

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

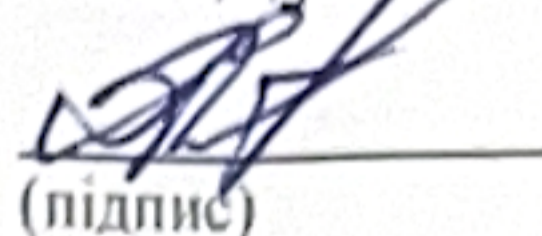

(підпис)

Віта ЦИРУЛЬНІКОВА
(ім'я і прізвище)

«21» лютого 2025 р.

«До захисту допущено»

Завідувач кафедри


(підпис)

Лариса ШАРАН
(ім'я і прізвище)

«21» лютого 2025 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
НА ЗДОБУТТЯ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ БАКАЛАВРА

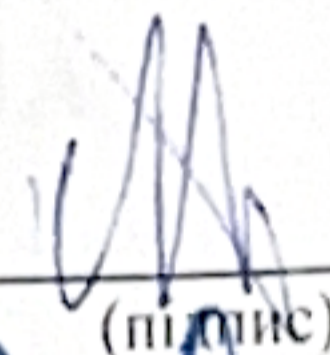
зі спеціальності 241 Готельно-ресторанна справа
(код та назва спеціальності)

освітньо-професійної програми «Готельно-ресторанна справа»

на тему: «Управління анімаційною діяльністю у мережевому ресторані»

Виконав: здобувач 5 курсу, групи ЗГС-5-1

Гребенюк Максим Олександрович
(прізвище, ім'я, по батькові повністю)


(підпис)


Керівник Лявинець Георгій Михайлович
(прізвище, ім'я, по батькові повністю)


(підпис)

Рецензент Олександра НЄМІРІЧ
(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) недозволеної 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

Гребенюка Максима Олександровича

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи «Управління анімаційною діяльністю у мережевому ресторані»

керівник роботи Лявинець Георгій Михайлович, к.т.н.

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

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

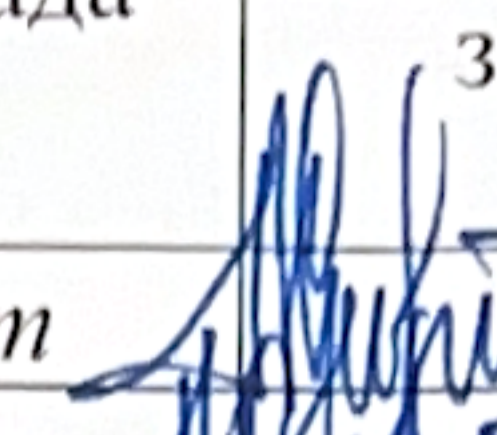
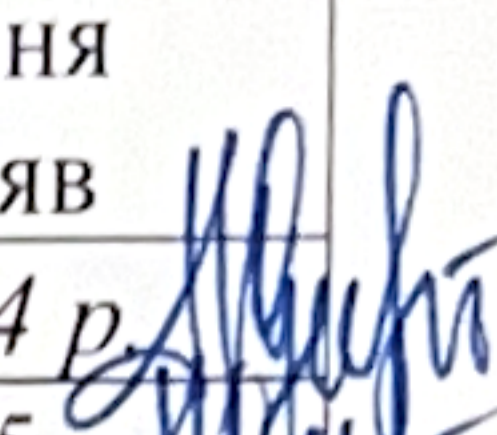
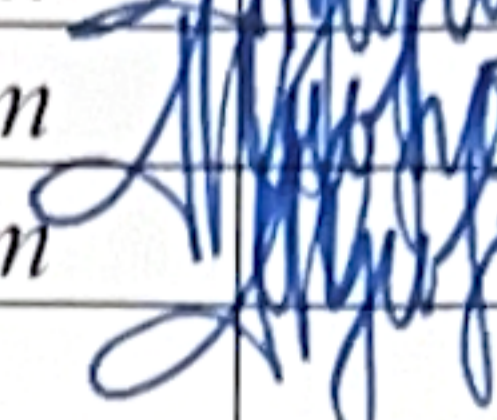
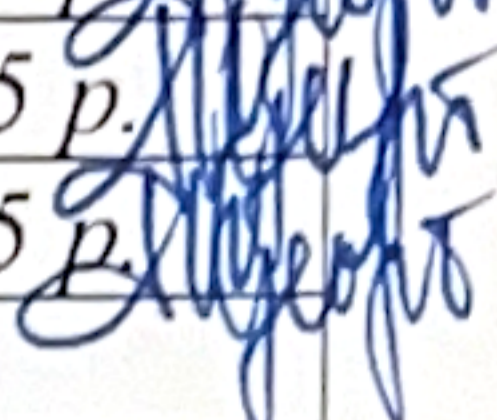

