферу та пропонують унікальний досвід відвідувачам. Це можуть

бути ресторани з певною історичною тематикою, заклади, стилізовані під різні епохи або культури.

Важливим трендом є розвиток закладів, які пропонують fusion-кухню - поєднання різних кулінарних традицій та створення нових гастрономічних напрямків. Такі заклади приваблюють відвідувачів, які цікавляться кулінарними експериментами та новими смаками.

Заклади ресторанного господарства району також активно беруть участь у різних гастрономічних фестивалях та заходах, що сприяє популяризації кулінарної культури та залученню нових відвідувачів.

Отже, ресторанне господарство Солом'янського району представлене різноманітними типами закладів, які задовольняють різні смаки та потреби відвідувачів. Постійний розвиток та вдосконалення послуг, впровадження нових форматів та концепцій робить район привабливим для відвідувачів та створює конкурентне середовище для підприємців.

## **1.2 Динаміка розвитку ресторанного бізнесу протягом 2020-2024 років**

Солом'янський район є одним із найбільших адміністративних районів міста Києва, що займає площу близько 40 км<sup>2</sup>. Район має стратегічно важливе значення для міста завдяки розташуванню на його території Міжнародного аеропорту «Київ» імені Ігоря Сікорського (Жуляни), залізничного вокзалу та великої кількості науково-освітніх установ.

Географічне розташування району є надзвичайно вигідним - він знаходиться у південно-західній частині Києва та межує з Шевченківським районом на півночі, Голосіївським районом на сході та Святошинським районом на заході. Транспортна інфраструктура району добре розвинена завдяки наявності трьох станцій метро («Вокзальна», «Політехнічний інститут», «Шулявська»), розгалуженій мережі наземного громадського транспорту, залізничному сполученню та швидкому доступу до аеропорту.

Період 2020-2024 років став часом серйозних випробувань та трансформацій для ресторанного бізнесу району. 2020 рік, позначений початком пандемії COVID-19, призвів до закриття близько третини закладів харчування в перші місяці

карантину. Ресторатори були змушені адаптуватися до нових реалій - більшість закладів перейшли на доставку та роботу на виніс, відбулося значне скорочення персоналу, а середній чек зменшився більш ніж на третину.

В цей складний період власники закладів впроваджували інновації для збереження бізнесу - з'явилися безконтактні меню, активно розвивалися власні служби доставки, відбувалася оптимізація меню та скорочення операційних витрат. Особлива увага приділялася роботі літніх майданчиків, які дозволяли дотримуватися соціальної дистанції та забезпечували більшу безпеку для відвідувачів.

2022-2023 роки, незважаючи на складні умови військового часу, продемонстрували значну стійкість ресторанного бізнесу району. Цей період відзначився відкриттям нових концептуальних закладів та розвитком формату «darkkitchen». Ресторатори навчилися працювати в умовах можливих відключень електроенергії, створюючи резервні системи енергозабезпечення. В цей час особливо помітним став тренд на відкриття закладів з національною кухнею, з'явилося багато нових кав'ярень та пекарень, активно розвивалися заклади здорового харчування. Особлива увага приділялася використанню локальних продуктів та створенню сезонних меню.

Станом на початок 2024 року Солом'янський район може похвалитися понад трьома сотнями закладів громадського харчування різних форматів. Серед них представлені як ресторани повного циклу, так і невеликі затишні кафе, популярні заклади фаст-фуду та стріт-фуду, пекарні, кондитерські, бари та паби. Кожен заклад знаходить свою аудиторію та формує унікальну гастрономічну мапу району.

Говорячи про туристичну привабливість Солом'янського району, варто відзначити його багату історичну та архітектурну спадщину. Повітрофлотський проспект вражає величною сталінською архітектурою, а залізничний вокзал є справжньою архітектурною перлиною національного значення. Особливої уваги заслуговує парк імені Миколи Зерова, який став улюбленим місцем відпочинку як місцевих жителів, так і гостей району.

Унікальною локацією району є Батієва гора з її неповторною забудовою початку ХХ століття. Тут можна побачити старовинні будинки, які зберегли дух

минулої епохи. Храм Преображення Господнього та старовинні особняки по вулиці Гетьмана Павла Скоропадського, додають району особливого історичного шарму та приваблюють любителів архітектурної спадщини.

Солом'янський район також є важливим освітнім та культурним центром столиці. Тут розташовані провідні вищі навчальні заклади країни - Київський авіаційний університет, Національний технічний університет України «КПІ імені Ігоря Сікорського», Державний університет інфраструктури та технологій. Присутність такої кількості студентів створює особливу атмосферу району та стимулює розвиток різноманітних закладів харчування, орієнтованих на молодіжну аудиторію.

Культурне життя району представлене діяльністю Центру культури та мистецтв Київського авіаційного інституту, численними музеями та галереями. Регулярно проводяться різноманітні культурні заходи, фестивалі та виставки, які приваблюють відвідувачів з усього міста та туристів.

Особливу роль у формуванні туристичної привабливості району відіграє наявність Міжнародного аеропорту «Київ». Це не лише важливий транспортний вузол, але й своєрідна візитівка району, яка створює додатковий потік відвідувачів та стимулює розвиток відповідної інфраструктури.

Зелені зони району також заслуговують на окрему увагу. Окрім вже згаданого парку імені Миколи Зерова, тут розташовані численні сквери та зелені насадження, які створюють комфортне середовище для відпочинку та прогулянок. Ці зони часто стають місцем проведення різноманітних фестивалів, ярмарків та інших подій під відкритим небом.

Розвиток ресторанного бізнесу в районі тісно пов'язаний з його туристичною привабливістю. Заклади харчування часто стають не просто місцем для прийому їжі, а справжніми точками тяжіння для відвідувачів. Багато ресторанів створюють унікальні концепції, які відображають історичний та культурний контекст району. З'являються тематичні заклади, пов'язані з авіаційною тематикою, студентським життям або історичною спадщиною району.

Важливо відзначити, що розвиток ресторанного бізнесу в Солом'янському районі не зупиняється навіть у складні часи. Підприємці активно впроваджують

нові технології, адаптуються до змінних умов та створюють інноваційні формати закладів. Особлива увага приділяється якості обслуговування та створенню унікального досвіду для відвідувачів.

Перспективи подальшого розвитку району виглядають оптимістично. Планується реалізація низки проектів з благоустрою території, реконструкція історичних будівель та створення нових громадських просторів. Все це, безумовно, позитивно вплине як на туристичну привабливість району, так і на розвиток ресторанного бізнесу.

В цілому, Солом'янський район демонструє приклад успішного поєднання історичної спадщини, сучасної інфраструктури та динамічного розвитку бізнесу. Незважаючи на виклики останніх років, район зберігає свою привабливість для інвестицій у ресторанний бізнес та продовжує розвиватися як важливий туристичний та культурний центр Києва.

### **1.3 Аналіз проблем і викликів для ресторанного господарства**

#### **Солом'янського району в м. Києві**

Аналіз проблем і викликів для ресторанного господарства Солом'янського району м. Києва демонструє комплексний характер труднощів, з якими стикається галузь. Ресторанний бізнес району, як і будь-який інший сегмент економіки, постійно зіштовхується з різноманітними викликами, які вимагають швидкої адаптації та впровадження інноваційних рішень.

Однією з найгостріших проблем залишається кадрове питання. Ресторатори Солом'янського району постійно відчують дефіцит кваліфікованого персоналу. Особливо гостро стоїть питання пошуку професійних кухарів, які володіють сучасними технологіями приготування страв та здатні працювати з різними кухнями світу. Значна частина досвідчених фахівців виїхала за кордон у пошуках кращих умов праці та вищої заробітної плати. Це створює додатковий тиск на роботодавців, змушуючи їх підвищувати заробітні плати та покращувати умови праці, що, в свою чергу, впливає на загальну рентабельність бізнесу.

Проблема підготовки нових кадрів також залишається актуальною. Незважаючи на наявність у районі кількох навчальних закладів, які готують

фахівців для ресторанної галузі, якість підготовки часто не відповідає сучасним вимогам ринку. Випускники потребують додаткового навчання та адаптації до реальних умов роботи, що створює додаткове навантаження на роботодавців.

Фінансово-економічні виклики становлять окрему групу проблем. Постійне зростання цін на продукти харчування, енергоносії та оренду приміщень змушує рестораторів шукати шляхи оптимізації витрат. При цьому важливо зберегти якість страв та обслуговування на належному рівні, щоб не втратити гостей. Особливо гостро ця проблема відчувається в закладах середнього цінового сегменту, які складають більшість ресторанів району.

Конкуренція з мережевими закладами створює додатковий тиск на локальних рестораторів. Великі мережі мають більше можливостей для оптимізації витрат, проведення масштабних маркетингових кампаній та впровадження нових технологій. Це змушує невеликі заклади шукати свої унікальні ніші та розробляти особливі пропозиції для утримання гостей.

Технологічні виклики також потребують постійної уваги. Сучасний ресторанний бізнес вимагає впровадження цифрових технологій - від систем управління замовленнями до програм лояльності та онлайн-бронювання. Не всі заклади мають фінансові можливості для повноцінної цифрової трансформації, що може негативно впливати на їх конкурентоспроможність.

Логістичні проблеми стали особливо відчутними в умовах нестабільної ситуації в країні. Порушення ланцюгів постачання, затримки з доставкою продуктів, складнощі з імпортом певних інгредієнтів - все це створює додаткові виклики для рестораторів. Особливо гостро ця проблема стоїть перед закладами, які спеціалізуються на кухнях різних народів світу та потребують специфічних інгредієнтів.

Енергетична безпека закладів стала одним з ключових викликів останніх років. Необхідність забезпечення безперебійної роботи в умовах можливих відключень електроенергії вимагає значних інвестицій у резервні системи живлення. Не всі заклади можуть дозволити собі такі витрати, що створює ризики для стабільності їх роботи.

Санітарно-епідеміологічні вимоги залишаються важливим фактором, який впливає на роботу ресторанів. Необхідність дотримання всіх норм безпеки вимагає додаткових витрат на обладнання та засоби захисту. При цьому контролюючі органи регулярно проводять перевірки, що створює додатковий тиск на бізнес.

Сезонність попиту також створює певні виклики для ресторанного бізнесу району. В літній період багато потенційних гостей виїжджають з міста, що призводить до зниження відвідуваності. Заклади змушені розробляти спеціальні сезонні пропозиції та акції для підтримки потоку відвідувачів.

Проблема паркування залишається актуальною для багатьох закладів району. Обмежена кількість паркувальних місць, особливо в центральній частині району та поблизу великих бізнес-центрів, може відлякувати потенційних гостей. Це особливо актуально для ресторанів високого цінового сегменту, гості яких часто приїжджають на власних автомобілях.

Зміна споживчих уподобань та звичок також створює певні виклики. Зростання популярності здорового харчування, веганства та інших специфічних дієтичних переваг вимагає від закладів постійної адаптації меню та пошуку нових постачальників. При цьому важливо зберегти економічну ефективність та не втратити існуючих гостей.

Маркетингові виклики стають все більш складними. В умовах насиченого ринку та активної конкуренції закладам доводиться витратити значні кошти на просування та рекламу. При цьому ефективність традиційних маркетингових інструментів знижується, що вимагає пошуку нових способів залучення та утримання гостей.

Регуляторні вимоги та бюрократичні процедури також створюють додаткове навантаження на бізнес. Необхідність отримання різноманітних дозволів, ліцензій та погоджень вимагає часу та ресурсів. Зміни в законодавстві можуть створювати додаткові складнощі та вимагати адаптації бізнес-процесів.

Екологічні виклики стають все більш актуальними. Зростаючий тиск на бізнес щодо зменшення впливу на навколишнє середовище вимагає впровадження нових технологій утилізації відходів, використання екологічної упаковки та зменшення споживання ресурсів. Це створює додаткові витрати для закладів.

Проблема управління відходами особливо гостро стоїть перед закладами громадського харчування. Необхідність правильної утилізації харчових відходів, сортування сміття та дотримання екологічних норм вимагає додаткових ресурсів та організаційних зусиль.

Виклики, пов'язані з безпекою, також потребують постійної уваги. Це стосується як фізичної безпеки відвідувачів та персоналу, так і кібербезпеки при використанні цифрових систем управління та оплати. Впровадження відповідних систем безпеки вимагає значних інвестицій.

Зростання конкуренції з боку служб доставки готової їжі створює додатковий тиск на традиційні ресторани. Необхідність адаптації до роботи з агрегаторами доставки, створення спеціального меню для доставки та організація власної служби доставки вимагають додаткових ресурсів та змін у бізнес-процесах.

Проте, незважаючи на всі виклики та проблеми, ресторанный бізнес Солом'янського району демонструє значну стійкість та здатність до адаптації. Заклади активно впроваджують інновації, шукають нові формати роботи та створюють унікальні пропозиції для своїх гостей. Важливу роль у цьому відіграє підтримка з боку місцевої влади та професійних асоціацій, які допомагають бізнесу долати труднощі та розвиватися.

Для успішного подолання зазначених викликів необхідний комплексний підхід, який включатиме як зусилля самих рестораторів, так і підтримку з боку державних органів та громадських організацій. Важливо також розвивати співпрацю між закладами, обмінюватися досвідом та спільно шукати рішення для подолання спільних проблем.

## РОЗДІЛ 2.

### ХАРАКТЕРИСТИКА ПІДПРИЄМСТВА РЕСТОРАНУ-БРОВАРНІ «COSMOPOLITE» ПРИ ТОВ «МЕРКУР ХОТЕЛ МЕНЕДЖМЕНТ»

#### 2.1. Загальна характеристика ресторану-броварні «COSMOPOLITE» при ТОВ «МЕРКУР ХОТЕЛ МЕНЕДЖМЕНТ». Персонал закладу

Сучасний 4-зірковий готель «Mercure Kyiv Congress» розташований у діловій частині міста Києва. Зручна транспортна розв'язка дає гостям змогу дістатися як до історичного центру міста, так і до основних бізнес-центрів. Однією з переваг «Mercure Kyiv Congress», крім приналежності до мережі з бездоганним сервісом, є його вдале розташування. Готель знаходиться недалеко від центрального залізничного вокзалу, міжнародного аеропорту Київ. Міжнародний аеропорт Бориспіль знаходиться в 39 км від готелю [1].

Номерний фонд готелю складається із 160 номерів категорій Standard, Privilege, Deluxe, Suite. Сучасні, зручні меблі, затишна обстановка, багате оснащення - відмітні риси номерів Mercure Kyiv Congress [1].

Передбачений також окремих номер для гостей із обмеженими можливостями та номер із гіпоалергенним оснащенням [1].

Якість обслуговування гостей гарантується приналежністю до глобальної світової мережі Mercure: справжній досвід, гарантований сильним брендом.

Ресторан-броварня «COSMOPOLITE» є частиною готелю «Mercure Kyiv Congress».

Заклад відомий серед киян і гостей столиці пивом[1]. Відвідувачі можуть спостерігати за процесом приготування пінного напою просто із залу[1], рис.2.1.