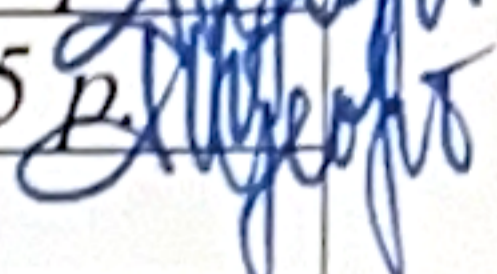
2. Термін подання здобувачем роботи 27 січня 2025 року

3. Вихідні дані до роботи удосконалення анімаційної діяльності у ресторані «Руккола», м. Київ

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити)
Вступ; Розділ 1 Ресторанний бізнес м. Києва: стан, виклики, перспективи; Розділ 2 Характеристика ресторану «Руккола»; Розділ 3 Удосконалення та впровадження анімаційної діяльності в мережевому ресторані «Руккола»; 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	Лявинець Г.М., асистент	 4.12.24 р.	16.12.24 р. 
Розділ 2	Лявинець Г.М., асистент	 17.12.24 р.	02.01.25 р. 
Розділ 3	Лявинець Г.М., асистент	 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	ВСТУП РОЗДІЛ 1 РЕСТОРАННИЙ БІЗНЕС М. КИЄВА: СТАН, ВИКЛИКИ, ПЕРСПЕКТИВИ	4.12-16.12.2024 р.	Виконано
2	РОЗДІЛ 2 ХАРАКТЕРИСТИКА РЕСТОРАНУ «РУККОЛА»	17.12.2024-02.01.2025 р.	Виконано
3	РОЗДІЛ 3 УДОСКОНАЛЕННЯ ТА ВПРОВАДЖЕННЯ АНІМАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В МЕРЕЖЕВОМУ РЕСТОРАНІ «РУККОЛА»	03.01-21.01.2025 р.	Виконано
4	ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ. СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ ТА ІНТЕРНЕТ- РЕСУРСІВ. ДОДАТКИ	22.01-25.02.2025 р.	Виконано
5	Подання кваліфікаційної роботи на кафедру	27.02.2025 р.	Виконано

Здобувач


(підпис)Максим ГРЕБЕНЮК

Керівник роботи


(підпис)Георгій ЛЯВИНЕЦЬ

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ
ІНФОРМАЦІЙНА КАРТКА
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ

Здобувача: Гребенюка Максима Олександровича

*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: «Управління анімаційною діяльністю у мережевому ресторані»

Керівник роботи: Лявинець Георгій Михайлович, к.т.н.

Дата захисту “___” лютого 2025 р.

Робота захищена з оцінкою _____

АНОТАЦІЯ

Робота присвячена визначенню теоретичних засад і розробці практичних рекомендацій щодо вдосконалення управління анімаційною діяльністю у мережевому ресторані. Визначено проблеми та виклики для сфери HoReCa, включаючи зростаючі очікування гостей і необхідність інтеграції культурних елементів у сервіс. Окреслено процес управління анімаційними заходами, проведено аналіз їхнього впливу на задоволення гостей і конкурентоспроможність. Запропоновані заходи, такі як тематичні вечори, дегустації та музичні програми, сприяють зростанню фінансових показників і зміцненню іміджу ресторану. Отримані результати дозволяють підвищити ефективність і конкурентоспроможність підприємств гостинності.

Ключові слова: управління, анімаційна діяльність, мережевий ресторан, тематичні вечори, дегустації, музичні програми, конкурентоспроможність, лояльність гостей, вдосконалення сервісу, культура, обслуговування, ефективність заходів, ресторанний бізнес.