Рис.2.1 – Інтер'єр ресторану – броварні «COSMOPOLITE»

Характеристики ресторану – броварні «COSMOPOLITE» наведено в таблиці 2.1.

**Таблиця 2.1 – Характеристика ресторану – броварні «COSMOPOLITE»[2]**

Найменування	Характеристика
Юридична назва	ТОВ «МЕРКУР ХОТЕЛ МЕНЕДЖМЕНТ», Ресторан-броварня «COSMOPOLITE» при готелі «MERCURE KYIV CONGRESS»
Назва підприємства	Ресторан – броварня «COSMOPOLITE»
Організаційно-правова форма діяльності	Приватна власність
Код ЄДРПОУ	37817187 ТОВ «МЕРКУР ХОТЕЛ МЕНЕДЖМЕНТ»
Місце розташування	03057, м. Київ, вул. В. Гетьмана, 6
Юридична адреса	м. Київ, вул. В. Гетьмана, 6
Тип закладу	Ресторан-броварня
Клас закладу	Перший
Місткість, місць	120
Кулінарне спрямування	Європейська кухня
Архітектурне та дизайнерське рішення	Лофт
Режим роботи	8.00-23.00

Ресторан-броварня має лінійно-функціональну організаційну структуру, яка забезпечує ефективне управління всіма підрозділами закладу. Структура підприємства включає наступні рівні управління, рис.2.1.

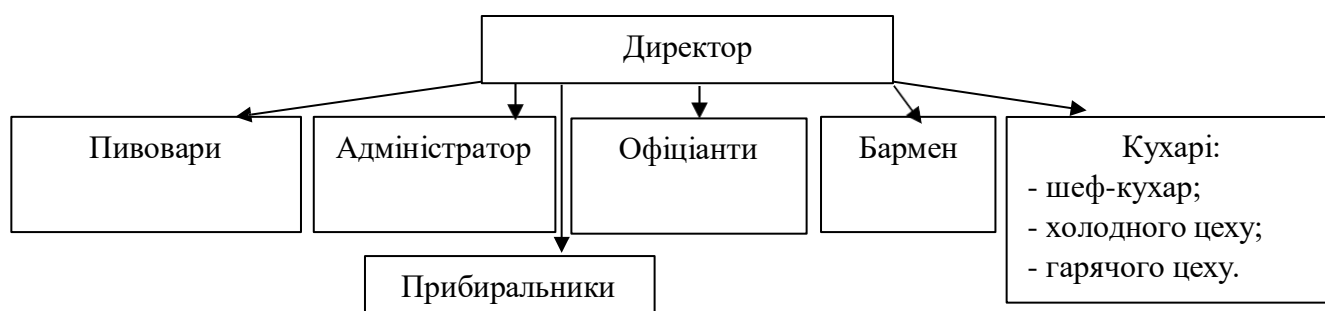


Рис.2.1 – Організаційна структура ресторану – броварні «COSMOPOLITE»

Директор здійснює загальне керівництво підприємством, визначає стратегію розвитку, приймає ключові управлінські рішення, представляє інтереси закладу у відносинах з партнерами та державними органами, затверджує внутрішні нормативні документи.

Кухня включає наступні посади: шеф-кухар, який відповідає за розробку меню, контроль якості страв, управління кухонним персоналом, складання технологічних карт, контроль дотримання санітарних норм.

Кухарі гарячого цеху (6 осіб) займаються приготуванням гарячих страв, дотриманням технологічних карт, контролем якості продуктів, підтриманням чистоти робочого місця, співпрацею з іншими цехами.

Кухарі холодного цеху (4 особи) відповідають за приготування холодних закусок та салатів, оформлення страв, контроль свіжості продуктів, дотримання санітарних норм, підготовку заготовок.

У броварні працюють головний пивовар та два помічники пивовара. Головний пивовар розробляє рецептури пива, контролює процес варіння, управляє персоналом броварні, контролює якість сировини, обслуговує обладнання. Помічники пивовара допомагають у процесі варіння пива, контролюють ферментацію, підтримують чистоту обладнання, здійснюють розлив та зберігання пива, ведуть документацію.

Адміністратори (3 особи) координують роботу офіціантів, вирішують конфліктні ситуації, контролюють якість обслуговування, проводять інструктажі, складають графіки роботи.

Офіціанти (12 осіб) займаються обслуговуванням гостей, прийомом замовлень, сервіруванням столів, подачею страв та напоїв, розрахунком гостей.

Бармени (4 особи) відповідають за приготування напоїв, обслуговування гостей за барною стійкою, контроль запасів бару, підтримання чистоти бару, ведення звітності.

Прибиральники (4 особи) підтримують чистоту в залі та службових приміщеннях, прибирають столи, миють посуд, утилізують відходи, дотримуються санітарних норм.

Підбір та навчання персоналу включають проведення співбесід та відбір кандидатів, організацію навчання нових співробітників, проведення регулярних тренінгів, оцінку компетенцій персоналу, розробку програм розвитку.

Мотивація персоналу складається з системи матеріального стимулювання, соціального пакету, можливостей кар'єрного зростання, корпоративних заходів, програм визнання досягнень.

Контроль та оцінка передбачають регулярну атестацію персоналу, моніторинг якості роботи, збір зворотного зв'язку від гостей та співробітників, аналіз показників ефективності, розробку заходів щодо покращення роботи.

## 2.2. Особливості організації харчування в ресторані-броварні

### «COSMOPOLITE»

Ресторан-броварня «COSMOPOLITE» представляє собою багатофункціональний заклад харчування, що поєднує в собі традиції європейського пивоваріння з високою гастрономічною культурою. Заклад працює у форматі повного циклу обслуговування, пропонуючи гостям сніданки, обіди та вечері, а також організовуючи розважальні заходи.

Меню ресторану розроблено з урахуванням різноманітних гастрономічних традицій та включає широкий асортимент страв. М'ясні страви та делікатеси представлені стейками різних ступенів просмаження, авторськими ковбасами власного виробництва, традиційними рульками, паштетами та м'ясною гастрономією. Рибний розділ меню пропонує свіжі морепродукти, рибні закуски та гарячі рибні страви. Меню ресторану – броварні «COSMOPOLITE» представлено в додатку А.

Виробнича програма закладу представлена в додатку Б.

Особливою популярністю користується спеціальне меню сніданків «a-laCarte», яке подається з 8:00 до 11:00 та орієнтоване як на гостей готелю, так і на місцевих відвідувачів. Сніданки включають континентальні та американські варіанти, а також передбачають спеціальні дієтичні опції. Десертна карта закладу пропонує як класичні європейські десерти, так і авторські солодощі від шеф-кондитера, включаючи сезонні десертні пропозиції.

Власна броварня є ключовим елементом закладу та працює в форматі нон-стоп, виробляючи чотири класичні сорти пива: Світле, Пшеничне, Ель та Стаут. Виробництво здійснюється з дотриманням європейських технологій пивоваріння, використанням традиційних рецептур та під постійним контролем якості. Відвідувачі мають можливість спостерігати за процесом виробництва пива.



Рис.2.2 – Власна продукція ресторану – броварні «COSMOPOLITE»

Карта вин ресторану розроблена професійними сомельє з урахуванням гастрономічного напрямку закладу, необхідності поєднання з основними стравами меню, різноманітності цінових категорій та представлення відомих виноробних регіонів. Система обслуговування включає повний цикл ресторанного сервісу, професійні консультації від сомельє, рекомендації щодо поєднання страв та напоїв, а також можливість організації банкетів та корпоративних заходів.

Заклад пропонує різноманітні розважальні можливості, включаючи трансляції спортивних подій на великих екранах, виступи київських музичних гуртів різних напрямків, тематичні вечірki та спеціальні заходи, унікальні івенти. Маркетингова політика передбачає регулярні акційні пропозиції, сезонні спеціальні меню, програми лояльності для постійних відвідувачів та тематичні гастрономічні фестивалі.

Ресторан має просторі зали, що забезпечують комфортне розміщення різних груп відвідувачів, можливість організації масових переглядів спортивних подій, проведення концертів та виступів музичних колективів, створення затишної атмосфери для спілкування. Заклад орієнтований на різні категорії відвідувачів: гостей готелю, місцевих жителів, цінителів крафтового пива, любителів якісної гастрономії, прихильників спортивних трансляцій та шанувальників живої музики.

Основними конкурентними перевагами ресторану-броварні є власне виробництво пива за європейськими традиціями, високий рівень гастрономічної культури, поєднання ресторанного обслуговування з розважальною складовою, професійний підхід до організації харчування, різноманітність меню та винної карти, можливість організації різноформатних заходів.

Таким чином, ресторан-броварня «COSMOPOLITE» представляє собою багатофункціональний заклад, що поєднує традиції європейського пивоваріння з високою кухнею та якісними розвагами, створюючи унікальний простір для відпочинку та спілкування. Заклад успішно реалізує концепцію поєднання ресторану високої кухні з власною пивоварнею, пропонуючи гостям якісний сервіс, різноманітне меню та широкий вибір розваг.

### 2.3. Економічний аналіз діяльності ресторану-броварні «COSMOPOLITE»

Економічний аналіз діяльності ресторану-броварні «COSMOPOLITE» включає оцінку основних економічних показників та ефективності роботи підприємства. В процесі аналізу розглядаються виробничі потужності, фінансові результати, ефективність використання ресурсів та рентабельність діяльності.

Виробничі потужності підприємства дозволяють одночасно обслуговувати до 280 відвідувачів у основному залі та на літньому майданчику. Броварня має потужність виробництва 1000 літрів пива на місяць, що повністю забезпечує потреби закладу. Середня завантаженість закладу становить 75% у будні дні та досягає 95-100% у вихідні та святкові дні.

**Таблиця 2.2 - Аналіз основних економічних показників діяльності ресторану – броварні «COSMOPOLITE»**

[складено автором за фінансовою звітністю підприємства представлено у додатку В]

Показники	Попередній період 2022 рік	Звітний період 2023 рік	Питома вага, %			
			Абсолютне відхилення (+/-)	За попередній період 2022рік	За звітний період 2023 рік	%
Чистий дохід від реалізації продукції тис. грн.	181 236	554 166	372 930	100	100	-
Собівартість реалізованої продукції, тис. грн.	115 155	154 052	38 897	63,5	27,7	-35,8
Валовий прибуток, тис грн.	66 081	400 114	334 033	36,4	72,2	35,8
Інші операційні доходи, тис. грн.	71 651	18 086	-53 565	39,5	3,2	-36,3
Адміністративні витрати, тис. грн.	37 860	59 914	22 054	20,8	10,8	-10
Витрати на збут, тис. грн.	24 916	72 523	-47 607	13,7	13	-0,7
Інші операційні витрати, тис. грн.	350 774	66 576	-284 198	193,5	12	-181,5
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток, тис. грн.	-	219 187	219 187	-	39,5	-
збиток, тис. грн.	275 818	-	275 818	152,1	-	-
Інші доходи, тис. грн.	203 016	19 577	-183 439	112	3,5	-108,5
Фінансові витрати, тис. грн.	236 829	319 044	-217 785	130,6	57,5	-73,1

## Продовження таблиці 2.2

Інші витрати, тис. грн.	28 757	8 104	-20 653	15,8	1,4	-14,4
Фінансовий результат до оподаткування: збиток, тис. грн.	338 388	88 384	-250 004	186,7	15,9	-170,8
Витрати (дохід) з податку на прибуток, тис. грн.	162 083	13 592	-175 675	89,4	2,4	-87
Чистий фінансовий результат: збиток	500 471	74 792	-425 679	276,1	13,4	-262,7

На основі наведених фінансових показників за 2022-2023 роки можна зробити наступний висновок:

У 2023 році порівняно з 2022 роком спостерігається суттєве покращення фінансових показників підприємства. Чистий дохід від реалізації продукції зріс на 372 930 тис. грн., досягнувши 554 166 тис. грн. При цьому собівартість реалізованої продукції зросла значно меншими темпами - на 38 897 тис. грн., що призвело до зменшення її питомої ваги в структурі доходу з 63,5% до 27,7%.

Валовий прибуток збільшився на 334033 тис. грн., а його частка в структурі доходу зросла з 36,4% до 72,2%. Підприємству вдалося суттєво скоротити операційні витрати: інші операційні витрати зменшились на 284 198 тис. грн., а їх питома вага знизилась з 193,5% до 12%.

Важливим досягненням є те, що підприємство змогло вийти з операційного збитку: якщо в 2022 році збиток від операційної діяльності становив 275 818 тис. грн., то в 2023 році було отримано прибуток у розмірі 219 187 тис. грн.

Хоча фінансові витрати залишаються значними (319 044 тис. грн. у 2023 році), загальний фінансовий результат суттєво покращився. Чистий збиток зменшився з 500 471 тис. грн. у 2022 році до 74 792 тис. грн. у 2023 році, тобто на 425 679 тис. грн. Питома вага чистого збитку в структурі доходу знизилась з 276,1% до 13,4%.

Таким чином, незважаючи на те, що підприємство все ще залишається збитковим, спостерігається чітка позитивна динаміка фінансових показників, що свідчить про ефективність вжитих заходів з оптимізації витрат та підвищення доходів.

## 2.4. Аналіз маркетингової діяльності ресторану-броварні «COSMOPOLITE»

Ресторан-броварня «COSMOPOLITE» здійснює активну маркетингову діяльність на ринку ресторанних послуг Києва, використовуючи комплексний підхід до просування свого бренду та послуг. Маркетингова стратегія закладу базується на позиціонуванні як престижного закладу з власною броварнею, що поєднує високу кухню з крафтовим пивоварінням та якісними розвагами.

Цільова аудиторія ресторану-броварні включає декілька основних сегментів. Перший сегмент – це успішні бізнесмени та професіонали віком 30-50 років з високим рівнем доходу, які цінують якісну кухню та преміальний сервіс. Другий сегмент складають молоді спеціалісти 25-35 років із середнім та вище середнього рівнем доходу, які цікавляться крафтовим пивоварінням та шукають місце для якісного відпочинку. Третій сегмент – туристи та гості міста, які зупиняються в готелі або шукають заклад з автентичною атмосферою та високим рівнем сервісу.

Маркетингова комунікаційна стратегія закладу реалізується через різноманітні канали. Основним каналом є власний веб-сайт, який надає повну інформацію про меню, послуги, спеціальні пропозиції та події. Сайт оптимізований для пошукових систем та регулярно оновлюється актуальним контентом. Ресторан активно використовує соціальні мережі, зокрема Instagram та Facebook, де публікуються новини, анонси подій, фотографії страв та атмосфери закладу, відгуки гостей.

Значна увага приділяється організації спеціальних заходів та подій. Регулярно проводяться гастрономічні фестивалі, дегустації нових сортів пива, майстер-класи від шеф-кухаря та пивовара. Особливою популярністю користуються трансляції спортивних подій та виступи живих музичних колективів. Кожна подія супроводжується активною рекламною кампанією в соціальних мережах та через партнерські канали.

Програма лояльності закладу включає систему накопичувальних знижок для постійних відвідувачів, спеціальні пропозиції для учасників клубу, бонуси за рекомендації новим гостям. Проводяться сезонні акції, наприклад, спеціальні цінові пропозиції на нові страви меню, комплексні обіди, happyhours на певні сорти пива.

Важливим напрямком маркетингової діяльності є співпраця з партнерами. Ресторан підтримує партнерські відносини з готелем, туристичними агентствами, бізнес-центрами, що забезпечує постійний потік нових гостей. Організуються спільні промо-акції та заходи з партнерськими брендами, що дозволяє розширювати гостьову базу та підвищувати впізнаваність бренду.

Особлива увага приділяється роботі з відгуками та репутацією закладу. Ведеться активний моніторинг відгуків на різних платформах та в соціальних мережах, оперативно надаються відповіді на коментарі та звернення гостей. Позитивні відгуки використовуються в маркетингових матеріалах, а негативні – ретельно аналізуються для покращення якості обслуговування.

Маркетингова стратегія включає також активну роботу з корпоративними гостями. Розроблені спеціальні пропозиції для проведення корпоративних заходів, конференцій, бізнес-зустрічей. Надаються додаткові послуги та особливі умови для корпоративних гостей, що сприяє формуванню довгострокових партнерських відносин.

Сезонність враховується при плануванні маркетингових активностей. В літній період акцент робиться на роботу літньої тераси, спеціальні літні меню та освіжаючі напої. В зимовий період просуються теплі страви, сезонні спеціалітети та зимові сорти пива. Особлива увага приділяється святковим періодам – розробляються спеціальні святкові меню, тематичні програми та пропозиції.

Важливим елементом маркетингової стратегії є робота з якістю сервісу. Регулярно проводяться тренінги для персоналу з сервісу та продажів, впроваджуються стандарти обслуговування, здійснюється контроль якості через систему таємних покупців. Особлива увага приділяється навчанню персоналу щодо презентації страв та напоїв, що сприяє збільшенню середнього чеку.

Аналіз конкурентного середовища показує, що ресторан-броварня «COSMOPOLITE» успішно конкурує як з традиційними ресторанами преміум-сегменту, так і з пивними ресторанами. Унікальною конкурентною перевагою є поєднання власного виробництва пива з високою кухнею та якісними розвагами. Постійний моніторинг конкурентів дозволяє оперативно реагувати на зміни ринку та адаптувати маркетингову стратегію.

Окрім переваг, заклад також має недоліки в маркетинговій діяльності:

1. обмежене використання інструментів digital-маркетингу. Хоча заклад присутній в соціальних мережах, відсутня системна робота з контент-маркетингом та відеоконтентом. Доцільно розробити комплексну digital-стратегію з акцентом на відеоконтент та інфлюенсер-маркетинг;
2. відсутність чіткої системи оцінки ефективності маркетингових заходів. Необхідно впровадити систему маркетингової аналітики з конкретними КРІ (Ключові показники ефективності) для кожного каналу просування та регулярним аналізом ROI (Повернення інвестицій);
3. обмежене використання мобільних технологій. Відсутній власний мобільний додаток, що ускладнює взаємодію з молодією аудиторією. Необхідно розробити та впровадити мобільний додаток з функціями бронювання, замовлення та програмою лояльності;
4. недостатня увага до онлайн-репутації. Потрібно розробити систему управління онлайн-репутацією з моніторингом всіх згадувань бренду та оперативним реагуванням на негативні відгуки;
5. відсутність системної роботи з аналізом діяльності конкурентів. Необхідно впровадити регулярний моніторинг конкурентного середовища з аналізом цін, акцій та маркетингових активностей конкурентів;
6. обмежене використання email-маркетингу. Варто розробити стратегію email-комунікацій з різними сегментами гостей, включаючи реактивацію неактивних гостей;
7. недостатня інтеграція офлайн та онлайн каналів комунікації. Необхідно створити омніканальну стратегію з безшовною взаємодією між різними точками контакту з гостями;
8. відсутність системної роботи з базою гостей. Потрібно впровадити програму розвитку гостьовою бази з чіткими цілями по залученню нових та утриманню існуючих гостей.

Ці недоліки будуть детально розглянуті в розділі 3, де будуть запропоновані конкретні заходи щодо вдосконалення маркетингової діяльності ресторану-броварні «COSMOPOLITE».

Отже, підсумовуючи складемо SWOT-аналіз діяльності ресторану-броварні «COSMOPOLITE», табл.2.3.

**Таблиця 2.3 - SWOT-аналіз діяльності ресторану-броварні «COSMOPOLITE»**

<b>Сильні сторони</b>	<b>Слабкі сторони</b>
<p>Розташування в складі 4-зіркового готелю Mercure Kyiv Congress з вдалою транспортною розв'язкою</p> <p>Власне виробництво крафтового пива (потужність 1000 літрів на місяць)</p> <p>Висока завантаженість закладу (75% у будні, 95-100% у вихідні)</p> <p>Різноманітне меню з акцентом на європейську кухню</p> <p>Професійний персонал (включаючи шеф-кухаря та пивоварів)</p> <p>Просторі зали та можливість організації різних заходів</p> <p>Наявність літньої тераси</p> <p>Система лояльності для постійних відвідувачів</p> <p>Поєднання ресторану з розважальними можливостями (трансляції, концерти)</p>	<p>Обмежене використання digital-маркетингу та інструментів онлайн-просування</p> <p>Відсутність мобільного додатку</p> <p>Недостатня робота з онлайн-репутацією</p> <p>Відсутність системної роботи з аналізом конкурентів</p> <p>Обмежене використання email-маркетингу</p> <p>Недостатня інтеграція офлайн та онлайн каналів комунікації</p> <p>Фінансова збитковість (хоч і з позитивною динамікою)</p> <p>Високі фінансові витрати</p>
<b>Можливості</b>	<b>Загрози</b>
<p>Розширення цільової аудиторії через впровадження digital-інструментів</p> <p>Розвиток програми лояльності через створення мобільного додатку</p> <p>Збільшення продажів через впровадження омніканальної стратегії</p> <p>Залучення нових клієнтів через партнерство з готелем та туристичними агентствами</p> <p>Розвиток корпоративного сегменту</p> <p>Розширення асортименту крафтового пива</p> <p>Організація тематичних заходів та фестивалів</p> <p>Розвиток сезонних пропозицій та спеціальних меню</p>	<p>Висока конкуренція на ринку ресторанних послуг Києва</p> <p>Економічна нестабільність та можливе зниження платоспроможності клієнтів</p> <p>Зростання цін на сировину та матеріали</p> <p>Можлива втрата клієнтів через недостатню присутність в онлайн-просторі</p> <p>Ризик погіршення репутації через недостатній контроль онлайн-відгуків</p> <p>Зміна споживчих переваг та трендів у ресторанному бізнесі</p> <p>Посилення конкуренції в сегменті крафтового пива</p> <p>Залежність від туристичного потоку та заповнюваності готелю</p>

Цей SWOT-аналіз демонструє, що ресторан-броварня має сильну операційну базу та значний потенціал для розвитку, особливо в digital-сфері, але потребує вдосконалення маркетингової стратегії та оптимізації фінансових показників.

## РОЗДІЛ 3.

# ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО ВПРОВАДЖЕННЯ МАРКЕТИНГОВИХ ІННОВАЦІЙ В РЕСТОРАНІ – БРОВАРНІ «COSMOPOLITE»

### 3.1 Обґрунтування вибору маркетингових інновацій для впровадження в ресторані-броварні «COSMOPOLITE»

На основі проведеного аналізу маркетингової діяльності в ресторані-броварні «COSMOPOLITE» та виявлених недоліків можна запропонувати впровадження ряду маркетингових інновацій, які дозволять підвищити ефективність роботи закладу та посилити його конкурентні позиції на ринку.

Першим напрямком інновацій є впровадження комплексної системи цифрового маркетингу.

Цифровий маркетинг представляє собою комплексне просування товарів, послуг і брендів через різноманітні цифрові канали комунікації. Основним його компонентом є пошуковий маркетинг, який включає як пошукову оптимізацію сайту для кращої видимості в органічній видачі, так і платну контекстну рекламу в пошукових системах.

Важливою складовою є контент-маркетинг, який передбачає створення та поширення корисного контенту для залучення цільової аудиторії. Це може бути ведення корпоративного блогу, створення навчальних матеріалів, виробництво відеоконтенту, запуск подкастів, розробка інфографіки, написання електронних книг та практичних гайдів.

Значну роль відіграє маркетинг у соціальних мережах, який охоплює органічне просування через створення та ведення спільнот, таргетовану рекламу для точного потрапляння в цільову аудиторію, а також співпрацю з лідерами думок та інфлюенсерами для розширення охоплення.

Email-маркетинг залишається потужним інструментом і включає регулярні розсилки для підтримки зв'язку з аудиторією, автоматичні тригерні листи на основі поведінки користувачів, транзакційні повідомлення про замовлення та покупки, а також персоналізовані email-кампанії з урахуванням інтересів та потреб конкретних сегментів аудиторії.

До цифрового маркетингу також входить веб-аналітика для відстеження ефективності всіх каналів, мобільний маркетинг, включаючи оптимізацію під мобільні пристрої та розробку мобільних додатків, а також різноманітні форми онлайн-реклами, такі як банерна реклама, ретаргетинг та нативна реклама. Всі ці інструменти працюють комплексно для досягнення маркетингових цілей компанії в цифровому середовищі.

Сучасні тенденції показують, що все більше гостей шукають заклади харчування та приймають рішення про їх відвідування саме через цифрові канали. Тому пропонується розробка та впровадження мобільного додатку ресторану, який буде включати функціонал бронювання столиків, перегляду меню, замовлення доставки, накопичення бонусів та персональних пропозицій.

На підставі систематичного аналізу наукових публікацій та досліджень у сфері маркетингових інновацій можна констатувати відсутність універсального кількісного показника зростання доходу при впровадженні інноваційних маркетингових інструментів. Наявні дослідження демонструють варіативність результатів залежно від галузі, масштабу підприємства, специфіки впроваджуваних інновацій та ринкової кон'юнктури. Втім, базуючись на даних та результатах множинних тематичних дослідженнях, можна говорити про потенційне зростання доходу в межах 20% за умови комплексного впровадження маркетингових інновацій та їх належної інтеграції в загальну бізнес-стратегію підприємства. Варто зазначити, що дана оцінка має імовірнісний характер та потребує врахування специфічних факторів впливу в кожному конкретному випадку впровадження маркетингових інновацій.

Обладнання та програмне забезпечення:

- мобільний додаток: розробка у компанії Intellect Systems;
- вартість розробки: 150 тис. грн.;
- розробник: 2 програмісти;
- місячна зарплатня розробників: 30-35 тис. грн./особу;
- щорічні витрати на підтримку: 50-70 тис. грн.

Другою важливою інновацією має стати впровадження системи персоналізованого маркетингу на основі BigData. Пропонується впровадження

CRM-системи нового покоління, яка буде збирати та аналізувати дані про вподобання гостей, частоту відвідувань, середній чек, улюблені страви та напої. На основі цих даних будуть формуватися персоналізовані пропозиції та рекомендації для кожного гостя. Очікується, що це дозволить підвищити середній чек на 10-15% за рахунок більш точного таргетингу пропозицій.

CRM-система персоналізованого маркетингу:

- програмне забезпечення: Vitrix24 або AmoCRM;
- вартість впровадження: 100-120 тис. грн.;
- адміністратор CRM: 1 співробітник;
- місячна зарплатня: 25-30 тис. грн.;
- щорічні ліцензійні витрати: 40-50 тис. грн.

Третьою інновацією є впровадження системи автоматизованого управління репутацією в інтернеті. Пропонується використання спеціалізованого програмного забезпечення для моніторингу всіх згадувань ресторану в мережі, автоматичного аналізу тональності відгуків та оперативного реагування на негативні коментарі. Це дозволить підвищити рівень задоволеності гостей та покращити онлайн-репутацію закладу.

Система управління онлайн-репутацією:

- програмне забезпечення: Brand Analytics або Медіалогія;
- вартість: 80-100 тис. грн./рік;
- спеціаліст з комунікацій: 1 особа;
- місячна зарплатня: 20-25 тис. грн.

Обґрунтування доцільності впровадження запропонованих інновацій базується на декількох факторах. По-перше, всі запропоновані рішення відповідають сучасним трендам у сфері ресторанного маркетингу та враховують зміни в поведінці споживачів. По-друге, кожна інновація спрямована на вирішення конкретних проблем та недоліків, виявлених у поточній маркетинговій діяльності закладу. По-третє, для кожної інновації можна чітко визначити очікувані результати та показники ефективності.

**Таблиця 3.1 – Витрати на впровадження інновацій в ресторані-броварні  
«COSMOPOLITE»**

Стаття витрат	Марка/ Специфікація	Кількість	Сума (тис. грн.)
Розробка мобільного додатку	Intellect Systems	2 програмісти	150
Зарплата розробників мобільного додатку	-	2 особи	600
Щорічна підтримка мобільного додатку	-	-	70
CRM-система	Bitrix24/AmoCRM	1 система	120
Адміністратор CRM	-	1 особа	240
Щорічні ліцензійні витрати CRM	-	-	50
Система управління онлайн-репутацією	Brand Analytics/Медіалогія	1 система	100
Спеціаліст з комунікацій	-	1 особа	240
Розробка механіки програми лояльності	-	-	50
Створення системи винагород	-	-	75
Налаштування автоматизації лояльності	-	-	100
Навчання персоналу (лояльність)	-	-	25
Налаштування аналітики	-	-	150
Впровадження предиктивної аналітики	-	-	200
Створення звітності	-	-	50
Навчання персоналу (аналітика)	-	-	25
<b>Загальна сума</b>	-	-	<b>2245</b>

Впровадження запропонованих маркетингових інновацій дозволить ресторану-броварні «COSMOPOLITE» зміцнити свої конкурентні позиції на ринку, підвищити ефективність маркетингової діяльності та забезпечити стабільне зростання основних показників діяльності закладу.

### **3.2 Розробка програми впровадження маркетингових інновацій в ресторані-броварні «COSMOPOLITE»**

Аналіз економічної таблиці 2.2 показує, що джерелами фінансування інновацій можуть бути:

1. Прибуток від операційної діяльності:
  - у 2023 році отримано прибуток 219 187 тис. грн., частково можна спрямувати на інновації.
2. Зменшення операційних витрат:

- скорочення інших операційних витрат на 284 198 тис. грн., резерв для інвестування в інновації.
3. Резерв з чистого доходу:

- зростання чистого доходу на 372 930 тис. грн., можливість виділити частину коштів.

Загальна сума інвестицій в інновації: 2245 тис. грн. може бути профінансована за рахунок внутрішніх резервів підприємства [згідно табл.3.1.].

Розробка програми впровадження маркетингових інновацій в ресторани-броварні «COSMOPOLITE» передбачає поетапне впровадження запропонованих інноваційних рішень з чітким плануванням ресурсів та очікуваних результатів.

*Етап 1. Підготовчий (1-2 місяці):*

- формування проектної команди;
- детальний аудит поточного стану маркетингової діяльності;
- розробка детального плану впровадження інновацій;
- вибір технологічних рішень та партнерів;
- затвердження бюджету.