ABSTRACT

The work is dedicated to determining the theoretical foundations and developing practical recommendations for improving the management of animation activities in a chain restaurant. The problems and challenges for the HoReCa sector have been identified, including the growing expectations of guests and the need to integrate cultural elements into the service. The process of managing animation events has been outlined, and their impact on guest satisfaction and competitiveness has been analyzed. Proposed activities such as themed evenings, tastings, and music programs contribute to increased financial performance and strengthen the restaurant's image. The obtained results allow for enhancing the efficiency and competitiveness of hospitality enterprises.

Keywords: management, animation activities, chain restaurant, themed evenings, tastings, music programs, competitiveness, guest loyalty, service improvement, culture, customer service, activity efficiency, restaurant business.

ЗМІСТ

	стор.
ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1 РЕСТОРАННИЙ БІЗНЕС М. КИЄВА: СТАН, ВИКЛИКИ, ПЕРСПЕКТИВИ	8
1.1 Стан ресторанного бізнесу міста Києва.....	8
1.2 Динаміка розвитку ресторанного бізнесу протягом 2020-2024 років.....	10
1.3 Аналіз проблем і викликів для ресторанного господарства.....	15
РОЗДІЛ 2 ХАРАКТЕРИСТИКА РЕСТОРАНУ «РУККОЛА»	17
2.1 Загальна характеристика ресторану «РУККОЛА».....	17
2.2 Сервісно-виробничий процес в ресторані «Руккола».....	18
2.3 Характеристика виробничого процесу в ресторані «Руккола».....	22
2.4 Організаційна структура управління в ресторані «Руккола».....	25
2.5 SWOT-аналіз ресторану «Руккола».....	27
РОЗДІЛ 3 УДОСКОНАЛЕННЯ ТА ВПРОВАДЖЕННЯ АНІМАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В МЕРЕЖЕВМУ РЕСТОРАНІ «РУККОЛА»	30
3.1 Аналіз поточної анімаційної діяльності.....	30
3.2 Удосконалення анімаційної діяльності ресторану «Руккола».....	31
3.3 Прогнозована ефективність від удосконалення анімаційної діяльності в ресторані «Руккола».....	41
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	46
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ ТА ІНТЕРНЕТ-РЕСУРСІВ	47
ДОДАТКИ	

ВСТУП

Ресторанний бізнес це динамічна галузь в економіках всіх розвинених країн, ця галузь постійно змінюється під впливом інновацій та змін інтересів у споживачах. Через це роль анімаційної діяльності зростає, вона стає важливим оригінальним інструментом для формування лояльності гостей закладів, та підвищує свою конкурентоспроможність через змінення та створення оригінальної атмосфери у ресторанах. Анімаційна діяльність в ресторані допомагає в залученні нових гостей, утримуванні їхньої уваги, та створенні позитивних емоцій у гостей закладу.

Основним процесом управління анімаційною діяльністю в закладі ресторанного господарства, є процеси в які входить розробка концепції, координація ресурсів, моніторинг нових трендів та інтересів гостей.

Об'єкт дослідження: процес управління анімаційною діяльністю у мережевих ресторанах.

Предмет дослідження: методи та інструменти управління анімаційною діяльністю, спрямовані на підвищення ефективності роботи мережевих ресторанів.

Мета дослідження: рекомендації з удосконалення управління анімаційною діяльністю у мережевих ресторанах для підвищення їх конкурентоспроможності та привабливості для гостей.

Завдання дослідження:

1. Проаналізувати сучасний стан і тенденції розвитку анімаційної діяльності у мережевих ресторанах.
2. Вивчити теоретичні основи та практичні аспекти управління анімаційної діяльності.
3. Оцінити вплив анімаційних заходів на якість обслуговування та економічні показники роботи мережевих ресторанів.

Методи дослідження

У дослідженні використані методи аналізу сучасних трендів та інтересів населення, порівняння, спостереження.