**Таблиця 3.2 – План підготовчого етапу впровадження маркетингових інновацій**

Заходи	Термін виконання	Відповідальні
Формування проектної команди	2 тижні	Директор
Проведення маркетингового аудиту	3 тижні	Маркетинговий відділ
Розробка плану впровадження	2 тижні	Проектна команда
Вибір технологічних рішень	3 тижні	ІТ-відділ
Затвердження бюджету	1 тиждень	Фінансовий відділ
<b>Всього</b>	<b>8 тижнів</b>	-

*Етап 2. Впровадження цифрових інновацій (3-6 місяців):*

- розробка та запуск мобільного додатку;
- впровадження CRM-системи;
- створення системи автоматизованого маркетингу;
- інтеграція каналів комунікації;

**Таблиця 3.3 – План впровадження цифрових інновацій**

Заходи	Термін виконання	Відповідальні
Розробка мобільного додатку	4 місяці	ІТ-відділ

## Продовження таблиці 3.3

Впровадження CRM	3 місяці	Маркетинговий відділ
Налаштування автоматизації	2 місяці	ІТ-відділ
Інтеграція каналів	1 місяць	Маркетинговий відділ
<b>Всього</b>	<b>6 місяців</b>	-

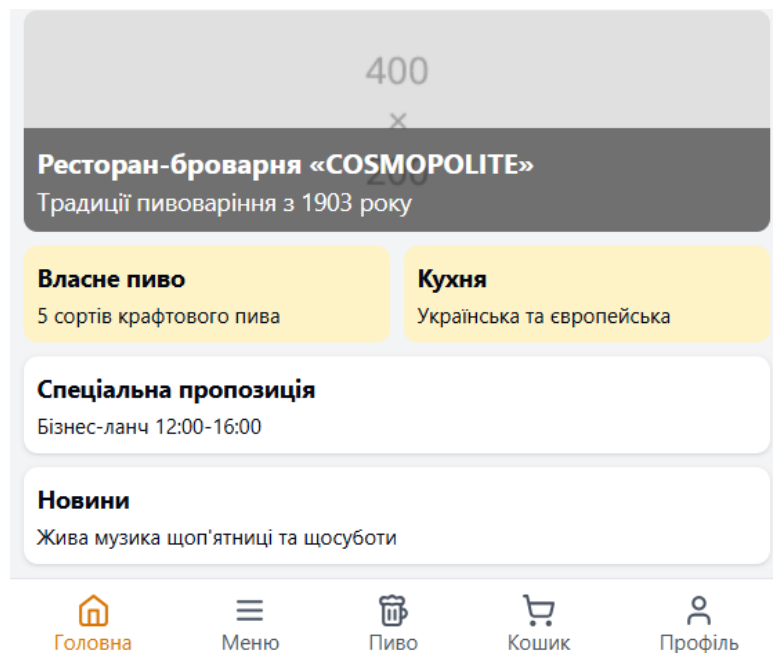


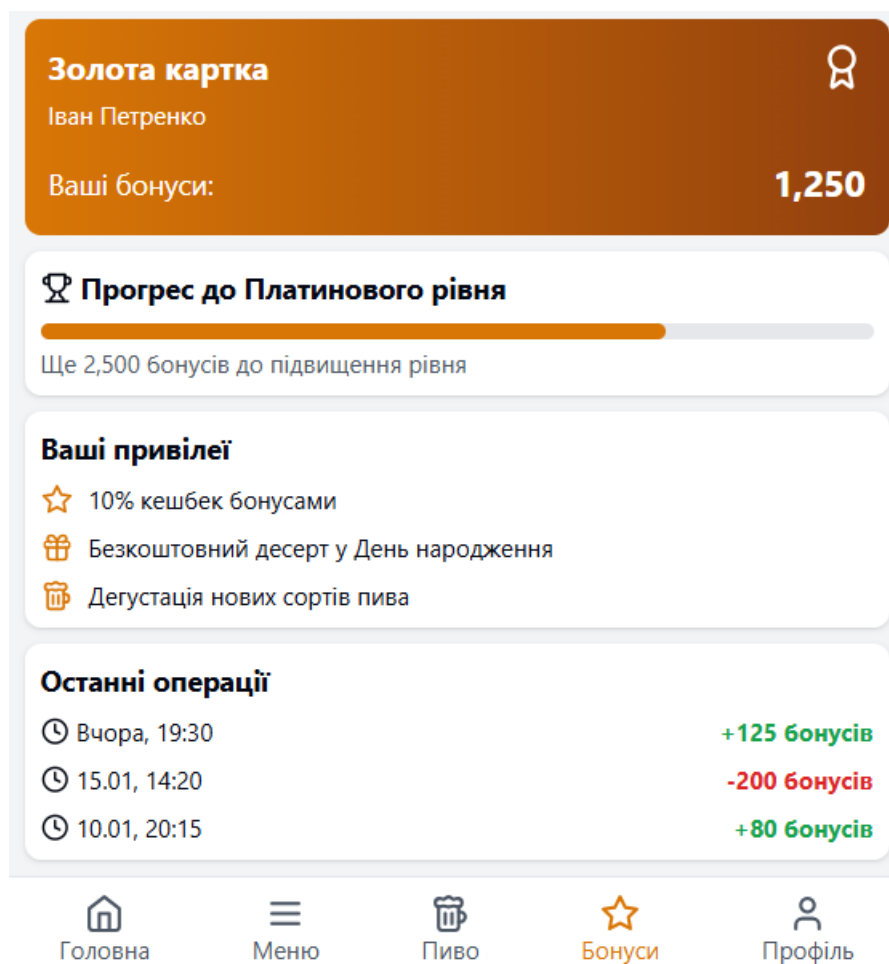
Рис.3.1 – Приклад інтерфейсу мобільного додатку ресторану-броварні «COSMOPOLITE»

*Етап 3. Впровадження програми лояльності (2-3 місяці):*

- розробка механіки програми лояльності;
- створення системи рівнів та винагород;
- налаштування автоматизації нарахування бонусів;
- навчання персоналу.

**Таблиця 3.4 - План впровадження програми лояльності**

Заходи	Термін виконання	Відповідальні	Бюджет (тис. грн.)
Розробка механіки	3 тижні	Маркетинговий відділ	50
Створення системи винагород	4 тижні	Проектна команда	75
Налаштування автоматизації	3 тижні	ІТ-відділ	100
Навчання персоналу	2 тижні	HR-відділ	25
<b>Всього</b>	<b>3 місяці</b>	-	<b>250</b>



### 3.2 – Приклад інтерфейсу системи лояльності ресторану- броварні «COSMOPOLITE»

*Етап 4. Впровадження аналітичних систем (2-3 місяці):*

- налаштування системи маркетингової аналітики;
- впровадження предиктивної аналітики;
- створення системи звітності;
- навчання персоналу роботі з аналітикою.

**Таблиця 3.5 - План впровадження аналітичних систем**

Заходи	Термін виконання	Відповідальні	Бюджет (тис. грн.)
Налаштування аналітики	4 тижні	Аналітичний відділ	150
Впровадження предиктивної аналітики	6 тижнів	ІТ-відділ	200
Створення звітності	2 тижні	Маркетинговий відділ	50
Навчання персоналу	2 тижні	HR-відділ	25
<b>Всього</b>	<b>3 місяці</b>	<b>-</b>	<b>425</b>

## Аналітика

Маркетинг

Прогнози

Звіти

Навчання

## Маркетингова аналітика

Конверсія

**5.2%**

+0.8% з минулого місяця

Середній чек

**580₴**

+45₴ з минулого місяця

Нові клієнти

**234**

-12 з минулого місяця

### Тренди відвідуваності

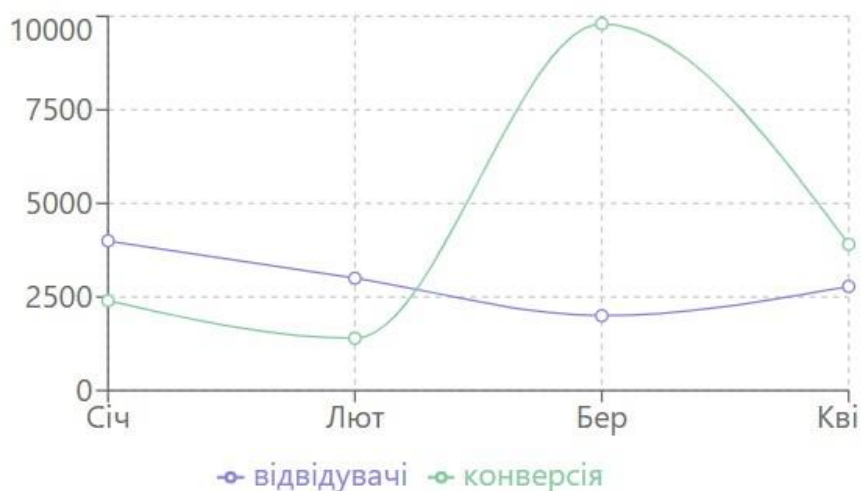


Рис.3.3 – Приклад інтерфейсу адміністративної панелі аналітики ресторану - броварні «COSMOPOLITE»

Очікуваний термін окупності інвестицій в маркетингові інновації складає 12-15 місяців за рахунок:

- збільшення середнього чеку;
- зростання частоти відвідувань;
- підвищення ефективності маркетингових витрат;
- зниження витрат на залучення нових гостей.

Ризики впровадження програми:

- перевищення запланованого бюджету;
- затримки в термінах впровадження;
- опір персоналу змінам;
- технічні складнощі при інтеграції систем;
- недостатня залученість гостей.

Для мінімізації ризиків передбачено:

- детальне планування кожного етапу;
- програма навчання та мотивації персоналу;
- технічний аудит перед впровадженням;
- тестування на фокус-групах.

Контроль виконання програми здійснюватиметься через:

- щотижневі звіти про прогрес;
- щомісячні огляди ключових показників;
- квартальний аудит результатів;
- регулярні зустрічі проектної команди;
- зворотній зв'язок від гостей.

### **3.3 Оцінка ефективності та ризиків впровадження інноваційних рішень в ресторані-броварні «COSMOPOLITE»**

Оцінка ефективності та ризиків впровадження інноваційних рішень в ресторані-броварні «COSMOPOLITE» демонструє значний потенціал розвитку підприємства через цифрові маркетингові інновації.

Фінансування проекту здійснюватиметься за рахунок внутрішніх резервів підприємства: операційного прибутку 219 187 тис. грн., скорочення операційних витрат на 284 198 тис. грн. та зростання чистого доходу на 372 930 тис. грн.

Очікуваний термін окупності інвестицій становить 12-15 місяців. Загальна вартість інноваційних впроваджень складає 2245 тис. грн. [згідно табл.3.1]. Очікуваний результат від впровадження інновації складає 20% до чистого доходу підприємства.

Разом з тим, впровадження інноваційних рішень супроводжується певними ризиками, які можна розділити на кілька категорій:

- технологічні ризики включають можливі збої в роботі впроваджених систем, проблеми з інтеграцією різних технологічних рішень, втрату даних. Для мінімізації цих ризиків передбачено: проведення детального технічного аудиту перед впровадженням, створення резервних копій даних, тестування систем перед повномасштабним запуском;

- фінансові ризики пов'язані з можливим перевищенням бюджету впровадження, зростанням операційних витрат, нижчою ніж очікувалося рентабельністю інвестицій;
- операційні ризики включають можливий опір персоналу змінам, недостатню кваліфікацію співробітників для роботи з новими системами, зниження якості обслуговування під час перехідного періоду. Ці ризики мінімізуються через впровадження програми навчання персоналу, створення системи мотивації, поетапне впровадження змін;
- ринкові ризики пов'язані з можливою негативною реакцією гостей на зміни, активізацією конкурентів, зміною ринкової кон'юнктури. Для управління цими ризиками передбачено проведення регулярних маркетингових досліджень, моніторинг задоволеності гостей, гнучка система коригування маркетингової стратегії;
- репутаційні ризики можуть виникнути через можливі збої в роботі нових систем, витік персональних даних гостей, негативні відгуки в соціальних мережах. Мінімізація цих ризиків забезпечується через впровадження системи управління репутацією, протоколів захисту даних, оперативного реагування на негативні відгуки.

Для моніторингу та оцінки ефективності впровадження інновацій розроблена система ключових показників ефективності (КПІ). Вона включає фінансові показники (дохід, прибуток, рентабельність інвестицій), операційні показники (швидкість обслуговування, середній чек), маркетингові показники (кількість нових гостей, рівень утримання гостей), показники якості обслуговування (індекс задоволеності гостей, кількість скарг).

Моніторинг показників здійснюється на щотижневій та щомісячній основі, що дозволяє оперативно виявляти відхилення від планових значень та вживати корегувальні заходи. Квартальний аудит результатів впровадження дозволяє оцінити загальну ефективність інновацій та за необхідності коригувати стратегію їх впровадження.

Для мінімізації ризиків передбачено: детальне планування, технічний аудит, навчання персоналу, тестування на фокус-групах.

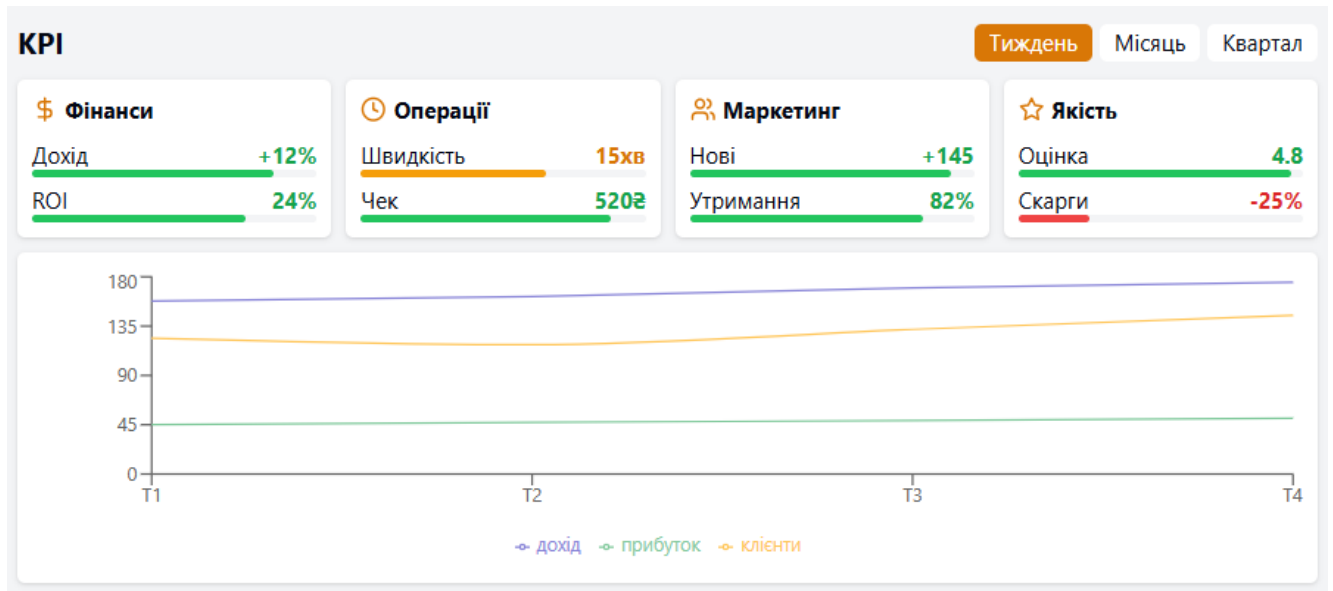


Рис.3.4 – Приклад інтерфейсу адміністративної панелі з ключовими показниками ефективності

Система контролю включає щотижневі звіти, щомісячні огляди показників, квартальний аудит, регулярні зустрічі проектної команди та моніторинг зворотного зв'язку від гостей.

Загальна оцінка проекту позитивна. Впровадження інновацій дозволить підприємству посилити конкурентні позиції, підвищити маркетингову ефективність та забезпечити стабільне зростання основних показників діяльності закладу.

## ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Ресторанне господарство Солом'янського району м. Києва являє собою динамічну та адаптивну галузь, яка успішно розвивається в складних умовах останніх років.

Станом на 2024 рік район налічує понад 300 закладів харчування, представлених різноманітними типами - від ресторанів до кав'ярень та фаст-фудів. Серед ключових особливостей галузі - впровадження інноваційних технологій, активний розвиток доставки, орієнтація на локальні продукти та створення унікальних концепцій закладів.

Основні виклики для ресторанного бізнесу включають кадровий дефіцит, економічні труднощі, логістичні проблеми та необхідність технологічної модернізації. Незважаючи на це, підприємці демонструють високу стійкість, здатність адаптуватися до змінних умов та постійно розвивати свої заклади.

Район продовжує залишатися привабливим місцем для розвитку ресторанного бізнесу, що підтверджується активним впровадженням нових форматів, концепцій та постійним інтересом з боку відвідувачів.

В 2 розділі роботи було проаналізовано діяльність ресторану-броварні «COSMOPOLITE», який представляє собою багатофункціональний заклад з власним виробництвом пива та європейською кухнею. Основні характеристики закладу включають потужність обслуговування до 280 відвідувачів та виробництво 1000 літрів пива на місяць.

Економічний аналіз діяльності за 2022-2023 роки демонструє позитивну динаміку. Чистий дохід зріс на 372 930 тис. грн., або 205,8%. Валовий прибуток збільшився на 334 033 тис. грн., питома вага якого підвищилась з 36,4% до 72,2%. Операційний збиток 2022 року трансформувалася в операційний прибуток 219 187 тис. грн. у 2023 році.

Маркетингова стратегія закладу орієнтована на три основні цільові аудиторії: успішних бізнесменів 30-50 років, молодих спеціалістів 25-35 років та туристів. Комунікації здійснюються через власний сайт, соціальні мережі, організацію спеціальних заходів та програму лояльності.

Разом з тим, виявлено низку маркетингових недоліків: обмежене використання digital-маркетингу, відсутність системної оцінки ефективності маркетингових заходів, недостатня робота з онлайн-репутацією та гостьовою базою.

Перспективи розвитку пов'язані з впровадженням комплексної digital-стратегії, мобільного додатку, системи управління онлайн-репутацією та омніканальної комунікації з гостями.

Проведений аналіз маркетингових інновацій для ресторану-броварні «COSMOPOLITE» демонструє комплексний підхід до вдосконалення маркетингової діяльності закладу.

Основні напрямки інновацій включають розробку мобільного додатку, впровадження CRM-системи та створення системи управління онлайн-репутацією. Загальна вартість інновацій складає 2245 тис. грн., які будуть профінансовані за рахунок внутрішніх резервів підприємства.

Ключові очікувані результати:

- збільшення середнього чеку;
- підвищення частоти відвідувань;
- поліпшення комунікації з гостями;
- посилення конкурентних позицій на ринку.

Термін окупності інвестицій становить 12-15 місяців. Проект передбачає чотириетапне впровадження: підготовчий, цифрових інновацій, програми лояльності та аналітичних систем.

Для мінімізації ризиків розроблено детальний план контролю, що включає регулярні звіти, моніторинг показників та гнучку систему коригування стратегії.

Загальна оцінка проекту позитивна. Впровадження інновацій дозволить підприємству забезпечити стабільне зростання та підвищити ефективність маркетингової діяльності.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ ТА ІНТЕРНЕТ-РЕСУРСІВ

1. Ресторан – броварня COSMOPOLITE [Електронний ресурс] Режим доступу до ресурсу: <https://mercurekyiv.ua/ua/main-hotel/restorany/restoran-brovvarnya-kosmopolit>
2. ТОВ «МЕРКУР ХОТЕЛ МЕНЕДЖМЕНТ» [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: [https://youcontrol.com.ua/catalog/company\\_details/37817187/](https://youcontrol.com.ua/catalog/company_details/37817187/).
3. Ресторан – броварня COSMOPOLITE, Меню [Електронний ресурс] Режим доступу до ресурсу: [https://mercurekyiv.ua/images/files/menu\\_24-web.pdf](https://mercurekyiv.ua/images/files/menu_24-web.pdf)
4. Кращі заклади Солом'янського району [Електронний ресурс] Режим доступу до ресурсу: <https://kyivmaps.com/ua/blog/gde-poest-v-solomenskom-rajone-10-lucsih-zavedenij>.
5. Антоненко А. В., Ткаченко Т.І Аналіз дислокації об'єктів готельно–ресторанного господарства Солом'янського району м. Києва (характеристика, режим роботи, тип (клас), категорія, місткість) [Електронний ресурс] / А. В. Антоненко, Т. І. Ткаченко – Режим доступу до ресурсу: [https://knukim.edu.ua/wp-content/uploads/nuk\\_konf/19/6.pdf](https://knukim.edu.ua/wp-content/uploads/nuk_konf/19/6.pdf).
6. Товариство з обмеженою відповідальністю «Готель Менеджмент» [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: [https://clarity-project.info/edr/36413399/quarterly-finances?current\\_year=2022&current\\_month=3](https://clarity-project.info/edr/36413399/quarterly-finances?current_year=2022&current_month=3).
7. Ресторани, бари та кафе Солом'янського району: де смачно поїсти [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://nashkiev.ua/eat/restorani-bari-ta-kafe-solomyanskogo-raionu-de-smachno-poisti>.
8. Організація виробництва в закладах ресторанного господарства /навчальний посібник / О. С. Павлюченко, А. В. Гавриш, Л. О. Шаран. - Київ: НУХТ, 2017.
9. Шидловська, О.Б. Організація ресторанного господарства. Модуль 1 [Електронний ресурс]: конспект лекцій для студентів освітнього ступеня «бакалавр» спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа» денної та заочної форм навчання / О.Б. Шидловська. - К.: НУХТ, 2018.

10. Управління якістю продукції та послуг в готельно-ресторанному господарстві: Навчальний посібник / В. Ф. Доценко, Н.П. Бондар, В.О. Губеня та ін. - К.: Видавничий дім «Кондор», 2021.
11. Організація харчування та обслуговування туристів на підприємствах ресторанного господарства : навч. посіб. / О.В. Новікова, Л.О. Радченко, К.П. Вініченко та ін. - Х.: Світ книг, 2014.
12. Андренко І. Б. Менеджмент готельно-ресторанного господарства: підручник [Електронний ресурс] / І. Б. Андренко, О. М. Кравець, І. М. Писаревський // ХНУМГ. - 2014. - Режим доступу до ресурсу: <http://eprints.kmme.edu.ua/38971/1/%282009%2047%D0%9D%20%D0%9C%D0%93%D0%A0%D0%93%29.Pdf>
13. Стамат В.М., Скорук А.Ю., Маркетингові інновації у ресторанному господарстві [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/10553/1/141-144.pdf>
14. Коваль Л.М., Заячківська Г.А., Маркетингові інновації закладів ресторанного бізнесу [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/10553/1/141-144.pdf>
15. Чернова Р.Ю., Інновації в ресторанному господарстві [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: [https://tourlib.net/statti\\_ukr/chernova3.htm](https://tourlib.net/statti_ukr/chernova3.htm)
16. Ященко К.І., Інновації в діяльності підприємств ресторанного господарства [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: [https://tourlib.net/statti\\_ukr/chernova3.htm](https://tourlib.net/statti_ukr/chernova3.htm)
17. Порсюрова І. П., Ботін М. С. Маркетингові дослідження як інструмент інноваційного розвитку закладів ресторанного бізнесу [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: [https://www.business-inform.net/export\\_pdf/business-inform-2024-4\\_0-pages-360\\_366.pdf](https://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2024-4_0-pages-360_366.pdf)
18. Завадинська О.Ю., Інноваційні маркетингові методики підвищення лояльності споживачів послуг сфери ресторанного бізнесу [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: [https://www.researchgate.net/publication/328059713\\_INNOVACIJNI\\_MARKET](https://www.researchgate.net/publication/328059713_INNOVACIJNI_MARKET)

INGOVI METODIKI PIDVISENNA LOALNOSTI SPOZIVACIV POSLUG  
SFERI RESTORANNOGO BIZNESU

19. Серета Н.М., Піюренко І.О., Інноваційна діяльність в готельно-ресторанному бізнесі [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу:  
<https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2890/2814>
20. Дем'янчук А., Іванова Л., Маркетингові інновації в ресторанному бізнесі [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу:  
<https://repository.ldufk.edu.ua/server/api/core/bitstreams/77cae02e-6333-4ea7-aaa6-cea8f2270424/content>
21. Голод А.П., Кулик О.М., Ушакова К.Д., Маркетингові механізми модернізації закладів ресторанного господарства [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу:  
<https://economdevelopment.in.ua/index.php/journal/article/view/101/98>
22. Сокирник І.В. Інноваційний маркетинг у формуванні бренду підприємств ресторанного бізнесу на регіональному ринку [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу:  
<https://elar.khmnmu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/592bbaa4-e0ac-4433-b6af-290412080d25/content>
23. Маркетингові інновації як інструмент формування конкурентних переваг закладу ресторанного господарства [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу:  
[https://old.duan.edu.ua/images/News/UA/Departments/Marketing/2021/roboty\\_fi\\_nalistiv/Marketynhovi\\_innovatsii.pdf](https://old.duan.edu.ua/images/News/UA/Departments/Marketing/2021/roboty_fi_nalistiv/Marketynhovi_innovatsii.pdf)
24. Соколенко А. С. Інноваційні ресторани технології : конспект лекцій для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти всіх форм навчання зі спеціальності 241 – Готельно-ресторанна справа / К. В. Свідло, А. С. Соколенко, М. І. Писаревський ; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2022. – 151 с.
25. Методичні рекомендації до виконання кваліфікаційної роботи на здобуття освітнього ступеня «Бакалавр» спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа» освітньо-професійної програми «Готельно-ресторанна справа»

денної та заочної форм здобуття освіти [електронний ресурс]: / уклад.: Л. О. Шаран, В. В. Цирульнікова, Н. П. Бондар, В. О. Губеня. - К: НУХТ, 2023. - 24 с.

# ДОДАТКИ

## Меню ресторану-броварні «COSMOPOLITE» [3]

# Cosmopolite

RESTAURANT • BREWERY  
ESTD. 2011



**Light Beer**

**Аромат:** чистий солодовий аромат з легкими квітковими нотками.  
**Смак:** м'який солодовий смак з ледь відчутними хмелевими нотками.  
*Пиво світле, нефільтроване, непастеризоване Лайт Бір. АБВ 4,7 %. OG 12 %. Допустимий дріжджовий осад.*



**Weissbier**

**Аромат:** пряний аромат з легкими нотками гвоздики.  
**Смак:** солодовий з помірною гіркотою і трав'яними нотками хмелю.  
*Пиво світле пшеничне, нефільтроване, непастеризоване «Пшеничне». АБВ 5,2 %. OG 13 %. Допустимий дріжджовий осад.*



**Dry Stout**

**Аромат:** чистий, збродений з насиченою паленою солодовістю, легкими нотками смаженої кави і копченого чорносливу.  
**Смак:** помірно-сухий з легкою гірчинкою смаженої кави.  
*Пиво темне, нефільтроване, непастеризоване «Стаут». АБВ 4,7 %. OG 12 %. Допустимий дріжджовий осад.*



**Ale**

Кожного сезону пивовар Cosmopolite дивує новим сортом елю – класичні рецепти світових сортів крафтового пива, зварені професійно та з пристрасстю.  
Він робить все, аби наші гості мали можливість спробувати щось незвичайне та особливе!



**Борис Роздобудько**  
Головний пивовар  
Cosmopolite  
Магістр та Кандидат наук у галузі технологій пивоваріння. Призер професійних конкурсів, має численні нагороди профільних асоціацій.

«Запорука бездоганного смаку пива Cosmopolite та його популярності – по-перше, професійне пивоварне обладнання, по-друге – найкращі сорти солоду та хмелю з усього світу, і по-третє – майстерність нашої команди. Ми експериментуємо з новими смаками, вибираємо найцікавіші, вдосконалюємо їх, і пропонуємо їх вам!»



Який ель ми пропонуємо зараз?  
Спитайте у офіціанта!

ФІНАЛІСТ 2017, 2018, 2019



РЕСТОРАННА ПРЕМІЯ





Кожен сорт крафтового пива Cosmopolite відзначений престижними нагородами та преміями.