РОЗДІЛ 1 РЕСТОРАННИЙ БІЗНЕС М. КИЄВА: СТАН, ВИКЛИКИ, ПЕРСПЕКТИВИ

1.1 Стан ресторанного бізнесу міста Києва

На сьогоднішній день, ресторанний бізнес Києва змінюється пропонуючи ще більше нових ідей у їжі та обслуговуванні. Сучасні заклади ресторанного господарства в Києві не тільки показують традиційну українську кухню, але також включають різні міжнародні напрямки, як ф'южн, вегетаріанські та веганські меню та страви з певних частин світу, наприклад азійської латинської і середземноморської кухонь. Україна продовжує підлаштовуватися до викликів що виникають через військові проблеми. Хоча є великі труднощі, ресторанний бізнес показує силу і креативність у своїх способах обслуги клієнтів. Особливо важливим є увага на місцеві продукти та стійкий розвиток. Багато закладів ресторанного господарства звертають увагу на "ферма до столу" ідеї, де акцент ставиться на свіжості складових, що приходять від близьких виробників. Особливо важливим напрямком є фокус на локальні продукти та сталий розвиток.

В туперішній час все більшість ресторанів пропонують унікальні страви. Клієнти можуть спостерігати, як кухарі готують їжу, і спілкуватися з ними безпосередньо. Таке налаштування дозволяє відвідувачам насолоджуватися стравами, залучаючись до кулінарного процесу, створюючи незабутнє обіднє підприємство.

Еколого-географічні фактори:

Київ розташований у регіоні з помірним кліматом, тут сезони значно впливають на роботу ресторанів. Коли приходить зима, в закладах починають прикрашати все до Різдва та додають в своє меню теплі страви та напої, щоб зігрітися, тоді як літо спонукає до відкриття літніх терас і легких закусок з холодними напоями.

Військовий конфлікт, який розпочався у 2022 році, мав значний вплив на ресторанну індустрію, зменшивши кількість туристів, що вплинуло на попит і

спонукало бізнес до більшої адаптивності та креативності. Проблеми навколишнього середовища через виклики енергетичної залежності погіршили проблеми, спричинені конфліктом. Постачання продовольства зараз змінюється залежно від сезону, а місцева сільськогосподарська продукція перешкоджає через проблеми з логістикою та зміни методів ведення сільського господарства під час війни. Закусочні, які покладаються на місцеві товари, можуть зіткнутися з дефіцитом або коливаннями якості, що вимагає швидкого коригування, наприклад пошуку інших постачальників або зміни меню відповідно до доступних продуктів. [9]

Соціальна спрямованість закладів ресторанного господарства:

У 2024 році на ресторанну індустрію Києва в першу чергу впливають актуальні проблеми, пов'язані з військовим конфліктом. У цей непростий період заклади активно працюють над потребами співробітників і клієнтів.

Багато закладів харчування Києва беруть участь у благодійній діяльності, безкоштовно годуючи солдатів, родини та переселенців. Вони організують збір коштів на медичні та оборонні цілі. Серед економічних проблем багато закладів харчування адаптуються, змінюючи ціни, запроваджуючи спеціальні меню та пропозиції. Крім того, вони покращують службу доставки їжі для осіб, які не можуть відвідати заклади особисто.

Міські заклади харчування значною мірою сприяють створенню робочих місць для місцевих жителів і тих, хто був змушений переїхати. Багато закладів харчування в Києві надають перевагу сталому розвитку, впроваджуючи екологічні практики, використовуючи місцеві інгредієнти та мінімізуючи відходи. Це спрямовано не лише на мінімізацію впливу на навколишнє середовище, але й на зміцнення підтримки сусідніх підприємств під час економічних проблем. Протягом 2024 року в Києві припинили роботу близько 120 ресторанів і кафе. Водночас ці цифри, хоч і виглядають значними, є меншими, ніж у деякі попередні роки, наприклад 2015–2016, коли в столиці закривалося до 200 закладів на рік. Найбільше закладів закрилося у 2022 році, коли бізнес масово не витримував нових умов. 2023 рік дав деяку надію, адже

відкриття закладів частково відновилося через очікування закінчення війни. Проте 2024-й став роком невинуватених надій та економічної депресії.

Переважають закриваються або нові заклади, які не змогли знайти своє місце на ринку, або ті, що не оновлювали концепцію та втратили конкурентоспроможність.

Ринок кав'ярень у столиці стрімко розвивається. Зараз у Києві працює близько 1500 закладів, що спеціалізуються на каві, і це число постійно зростає. Проте зростання кількості кав'ярень призвело до жорсткої конкуренції, зазначає ресторанна експертка Ольга Насонова.

Ймовірно 2025 рік буде позитивним для ресторанної індустрії. Ринок розпочне відновлення, і ми побачимо появу нових цікавих закладів. Це стане роком росту та нових можливостей для тих, хто залишився в бізнесі та готовий розвиватися [1].

1.2 Динаміка розвитку ресторанного бізнесу протягом 2020-2024 років

Пандемія COVID-19, яка почалася на початку 2020 році, спричинила значні зміни у всіх секторах економіки, включаючи ресторанний бізнес Києва. З початком пандемії та введенням карантинних заходів, багато ресторанів були змушені тимчасово закрити свої зали для відвідувачів. Власникам довелося швидко шукати альтернативні методи ведення бізнесу. Один із підходів полягав у повному переосмисленні простору та діяльності ресторанів, з особливим акцентом на послуги замовлення та доставки їжі.

Адаптація до нових моделей обслуговування стала критично важливою. Ресторани, які традиційно пропонували повноцінне обслуговування, мали змінити свої меню для замовлення на винос та доставки. Це включало в себе адаптацію страв до транспортування, зміну розмірів порцій або навіть інгредієнтів для збільшення терміну зберігання їжі під час доставки. Також було важливо створити системи онлайн-замовлень та інтеграцію з мобільними додатками для замовлення їжі, що стало новим стандартом у галузі.[10]

Також, аналізуючи особливості ресторанного бізнесу в умовах пандемії, варто звернути увагу на тренди, які впливають на ресторанний бізнес у 2021 році і вплив яких відчуватиметься і у 2022 році. Зокрема, серед таких трендів виділяють наступні: 1) доставка та їжа на винос; 2) мультиканальність; 3) Casual сегмент та корисне харчування; 4) автоматизація та діджиталізація; 5) QR-коди; 6) франшизи; 7) монопродукт; 8) випічка та солодоці; 9) крафтові напої та блюда; 10) національна та регіональна кухня; 11) роботизація в ресторанах; 12) розпізнавання обличь; 13) агрегатори постачальників. В Україні прояв цих трендів має специфіку. Так, яскраво проявив себе тренд появи більшої кількості пекарень та кондитерських, особливо, у спальних районах великих міст. Так само багато ресторанів, особливо під впливом пандемії, перейшли на використання QR-кодів для ознайомлення відвідувачів із власним меню. Також, в Україні набрав популярності тренд доставки їжі з ресторанів та кав'ярень (наприклад, Glovo, Bolt Food тощо).

Сучасний ресторанний бізнес в Україні відносно молодий, особливо у порівнянні з іншими країнами. Він почав розвиватися тільки з 90-х років, деякі науковці в цій галузі вважають, що період розвитку міг тривати і досі, якби не нищівний вплив пандемії коронавірусу. За майже 30 років відбулося багато змін під впливом багатьох чинників. Так, у 90-х роках почали активно створюватися нові заклади ресторанного бізнесу, але до 2009 року їх кількість постійно зменшувалась. Звісно, відкривались нові, але тих, які припиняли свою діяльність було більше. Лише в період 2009–2011 ситуація на ринку дещо стабілізувалась. Новий сплеск активізації припадає на 2012 рік, що зумовлено проведенням олімпіади Євро-2012, далі знову спад, хоч і не значний, особливо беручи до уваги політичну ситуацію в країні. [2]

Зниження купівельної спроможності українців у 2015 році спричинило закриття близько 1500 ресторанів і кафе (без урахування непідконтрольних територій) по Україні. Необхідно зазначити, що економічну кризу не змогли подолати ті заклади, що працювали на межі рентабельності та орендували приміщення.

Військове вторгнення росії на територію України 24 лютого 2022 року поставило більшість закладів ресторанного господарства у режим «виживання», адже більшість закладів сходу країни були фізично зруйновані. За перші місяці війни 37% заклади ресторанного господарства закрилися, галузь втратила до 65% працівників, а прибутки впали на половину.