# Найкраще смакує з пивом!

## Сети для справжніх друзів Sets for real friends

**Житні сухарики, чіпси з лаваша та грісіні; бастурма, кабаноси та копчені свинячі вушка; в'ялені корюшка та кальмари; сир косичка, фісташки та солоний арахіс. Сет подається з соусом Рокфор, соусом тар тар, соусом ВВQ. Rye croutons, lavash rusks & Grissini; Basturma (dry-cured meat), kabanos sausages and smoked pork ears; dry-cured smelt and calamari; string cheese, pistachios and salted peanuts. Set is served with sauces: Roquefort, BBQ and tartar sauce**

ВИХІД, Г / G ЦІНА, ГРН PRICE, UAH

950 1680

Сет холодних закусок  
Cold snacks set



**Курячі крильця, цибулеві кільця, картопляні діпи, корюшка фрі, асорті ковбасок House specialty - set of beer snacks. Chicken wings, onion rings, potato dips, fried smelt, assorted sausages**

1400 1400

Сет фірмових закусок  
House specialty beer snacks



**Курячі крильця в стилі Арізона, асорті ковбасок, корюшка фрі, пельмені фрі, цибулеві кільця фрі, картопляні крокети, камамбер фрі, кукурудза на грилі. Набір соусів: Рокфор, ВВQ, вершковий хрін, Кантрі, сирний та журавлинний соуси Arizona chicken wings, assorted sausages, fried smelt, fried dumplings with meat, fried onion rings, potato croquettes, fried camembert, grilled corn. Served with a variety of sauce: Roquefort, BBQ, creamy horseradish sauce, Country sauce, cheesy and cranberry sauces**

1800 1600

Сет гарячих закусок  
Hot snacks set



## Холодні закуски Cold snacks

ВИХІД, Г / G ЦІНА, ГРН PRICE, UAH

**Копчені свинячі вушка Smoked pork ears** 100 170

**Пряна теляча бастурма Veal basturma - dry-cured spicy meat** 100 250

**Солоні фісташки Salted pistachios** 100 240

**Солоний арахіс Salted peanuts** 100 150

**Копчений сир косичка Smoked braid-shaped cheese** 50 70

**В'ялені кальмари Dry-cured squid** 80 240

**Кабаноси до пива Kabanosy to beer** 80 185

## Гарячі закуски Hot snacks

ВИХІД, Г / G ЦІНА, ГРН PRICE, UAH

**Камамбер фрі. Подається з журавлинним соусом Fried Camembert. Served with cranberry sauce** 150/40 220

**Цибулеві кільця-фрі. Подаються з соусом Рокфор та крудїте з селери та моркви** 190 150

**Корюшка фрі. Подається з соусом тар-тар та долькою лимона** 210 290

**Курячі крильця в стилі Арізона. Подаються з сирним соусом Рокфор** 300 295

**Сирним соусом Рокфор Arizona style chicken wings. Served with cheesy Roquefort sauce** 150/40 190

**Картопляні крокети. Подаються з сирним соусом Potato croquettes. Served with cheesy sauce**

УСІ ЦІНИ ВКАЗАНІ В УКРАЇНСЬКІЙ ГРИВНІ І ВКЛЮЧАЮТЬ ПДВ 20% ТА АКЦИЗНИЙ ПОДАТОК 5% НА АЛКОГОЛЬНІ НАПОЇ. ОПЛАТА ЗДІЙСНЮЄТЬСЯ БАНКІВСЬКИМИ КАРТАМИ АБО ЗА ГОТІВКОВИЙ РОЗРАХУНОК. ЦЕ МЕНЮ НОСИТЬ ІНФОРМАЦІЙНИЙ ХАРАКТЕР. ІЗ ЗАТВЕРДЖЕНИМ ПРЕЙСКУРАНТОМ ВИ МОЖЕТЕ ОЗНАЙОМИТИСЬ НА ІНФОРМАЦІЙНОМУ СТЕНДІ ДЛЯ СПОЖИВАЧА.  
ALL PRICES ARE INDICATED IN UAH, VAT 20% AND ACCESS FEE 5% ON ALCOHOL IS INCLUDED. CASH OR CREDIT CARD ARE ACCEPTED. THIS MATERIAL IS INFORMATIVE, APPROVED PRICELIST IS AVAILABLE ON CUSTOMER STAND.

# Cosmopolite

RESTAURANT • BREWERY  
ESTD. 2011



## Starters

### Холодні Закуски

	ВИХІД, Г / G	ЦІНА, ГРН PRICE, UAH		
<b>Мексиканські начос з соусом гуакамоле</b> Mexican nachos with Guacamole sauce	175	265		
<b>Тартар із норвезького лосося. Подається із соусом песто та світлою чіабатою</b> Norwegian salmon tartar. Served with pesto sauce and white ciabatta	190	495		
<b>Брускета з лососем та соусом песто</b> Salmon bruschetta with pesto sauce	230	425		
<b>Слабосолоний лосось. Подається з хрусткими тостами, вершковим маслом та лимоном</b> Light-salted salmon. Served with toasts, butter and lemon clove	175	385		
<b>Сирне плато. Подається з медом і волоськими горіхами, курагою.</b> Cheese plate, served with apricot jam and walnuts	260	390		
<b>Паштет з курячої печінки. Подається із темною чіабатою</b> Farm chicken liver pate. Served with dark ciabatta	170	195		
<b>Карпачо з телячої вирізки під медово-гірчиною заправкою. Подається з соусом песто</b> Veal carpaccio with honey-&-mustard seasoning. Served with pesto sauce	150	395		
<b>Тартар з витриманої яловичини. Подається з чіабатою та перепелиним яйцем</b> Aged beef tartar. Served with ciabatta and quail egg	350	450		
<b>Брускета з яловичим тартаром та смаженими баклажанами</b> Beef tartar bruschetta with fried eggplants	210	325		
<b>Плато італійських м'ясних делікатесів</b> Italian meats plate	240	490		

Ми завжди раді запитам гостей, які хочуть знати, чи містять страви певні інгредієнти. Якщо у вас є алергія або будь-які особливі дієтичні вимоги, ви можете знайти інформацію про можливі алергени поруч з описом страв. Нижче подана пояснювальна інформація щодо значення піктограм:

We always welcome inquiries from guests, who wish to know whether any dishes contain particular ingredients. If you have any allergies or any special dietary requirements, you may find information about such products at the pictograms near the description of the dishes. Please, follow below and you may find the meaning of the pictograms:



Глютен  
Gluten



Лактоза  
Lactose



Яйце  
Egg



Часник  
Garlic



Гірчиця  
Mustard



Імбир  
Ginger



Риба  
Fish



Горіхи  
Nuts



Мед  
Honey



Какао  
Cocoa



Гриби  
Mushrooms



Цитрусові  
Citrus

УСІ ЦІНИ ВКАЗАНІ В УКРАЇНСЬКІЙ ГРИВНІ І ВКЛЮЧАЮТЬ ПДВ 20% ТА АКЦИЗНИЙ ПОДАТОК 5% НА АЛКОГОЛЬНІ НАПОЇ. ОПЛАТА ЗДІЙСНЮЄТЬСЯ БАНКІВСЬКИМИ КАРТАМИ АБО ЗАГОТІВКОВИМ РОЗРАХУНОК. ЦЕ МЕНЮ НОСИТЬ ІНФОРМАЦІЙНИЙ ХАРАКТЕР. ІЗ ЗАТВЕРДЖЕНИМ ПРЕЙСКУРАНТОМ ВИ МОЖЕТЕ ОЗНАЙОМИТИСЬ НА ІНФОРМАЦІЙНОМУ СТЕНДІ ДЛЯ СПОЖИВАЧА.

ALL PRICES ARE INDICATED IN UAH, VAT 20% AND ACCESS FEE 5% ON ALCOHOL IS INCLUDED. CASH OR CREDIT CARD ARE ACCEPTED. THIS MATERIAL IS INFORMATIVE, APPROVED PRICELIST IS AVAILABLE ON CUSTOMER STAND.

# Салати



## Salads

	ВИХІД, Г / G	ЦІНА, ГРН PRICE, UAH
<b>Грецький салат з сиром фета, овочами, маслинами та волоськими горіхами</b> Greek salad with Feta, vegetables, Kalamata olives and walnuts	250	275
<b>Норвезький салат із слабосоленим лососем та гірчиною заправкою</b> Norwegian salad with light-salted salmon and mustard dressing	270	465
<b>Салат з баклажанами, вугром, міксом салатного листя, томатами чері та азійською заправкою</b> Salad with eggplants, eel, lettuce mix, cherry tomatoes and Asian dressing	320	465
<b>Мікс листя салату, груша, хамон, томати чері під медово-горчиною заправкою</b> Lettuce mix, pear, jamon, cherry tomatoes. Served with honey-mustard dressing	320	465
<b>Салат Цезар із курчачим теріякі та пармезаном. Подається із хрусткими крутонами</b> Caesar salad with teriyaki chicken and parmesan. Served with crispy croutons	270	310
<b>Салат з курячою печінкою, карамелізованими яблуками, томатами чері, кедровими горішками та соусом бальзамік</b> Salad with chicken liver, caramelized apples, cherry tomatoes, pine nuts and balsamic sauce	270	310
<b>Салат з ростбіфом. Поєднання ростбіфу з міксом салату, запеченим перцем та томатами чері</b> Roastbeef salad Tender roastbeef, lettuce mix, baked pepper and cherry tomatoes	270	420

**Цезар із креветками та пармезаном. Подається із хрусткими крутонами**  
Caesar with shrimps and Parmesan cheese. Served with crispy croutons.

ВИХІД,  
Г / G

ЦІНА, ГРН  
PRICE, UAH

270 360

**Салат з тигровими креветками, сиром дорблю, грейпфрутом**  
Salad with tiger shrimps, dorblu cheese, grapefruit

300 470

# Бургери



## Burgers

	ВИХІД, Г / G	ЦІНА, ГРН PRICE, UAH
<b>Чікен Бургер. Булочка власного виробництва, куряча котлета, солоний огірок, листя айсбергу, червона цибуля. Подається з картоплею фрі</b> Chicken Burger. Own-made bun, chicken chop, pickled cucumber, iceberg lettuce and red onions. Served with French fries	480	355
<b>Веган Бургер з котлетою з веганського м'яса, листям айсбергу, солоним огірком, томатом, баклажаном. Подається з картоплею фрі</b> Vegan Burger with vegan meat chop, iceberg lettuce, pickled cucumber, tomato and eggplants. Served with French fries	480	480
<b>Фірмовий бургер Cosmopolite із яловичою котлетою, сиром, томатами, листям салату, солоним огірком. Подається з картоплею фрі</b> Cosmopolite House Burger - beef chop, bacon, cheese, tomatoes, lettuce and pickled cucumber. Served with French fries	480	445

УСІ ЦІНИ ВКАЗАНІ В УКРАЇНСЬКІЙ ГРИВНІ І ВКЛЮЧАЮТЬ ПДВ 20% ТА АКЦИЗНИЙ ПОДАТОК 5% НА АЛКОГОЛЬНІ НАПОЇ. ОПЛАТА ЗДІЙСНЮЄТЬСЯ БАНКІВСЬКИМИ КАРТАМИ АБО ЗА ГОТІВКОВИМ РОЗРАХУНОК. ЦЕ МЕНЮ НОСИТЬ ІНФОРМАЦІЙНИЙ ХАРАКТЕР. ІЗ ЗАТВЕРДЖЕНИМ ПРЕЙСУРАНТОМ ВИ МОЖЕТЕ ОЗНАЙОМИТИСЬ НА ІНФОРМАЦІЙНОМУ СТЕНДІ ДЛЯ СПОЖИВАЧА.  
ALL PRICES ARE INDICATED IN UAH, VAT 20% AND ACCESS FEE 5% ON ALCOHOL IS INCLUDED. CASH OR CREDIT CARD ARE ACCEPTED. THIS MATERIAL IS INFORMATIVE, APPROVED PRICELIST IS AVAILABLE ON CUSTOMER STAND.



# Cosmopolite

RESTAURANT • BREWERY  
ESTD. 2011

## Гарячі закуски



### Hot starters

	ВИХІД, Г / G	ЦІНА, ГРН PRICE, UAH
<b>Картопляні діпи з беконом.</b> Подаються з сирним соусом Potato dips with bacon and cheese sauce	250	200
<b>Пельмені по-домашньому</b> Meat dumplings a-la home	250	185
<b>Мюнхенські ковбаски.</b> Подаються з картопляними діпами Munich sausages. Potato dips on the side	330	295
<b>Асорті ковбасок. Подається</b> з тушкованою капустою, картоплею по-селянськи, хрінном та гірчицею Assorted sausages. Served with stewed cabbage, country-style potatoes, horseradish and mustard	580	590

## Перші страви



### Soups

	ВИХІД, Г / G	ЦІНА, ГРН PRICE, UAH
<b>Курячий бульйон з яйцем,</b> вермішеллю та зеленню Chicken broth with egg, home-made noodles and greens	400	125
<b>Суп Том-Ям з креветками</b> та куркою Tom Yam with shrimps and chicken	300	260
<b>Овочевий крем-суп з</b> лососем та шпинатом Cream of vegetable soup with salmon and spinach	300	275



	ВИХІД, Г / G	ЦІНА, ГРН PRICE, UAH
<b>Хлібний кошик</b> Bread basket	150	45
<b>Масло вершкове</b> Butter	25	20

## Соуси

### Sauce

	ВИХІД, Г / G	ЦІНА, ГРН PRICE, UAH		ВИХІД, Г / G	ЦІНА, ГРН PRICE, UAH
<b>Соус BBQ</b> BBQ sauce	50	50		<b>Соус Рокфор</b> Roquefort sauce	50
<b>Кетчуп</b> Ketchup	50	30		<b>Шрірача</b> Sriracha	50
<b>Майонез</b> Mayonnaise	50	30			

УСІ ЦІНИ ВКАЗАНІ В УКРАЇНСЬКІЙ ГРИВНІ І ВКЛЮЧАЮТЬ ПДВ 20% ТА АКЦИЗНИЙ ПОДАТОК 5% НА АЛКОГОЛЬНІ НАПОЇ. ОПЛАТА ЗДІЙСНЮЄТЬСЯ БАНКІВСЬКИМИ КАРТАМИ АБО ЗА ГОТІВКОВИМ РОЗРАХУНОК. ЦЕ МЕНЮ НОСИТЬ ІНФОРМАЦІЙНИЙ ХАРАКТЕР. ІЗ ЗАТВЕРДЖЕНИМ ПРЕЙСУРАНТОМ ВИ МОЖЕТЕ ОЗНАЙОМИТИСЬ НА ІНФОРМАЦІЙНОМУ СТЕНДІ ДЛЯ СПОЖИВАЧА.  
ALL PRICES ARE INDICATED IN UAH, VAT 20% AND ACCESS FEE 5% ON ALCOHOL IS INCLUDED. CASH OR CREDIT CARD ARE ACCEPTED. THIS MATERIAL IS INFORMATIVE, APPROVED PRICELIST IS AVAILABLE ON CUSTOMER STAND.

# Cosmopolite

RESTAURANT • BREWERY  
ESTD. 2011

## М'ясо та птиця



### • Meat / Poultry •

**Курча по-сичуанськи.**  
Подається з лавашем,  
зеленою цибулею, огірком  
та двома соусами - BBQ та  
перцевим соусом  
Sichuan-style chicken. Served  
with lavash, green onions,  
cucumbers and 2 sauces - adjika  
and pepper sauce

**Половинка курчати гриль.**  
Подається з картоплею  
по-селянськи та аджикою  
Half of grilled chicken. Served with  
country-style potatoes and adjika

**Фірмова куряча котлета  
Cosmopolite з моцарелою,  
панірована в сухариках  
панко. Подається з  
картопляним пюре,  
овочами та грибним соусом**  
House Cosmopolite chicken  
cutlet with mozzarella, fried  
in Panko bread crumbs.  
Served with mashed potatoes,  
vegetables and mushroom sauce

**Куряче філе Су-від під  
вершковим соусом зі  
спаржевою квасолею та  
томатами чері**  
Sous-vide chicken fillet with  
creamy sauce, asparagus beans  
and cherry tomatoes

**Запечені свинячі  
реберця BBQ**  
Baked BBQ pork ribs

**Стейк зі свинини.**  
Подається з картоплею  
по-селянськи та аджикою  
Pork steak. Served with country-  
style potatoes and adjika

\*ЦІНА ВКАЗАНА ЗА 100 ГРАМ ПІДГОТОВЛЕНОГО ДО СМАЖІННЯ М'ЯСА  
ТА РИБИ. БУДЬ ЛАСКА, ПОВІДОМТЕ ОФІЦІАНТУ БАЖАНИЙ СТУПІНЬ  
ПРОЖАРКИ СТЕЙКУ АБО РЕБЕРЕЦЬ

\*THE PRICE SPECIFIED IS FOR 100 G OF RAW, ROAST-PREPARED MEAT AND  
FISH. PLEASE TELL THE WAITER YOUR FAVORITE COOKING STAGE.