Зміни призвели до зростання попиту на гастрономічні послуги в Україні. Станом на 01.11.2021 року в Україні було зареєстровано 57712 закладів ресторанного господарства (РГ) (табл. 1), з них основну кількість становили приватні заклади (98,3%). У структурі закладів ресторанного бізнесу найбільшу частку 37,3% займали ресторани, кафе та бари, майже 17,3% ринку займали заклади швидкого харчування (фаст-фуди), 6,1% – паби та нічні клуби, 19,2% – заклади з надання кейтерингових послуг, 3,2% – заклади харчування при готелях і 16,9% – заклади харчування при АЗС. [2]

Таблиця 1.2 – Структура закладів ресторанного бізнесу в Україні у динаміці 2021/2022 роки

№ з/п	Вид закладів	2021		2022		2021/2022 +/-
		Кількість (од)	%	Кількість (од)	%	
1.	Ресторани, кафе, бари	21526	37.3	7076	17.5	-14450
2.	Фаст-фуди, пекарні, кав'ярні	10022	17.3	15406	38.1	+5384
3.	Паби та нічні клуби	3508	6.1	890	2.2	-2618
4.	Заклади із надання кейтерингових послуг	11040	19.2	8208	20.3	-2832
5.	Заклади громадського харчування при готелях	1872	3.2	1537	3.8	-335
6.	Заклади громадського харчування при АЗС	9744	16.9	7319	18.1	-2425
	Разом	57712	100	40436	100	-17276

джерело: [2]

Незважаючи на кризові періоди в розвитку ресторанного бізнесу, він постійно змінювався, розвивався та вдосконалювався. Зміни торкнулися усіх складових: форми власності, організаційної структури, загальних та якісних змін у технології приготування та дизайні страв, управлінні (франчайзинг, мережа закладів), фінансах, маркетингу (додаткові послуги, акції) та тенденціях харчування (більша увага до здорового харчування, дієтичне

харчування, вегетаріанська кухня, етнічна кухня, локальна або молекулярна кухні тощо).

У 2022 році кардинально змінилися формати діючих закладів, на перше місце виходять заклади швидкого харчування (фаст-фуди), пекарні, кав'ярні, частка яких у загальній структурі становить рекордні 38%. Це пояснюється демократичною ціновою політикою даних закладів, оскільки доходи гостей скоротилися в середньому на третину, а у деяких категоріях і більше. Слід зазначити, що мова йде саме про «заклади ресторанного господарства», а не «підприємства ресторанного господарства», оскільки майже 90% закладів ресторанного господарства зареєстровані як фізичні особи – підприємці, і лише трохи більше, приблизно 10% зареєстровані саме як підприємства (юридичні особи). З початку ринкової перебудови в Україні частка фізичних осіб-підприємців у загальній кількості суб'єктів господарювання РГ України практично не змінюється, навіть в останні кризові роки. Як видно з наведених даних, забезпеченість закладами ресторанного господарства по Україні в цілому складала 57712 об'єктів на майже 39 млн. осіб. У розрізі областей найбільший показник мали Київська (4505 об'єктів). [3]

На початку війни діяльність ресторанів у місті Київ почала відновлюватися тільки наприкінці квітня 2022 року. Тим часом частини Київської області залишалися окупованими російськими військами. Багато ресторанів зіткнулися з проблемами логістики через такі проблеми, як зриви доставки та пошкодження інфраструктури, що призвело до значної невизначеності.

Після виведення російських військ з Києва та Київської області в травні 2022 року, ресторанна індустрія почала повільно повертатися. Заклади, які зуміли вистояти або змогли відремонтувати свої приміщення, почали знову відкриватися з метою пристосування своєї діяльності до нових обставин. Це передбачало відновлення інфраструктури для підтримки морального духу персоналу та повернення довіри клієнтів.

За останню половину 2023 року відвідуваність закладів громадського харчування в Україні зростає на 10%, а середній рахунок зріс на 18%. Ресторани зазнали найбільшого зростання відвідуваності на 11% порівняно з минулим роком. Кафе продемонстрували зростання на 9%, а саме кафе мали темп зростання на 7% порівняно з попереднім роком. У барах спостерігається зростання на 15% порівняно з показниками 2022 року. Потік фастфуду зріс на 5%.