УСІ ЦІНИ ВКАЗАНІ В УКРАЇНСЬКІЙ ГРИВНІ І ВКЛЮЧАЮТЬ ПДВ 20% ТА АКЦИЗНИЙ ПОДАТОК 5% НА АЛКОГОЛЬНІ НАПОЇ. ОПЛАТА ЗДІЙСНЮЄТЬСЯ БАНКІВСЬКИМИ  
КАРТАМИ АБО ЗА ГОТІВКОВИМ РОЗРАХУНОК. ЦЕ МЕНЮ НОСИТЬ ІНФОРМАЦІЙНИЙ ХАРАКТЕР. ІЗ ЗАТВЕРДЖЕНИМ ПРЕЙСКУРАНТОМ ВИ МОЖЕТЕ ОЗНАЙОМИТИСЬ НА  
ІНФОРМАЦІЙНОМУ СТЕНДІ ДЛЯ СПОЖИВАЧА.

ALL PRICES ARE INDICATED IN UAH, VAT 20% AND ACCESS FEE 5% ON ALCOHOL IS INCLUDED. CASH OR CREDIT CARD ARE ACCEPTED. THIS MATERIAL IS INFORMATIVE,  
APPROVED PRICELIST IS AVAILABLE ON CUSTOMER STAND.

ВИХІД,  
Г / G ЦІНА, ГРН  
PRICE, UAH

**Стейк Ріб Ай (Україна) \***  
Rib Eye steak (Ukrainian meat)\*

100 250

**Телячий шніцель.**  
Подається з картопляними  
діпами та соусом Тартар  
Veal schnitzel. Served with  
potato dips and tar-tar sauce

275 435



**Філе міньйон на грилі**  
Grilled fillet mignon

280 650

**Медальйони зі свинини з  
соусом Рокфор. Подаються  
зі смаженою стручковою  
квасолею, болгарським  
перцем та морквою бейбі**  
Pork medallions with Roquefort  
sauce. Served with fried string  
beans, bell pepper and baby  
carrots

330 395



**Оссобуко - італійська  
страва з телятиною та  
тушкованими овочами**  
Osso Buko - Italian meal with  
veal and stewed vegetables

400 395



## Риба



### • Fish •

ВИХІД,  
Г / G ЦІНА, ГРН  
PRICE, UAH

**Смажене філе дорадо.**  
Подається з бататовим  
пюре та соусом айолі

330 450

Roasted dorado fillet. Served  
with mashed sweet potatoes and  
ayoli sauce



**Стейк з лосося \***  
Salmon steak\*

100 320

**Грильоване філе скумбрії.**  
Подається з цукіні та соусом  
тартар  
Grilled mackerel fillet. Served  
with zucchini and tartar sauce

350 350



УСІ ЦІНИ ВКАЗАНІ В УКРАЇНСЬКІЙ ГРИВНІ І ВКЛЮЧАЮТЬ ПДВ 20% ТА АКЦИЗНИЙ ПОДАТОК 5% НА АЛКОГОЛЬНІ НАПОЇ. ОПЛАТА ЗДІЙСНЮЄТЬСЯ БАНКІВСЬКИМИ  
КАРТАМИ АБО ЗА ГОТІВКОВИМ РОЗРАХУНОК. ЦЕ МЕНЮ НОСИТЬ ІНФОРМАЦІЙНИЙ ХАРАКТЕР. ІЗ ЗАТВЕРДЖЕНИМ ПРЕЙСКУРАНТОМ ВИ МОЖЕТЕ ОЗНАЙОМИТИСЬ НА  
ІНФОРМАЦІЙНОМУ СТЕНДІ ДЛЯ СПОЖИВАЧА.

ALL PRICES ARE INDICATED IN UAH, VAT 20% AND ACCESS FEE 5% ON ALCOHOL IS INCLUDED. CASH OR CREDIT CARD ARE ACCEPTED. THIS MATERIAL IS INFORMATIVE,  
APPROVED PRICELIST IS AVAILABLE ON CUSTOMER STAND.



# Cosmopolite

RESTAURANT • BREWERY  
ESTD. 2011



## Гарніри

## • Side dishes •

	ВИХІД, Г / G	ЦІНА, ГРН PRICE, UAH			
<b>Картопля фрі</b> French fries	150	105			
<b>Картопляне пюре</b> Mashed potatoes	200	85			
<b>Овочі гриль</b> Grilled vegetables	250	235			
			<b>Капуста заєркаут</b> Sauerkraut	200	120
			<b>Картопля по-селянськи</b> Country-style potatoes	150	105
			<b>Рис басматі з вершковим маслом</b> Basmati rice with butter	200	85




## Десерти

## • Desserts •

	ВИХІД, Г / G	ЦІНА, ГРН PRICE, UAH			
<b>Медовик з компоте з чорної смородини</b> Honey cake with black currant compote	200	160			
<b>Класичний чіз-кейк з солоною карамеллю</b> Classic cheese cake with salted caramel	190	190			
<b>Шоколадний фондан. Подається з кулькою морозива</b> Chocolate fondant. Served with a scoop of ice cream	120/50	160			
<b>Класичний торт Наполеон</b> Napoleon layered cake - house specialty	230	160			
			<b>Креп Сюзетт - млинці в апельсиновій карамелі. Подаються з кулькою пломбіру</b> Crepes Suzette - pancakes with orange caramel. Served with a scoop of ice cream	230	175
			<b>Морозиво власного виробництва</b> House-made ice cream		
			<b>Ванільне морозиво</b> Vanilla ice cream	50	70
			<b>Вершкове морозиво</b> Creamy ice cream	50	70
			<b>Морозиво з мигдалем</b> Ice cream with almonds	50	70
			<b>Шоколадне морозиво</b> Chocolate ice cream	50	70










# Cosmopolite

RESTAURANT • BREWERY  
ESTD. 2011

## Бар



Bar

### Пиво власного виробництва на розлив / Draught Cosmopolite beer

	ВИХІД, Л / L	ЦІНА, ГРН PRICE, UAH
Світле Light	0,3	95
	0,5	120
	1	190
Пшеничне Wheat	0,3	95
	0,5	120
	1	190
Ель Ale	0,3	95
	0,5	120
	1	190
Стаут Stout	0,3	95
	0,5	120
	1	190

### Пиво власного виробництва у пляшці / Bottled Cosmopolite beer


	ВИХІД, Л / L	ЦІНА, ГРН PRICE, UAH
Світле Light	1	180
Пшеничне Wheat	1	180
Ель Ale	1	180
Стаут Stout	1	180
Брендований пакет Cosmopolite	1	6
Branded Cosmopolite plastic bag		
П/Е пакет PE bag	1	3

### Дегустація пива / Beer degustation

	ВИХІД, Л / L	ЦІНА, ГРН PRICE, UAH
Світле, Пшеничне, Ель, Стаут	0,1 / 0,1 /	120
Light, Wheat, Ale, Stout	0,1 / 0,1	

### Безалкогольне пиво / Non-alc beer

	ВИХІД, Л / L	ЦІНА, ГРН PRICE, UAH
Безалкогольне пиво Non-alc beer	0,33	140



УСІ ЦІНИ ВКАЗАНІ В УКРАЇНСЬКІЙ ГРИВНІ І ВКЛЮЧАЮТЬ ПДВ 20% ТА АКЦИЗНИЙ ПОДАТОК 5% НА АЛКОГОЛЬНІ НАПОЇ. ОПЛАТА ЗДІЙСНЮЄТЬСЯ БАНКІВСЬКИМИ КАРТАМИ АБО ЗА ГОТІВКОВИМ РОЗРАХУНОК. ЦЕ МЕНЮ НОСИТЬ ІНФОРМАЦІЙНИЙ ХАРАКТЕР. ІЗ ЗАТВЕРДЖЕНИМ ПРЕЙСКУРАНТОМ ВИ МОЖЕТЕ ОЗНАЙОМИТИСЬ НА ІНФОРМАЦІЙНОМУ СТЕНДІ ДЛЯ СПОЖИВАЧА.

ALL PRICES ARE INDICATED IN UAH, VAT 20% AND ACCESS FEE 5% ON ALCOHOL IS INCLUDED. CASH OR CREDIT CARD ARE ACCEPTED. THIS MATERIAL IS INFORMATIVE, APPROVED PRICELIST IS AVAILABLE ON CUSTOMER STAND.



# Cosmopolite

RESTAURANT · BREWERY  
ESTD. 2011

## Бар



## Bar



### Горілка / Vodka

	ВИХІД, Л / L	ЦІНА, ГРН / PRICE, UAH		
		50 МЛ/ML	100 МЛ/ML	ПЛЯШКА BOTTLE
Koskenkorva	1	90	180	1800
Smirnoff Red №21	1	100	200	2000
Горілка Рада Класична Vodka Rada Classic	0,7	70	140	980

### Коньяк / Cognac



	ВИХІД, Л / L	ЦІНА, ГРН / PRICE, UAH		
		50 МЛ/ML	100 МЛ/ML	ПЛЯШКА BOTTLE
Hennessy Very Special	1	335	670	6700
Rémy Martin VSOP	0,5	350	700	3500
	0,7	350	700	4900

### Бренді / Brandy



	ВИХІД, Л / L	ЦІНА, ГРН / PRICE, UAH		
		50 МЛ/ML	100 МЛ/ML	ПЛЯШКА BOTTLE
Metaxa 5 Stars	1	165	330	3300
	0,7	165	330	2310
Metaxa 7 Stars	0,7	230	460	3220
Saint Rémy VSOP	0,7	135	270	1890



### Віскі / Whiskey

	ВИХІД, Л / L	ЦІНА, ГРН / PRICE, UAH		
		50 МЛ/ML	100 МЛ/ML	ПЛЯШКА BOTTLE
<b>Односолодовий віскі / Single malt whiskey</b>				
The Singleton of Dufftown 12 YO	0,7	400	800	5600
Glenmorangie The Original, 10 YO	0,7	450	900	6300
Talisker 10 YO	0,7	450	900	6300
<b>Ірландський віскі / Irish whiskey</b>				
O'Brian	0,7	160	320	2240
<b>Шотландський віскі / Scotch whisky</b>				
Johnnie Walker Red Label	1	155	310	3100
Johnnie Walker Black Label 12 y.o.	1	270	540	5400



### Бурбон / Bourbon

	ВИХІД, Л / L	ЦІНА, ГРН / PRICE, UAH		
		50 МЛ/ML	100 МЛ/ML	ПЛЯШКА BOTTLE
Bulleit Bourbon	0,7	240	480	3360

УСІ ЦІНИ ВКАЗАНІ В УКРАЇНСЬКІЙ ГРИВНІ І ВКЛЮЧАЮТЬ ПОВ 20% ТА АКЦИЗНИЙ ПОДАТОК 5% НА АЛКОГОЛЬНІ НАПОЇ. ОПЛАТА ЗДІЙСНЮЄТЬСЯ БАНКІВСЬКИМИ КАРТАМИ АБО ЗА ГОТІВКОВИМ РОЗРАХУНОК. ЦЕ МЕНЮ НОСИТЬ ІНФОРМАЦІЙНИЙ ХАРАКТЕР. ІЗ ЗАТВЕРДЖЕНИМ ПРЕЙСУРАНТОМ ВИ МОЖЕТЕ ОЗНАЙОМИТИСЯ НА ІНФОРМАЦІЙНОМУ СТЕНДІ ДЛЯ СПОЖИВАЧА.  
ALL PRICES ARE INDICATED IN UAH, VAT 20% AND ACCESS FEE 5% ON ALCOHOL IS INCLUDED. CASH OR CREDIT CARD ARE ACCEPTED. THIS MATERIAL IS INFORMATIVE, APPROVED PRICELIST IS AVAILABLE ON CUSTOMER STAND.



# Cosmopolite

RESTAURANT • BREWERY  
ESTD. 2011

## Бар



### Bar

#### Джин / Gin

	ЦІНА, ГРН / PRICE, UAH			ПЛЯШКА BOTTLE
	ВИХІД, Л / L	50 МЛ/ML	100 МЛ/ML	
Gordon's London Dry Gin	1	140	280	2800
Tanqueray London Dry	1	160	320	3200



#### Текіла / Tequila

	ЦІНА, ГРН / PRICE, UAH			ПЛЯШКА BOTTLE
	ВИХІД, Л / L	50 МЛ/ML	100 МЛ/ML	
Don Julio Blanco	0,7	550	1100	7700
True Tequila Silver	1	140	280	2800
True Tequila Gold	1	140	280	2800



#### Ром / Rum

	ЦІНА, ГРН / PRICE, UAH			ПЛЯШКА BOTTLE
	ВИХІД, Л / L	50 МЛ/ML	100 МЛ/ML	
Captain Morgan Original Spiced Gold	1	130	260	2600
	0,7	130	260	1820
Captain Morgan Black Spiced	1	140	280	2800
	0,7	140	280	1960
Captain Morgan Dark	1	130	260	2600
	0,7	130	260	1820
Captain Morgan White	1	130	260	2600
	0,7	130	260	1820
Zacapa 23 YO	0,7	400	800	5600

#### Вермути / Vermouth



	ЦІНА, ГРН / PRICE, UAH			ПЛЯШКА BOTTLE
	ВИХІД, Л / L	50 МЛ/ML	100 МЛ/ML	
Martini Bianco	1	100	200	2000
Martini Rosso	1	100	200	2000
Martini Extra Dry	1	100	200	2000



#### Настоянки / Tinctures

	ЦІНА, ГРН / PRICE, UAH			ПЛЯШКА BOTTLE
	ВИХІД, Л / L	50 МЛ/ML	100 МЛ/ML	
Jägermeister	1	145	290	2900
Xenta Absenta	1	160	320	3200
Campari	1	110	220	2200



#### Лікери / Liqueurs

	ЦІНА, ГРН / PRICE, UAH			ПЛЯШКА BOTTLE
	ВИХІД, Л / L	50 МЛ/ML	100 МЛ/ML	
Limoncello Rossi d'Asiago	0,7	150	300	2100
Kahlua	1	155	310	3100
Bailey's The Original	1	155	310	3100
Malibu	1	125	250	2500
Sambuca Antica	0,7	150	300	2100
Aperol	1	125	250	2500
Cointreau	1	150	300	3000

УСІ ЦІНИ ВКАЗАНІ В УКРАЇНСЬКІЙ ГРИВНІ І ВКЛЮЧАЮТЬ ПДВ 20% ТА АКЦИЗНИЙ ПОДАТОК 5% НА АЛКОГОЛЬНІ НАПОЇ. ОПЛАТА ЗДІЙСНЮЄТЬСЯ БАНКІВСЬКИМИ КАРТАМИ АБО ЗА ГОТІВКОВИЙ РОЗРАХУНОК. ЦЕ МЕНЮ НОСИТЬ ІНФОРМАЦІЙНИЙ ХАРАКТЕР. ІЗ ЗАТВЕРДЖЕНИМ ПРЕЙСКУРАНТОМ ВИ МОЖЕТЕ ОЗНАЙОМИТИСЬ НА ІНФОРМАЦІЙНОМУ СТЕНДІ ДЛЯ СПОЖИВАЧА.  
ALL PRICES ARE INDICATED IN UAH, VAT 20% AND ACCESS FEE 5% ON ALCOHOL IS INCLUDED. CASH OR CREDIT CARD ARE ACCEPTED. THIS MATERIAL IS INFORMATIVE, APPROVED PRICELIST IS AVAILABLE ON CUSTOMER STAND.



# Cosmopolite

RESTAURANT • BREWERY  
ESTD. 2011

## Бар



## Bar

### Алкогольні коктейлі / Alcoholic cocktails



	ВИХІД, МЛ/ML	ЦІНА, ГРН PRICE, UAH
Кривава Мері / Bloody Mary	250	230
Хрещений Батько / Godfather	75	220
Лонг Айленд Айс Ті / Long Island Ice Tea	420	295
Негроні / Negroni	100	230
Мохіто / Mojito	400	255
Бульвардье / Boulevardier	105	265
Джин Тонік / Gin Tonic	240	265
Віскі Сауер / Whisky Sour	100	270
Нью-Йорк Сауер / New York Sour	100	275
Апероль Шпрітц / Aperol Spritz	250	250
Лінчбургський Лимонад / Lynchburg Lemonade	210	295
Теннесі Кофі Кап / Tennessee Coffee Cup	120	310

### Гарячі коктейлі / Hot cocktails



	ВИХІД, МЛ/ML	ЦІНА, ГРН PRICE, UAH
Глінтвейн / Mulled Wine	200	200
Капітанський Грог / Captain's Grog	200	200

### Безалкогольні коктейлі / Non-alcoholic cocktails



	ВИХІД, МЛ/ML	ЦІНА, ГРН PRICE, UAH
Енергія сонця / Sun energy	270	165
Мохіто б/а / Mojito n/a	400	185
Незаймана Мері / Virgin Mary	250	185

УСІ ЦІНИ ВКАЗАНІ В УКРАЇНСЬКІЙ ГРИВНІ І ВКЛЮЧАЮТЬ ПДВ 20% ТА АКЦИЗНИЙ ПОДАТОК 5% НА АЛКОГОЛЬНІ НАПОЇ. ОПЛАТА ЗДІЙСНЮЄТЬСЯ БАНКІВСЬКИМИ КАРТАМИ АБО ЗАГОТІВКОВИМ РОЗРАХУНОК. ЦЕ МЕНЮ НОСИТЬ ІНФОРМАЦІЙНИЙ ХАРАКТЕР. ІЗ ЗАТВЕРДЖЕНИМ ПРЕЙСКУРАНТОМ ВИ МОЖЕТЕ ОЗНАЙОМИТИСЬ НА ІНФОРМАЦІЙНОМУ СТЕНДІ ДЛЯ СПОЖИВАЧА.  
ALL PRICES ARE INDICATED IN UAH, VAT 20% AND ACCESS FEE 5% ON ALCOHOL IS INCLUDED. CASH OR CREDIT CARD ARE ACCEPTED. THIS MATERIAL IS INFORMATIVE, APPROVED PRICELIST IS AVAILABLE ON CUSTOMER STAND.

# Cosmopolite

RESTAURANT • BREWERY  
ESTD. 2011



## Бар



## Bar

Кава та чай /  
Coffee and tea



Безалкогольні напої /  
Non - alc beverages

	ВИХІД, МЛ/ML	ЦІНА, ГРН PRICE, UAH
Карпатська Джерельна/ Karpatska Djerelna	500	110
Моршинська в асортименті / Morshinska in assortment	330	80
Ворґомі	500	160
Pepsi	330	80
7Up	500	75
Сік Sandora в асортименті / Juice Sandora in assortment	250	60
Tonic Water	500	75
Компот / Berry drink	250	50
Узвар / Fruit drink	250	50
Грейпфрутовий лимонад / Grapefruit lemonade	250	150



Свіжо-вижаті соки /  
Freshly squeezed juice

	ВИХІД, МЛ/ML	ЦІНА, ГРН PRICE, UAH
Апельсиновий / Orange	250	170
Грейпфрутовий / Grapefruit	250	200
Лимонний / Lemon	250	150
Яблучний / Apple	250	150
Морквяний / Carrot	250	150

	ВИХІД, МЛ/ML	ЦІНА, ГРН PRICE, UAH
Еспресо / Espresso	30	70
Еспресо з молоком / Espresso with milk	30 / 50	75
Еспресо з вершками / Espresso with cream	30 / 10	75
Американо / Americano	60	70
Американо з молоком / Americano with milk	60 / 50	75
Американо з вершками / Americano with cream	60 / 10	75
Капучіно / Cappuccino	180	85
Латте / Latte	200	90
Кава без кофеїну / Decaf	30	90
Кава без кофеїну з молоком / Decaf with milk	30 / 50	95
Кава без кофеїну з вершками/ Decaf with cream	30 / 10	95
Кава глясе / Coffee Glace	200	95
Кава фрапе / Coffee Frappe	280	95
Какао / Cocola	200	100
Чай заварний в асортименті / Brewed tea in assortment	300	110
Імбирний чай з м'ятою та лимоном / Ginger Tea with mint and lemon	600	150
Апельсиновий чай / Orange tea	600	150

УСІ ЦІНИ ВКАЗАНІ В УКРАЇНСЬКІЙ ГРИВНІ І ВКЛЮЧАЮТЬ ПДВ 20% ТА АКЦИЗНИЙ ПОДАТОК 5% НА АЛКОГОЛЬНІ НАПОЇ. ОПЛАТА ЗДІЙСНЮЄТЬСЯ БАНКІВСЬКИМИ КАРТАМИ АБО ЗА ГОТІВКОВИЙ РОЗРАХУНОК. ЦЕ МЕНЮ НОСИТЬ ІНФОРМАЦІЙНИЙ ХАРАКТЕР. ІЗ ЗАТВЕРДЖЕНИМ ПРЕЙСУРАНТОМ ВИ МОЖЕТЕ ОЗНАЙОМИТИСЯ НА ІНФОРМАЦІЙНОМУ СТЕНДІ ДЛЯ СПОЖИВАЧА.  
ALL PRICES ARE INDICATED IN UAH, VAT 20% AND ACCESS FEE 5% ON ALCOHOL IS INCLUDED. CASH OR CREDIT CARD ARE ACCEPTED. THIS MATERIAL IS INFORMATIVE, APPROVED PRICELIST IS AVAILABLE ON CUSTOMER STAND.

# Cosmopolite

RESTAURANT • BREWERY  
ESTD. 2011

## Light Beer

**Aroma:** clear malty aroma with light flower notes.

**Taste:** soft malt taste with hardly noticeable hop notes

Unfiltered unpasteurized light beer.  
ABV 4.7%. OG 12%. Yeast sediment allowed

## Weissbier

**Aroma:** spicy aroma with light notes of clove

**Taste:** malty taste with mild bitterness and grassy hop notes.

Unfiltered unpasteurized light wheat beer.  
ABV 5.2%. OG 13%. Yeast sediment allowed

## Dry Stout

**Aroma:** clear, blended with deep singed malt, light notes of roasted coffee and smoked prunes.

**Taste:** mildly dry with light bitterness of roasted coffee

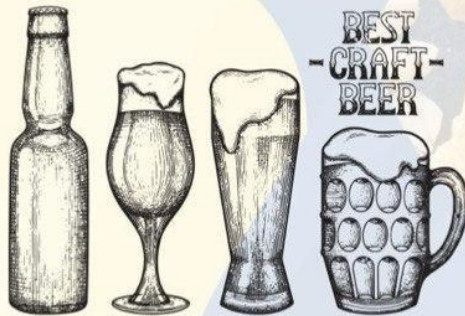
Unfiltered unpasteurized dark beer.  
ABV 4.7%. OG 12%. Yeast sediment allowed

## Ale

Chief brewer of Cosmopolite each season surprises our guests with new sort of ale – classical craft beer recipes skilfully realized with passion. He does everything for beerlovers to taste something new and special!

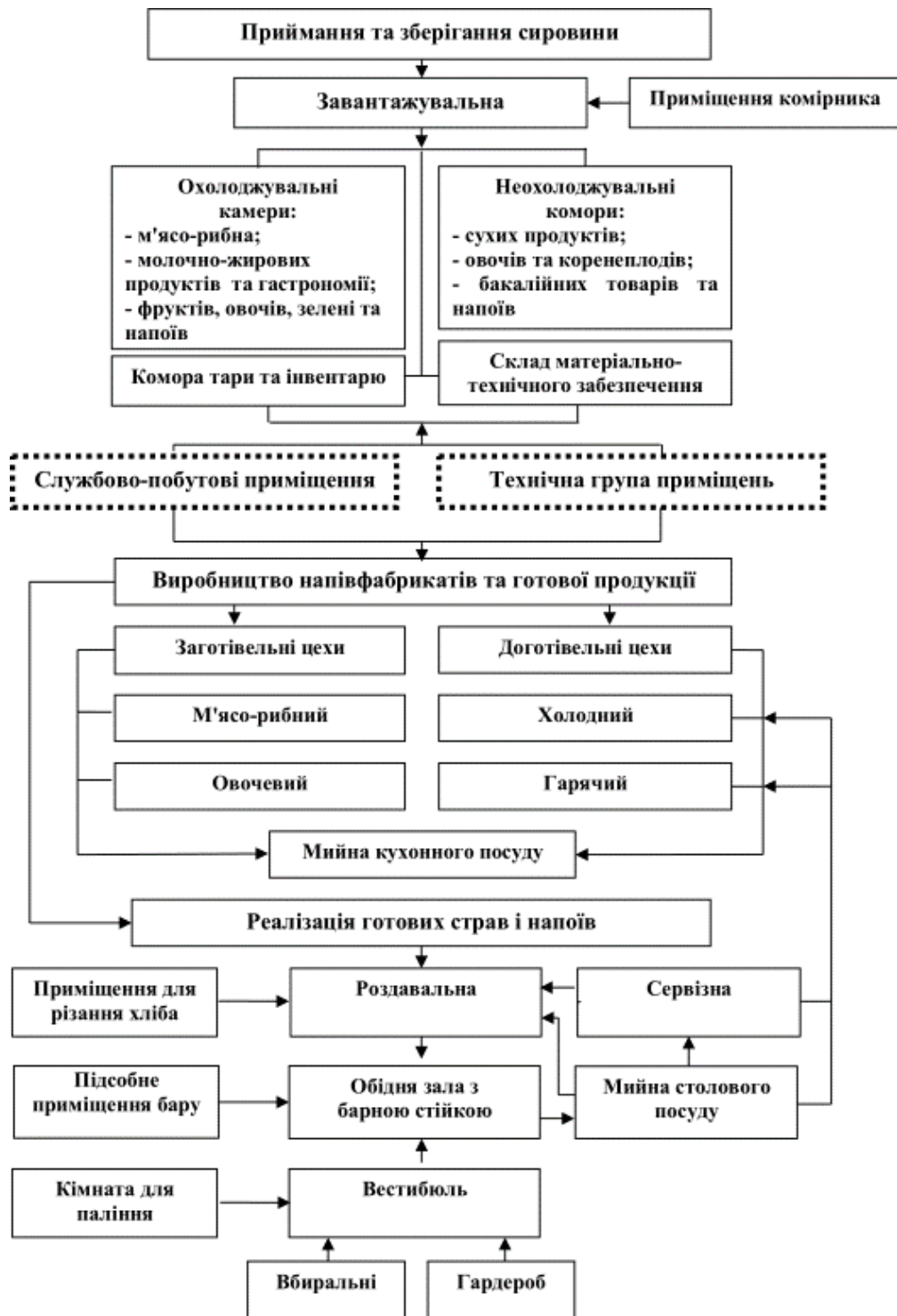


What ale do we offer right now?  
Please ask your waiter!



Each sort of craft Cosmopolite beer is marked with prestigious awards and prizes.

## Структурно-технологічна схема організації виробництва в ресторані-броварні «Cosmopolite»



## Додаток В

**Фінансова звітність ресторану-броварні «Cosmopolite» при  
ТОВ «МЕРКУР-ХОТЕЛ МЕНЕДЖМЕНТ» за 2022 – 2023 рр.**



Фінансова звітність Товариства з обмеженою відповідальністю "МЕРКУР-ХОТЕЛ МЕНЕДЖМЕНТ", ресторан-броварні "Cosmopolite"

Товариство з обмеженою відповідальністю "МЕРКУР-ХОТЕЛ МЕНЕДЖМЕНТ", ресторан-броварня "Cosmopolite"

Дата (рік місяць число)  
за ЄДРПОУ

КОДИ		
2023	12	31
37817187		

**Звіт про фінансові результати (звіт про сукупний дохід)  
за 2023 рік**

Форма № 2

Код за ДКУД

1801003

**I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ**

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року	Примітки
1	2	3	4	5
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів робіт послуг)	2000	554 166	181 236	6
Собівартість реалізованої продукції (товарів робіт послуг)	2050	(154 052)	(115 155)	7
<b>Валовий:</b>				
<b>Прибуток</b>	<b>2090</b>	<b>400 114</b>	<b>66 081</b>	
Інші операційні доходи	2120	18 086	71 651	8
Адміністративні витрати	2130	(59 914)	(37 860)	9
Витрати на збут	2150	(72 523)	(24 916)	10
Інші операційні витрати	2180	(66 576)	(350 774)	8
<b>Фінансовий результат від операційної діяльності:</b>				
<b>Прибуток</b>	<b>2190</b>	<b>219 187</b>	<b>-</b>	
<b>Збиток</b>	<b>2195</b>	<b>-</b>	<b>(275 818)</b>	
Інші доходи	2240	19 577	203 016	12
Фінансові витрати	2250	(319 044)	(236 829)	11
Інші витрати	2270	(8 104)	(28 757)	12
<b>Фінансовий результат до оподаткування:</b>				
<b>Збиток</b>	<b>2295</b>	<b>(88 384)</b>	<b>(338 388)</b>	
(Витрати)/дохід з податку на прибуток	2300	13 592	(162 083)	13
<b>Чистий фінансовий результат:</b>				
<b>Збиток</b>	<b>2355</b>	<b>(74 792)</b>	<b>(500 471)</b>	

**II. СУКУПНИЙ ДОХІД**

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року	Примітки
1	2	3	4	5
Дооцінка (вцінка) необоротних активів	2400	141 587	(102 359)	15, 21
<b>Інший сукупний збиток до оподаткування</b>	<b>2450</b>	<b>141 587</b>	<b>(102 359)</b>	
Податок на прибуток пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	(25 373)	20 166	13
<b>Інший сукупний збиток після оподаткування</b>	<b>2460</b>	<b>116 214</b>	<b>(82 193)</b>	21
<b>Сукупний збиток (сума рядків 2350, 2355 та 2460)</b>	<b>2465</b>	<b>41 422</b>	<b>(582 664)</b>	