До кінця року, незважаючи на триваючу війну, ресторани столиці продемонстрували помітну стабільність і адаптивність. Вони зберегли відремонтований заклад і впровадили нові стратегії для залучення клієнтів. Соціальні програми, такі як безкоштовне харчування військовослужбовців чи підтримка гуманітарних проєктів, стали вирішальними для інтеграційних зусиль. Протягом 2023 року та на початку 2024 року ресторани працювали в умовах значної невизначеності та при безпековій загрозі для відвідувачів та персоналу.

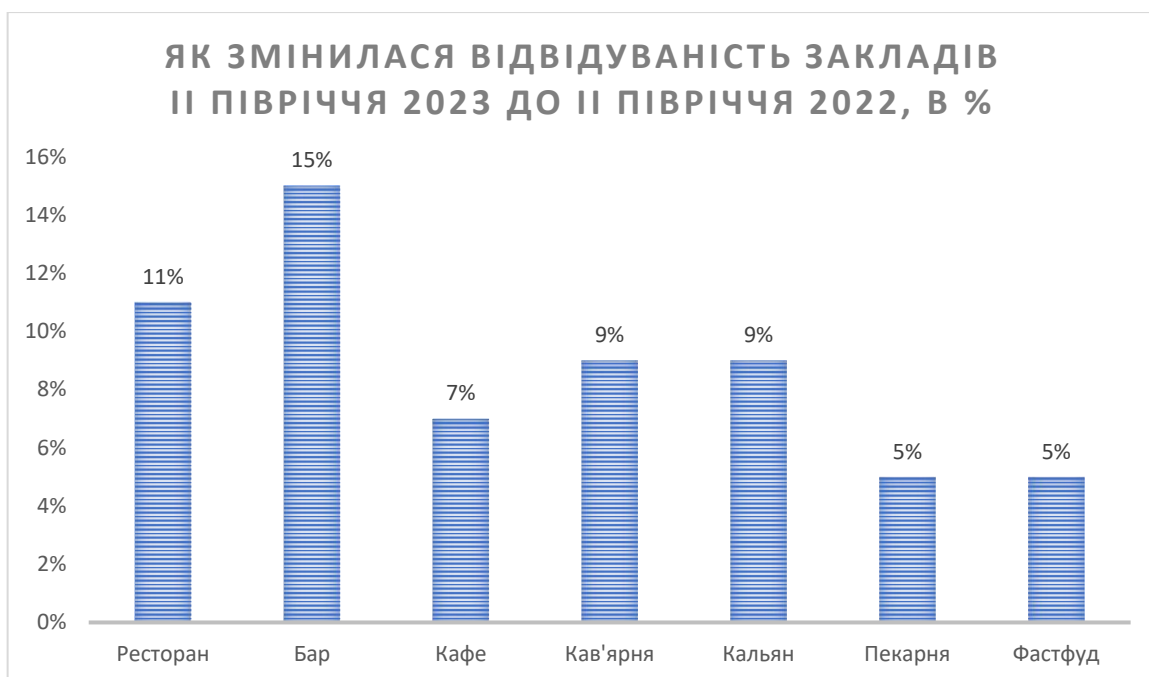


Рис. 1.2 Інфографіка «Як змінилася відвідуваність закладів II півріччя 2023 до II півріччя 2022» [14]

1.3 Аналіз проблем і викликів для ресторанного господарства

У 2024 році заклади ресторанного господарства в Києві та всій Україні стикаються з унікальними викликами через збільшення проблем під час того, як в нашій країні йде війна, це торкається також і економічної нестабільності. Через війну, закладам вимушені або будувати укриття, або інформувати про повітряну тривогу та вказувати на найближче укриття, зараз заклади ресторанного господарства роблять все можливе, щоб їх гості були в безпеці. Також кожен заклад хоче бути найкращим у сфері обслуговування, але через основні проблеми ресторанної галузі, такі як брак працівників, зменшення числа відвідувачів, комендантська година, а також значне зниження платоспроможності населення, не може рухатися вперед.

Через зміни шляхів транспортування та складність доставки, витрати на продукти зросли, що призвело до підвищення вартості страв, які більшість відвідувачів не спроможна оплатити. Крім того, це впливає на стандарти та асортимент товарів, які можуть надати ресторани.

Значною проблемою є інфляція, через яку заклади вимушені збільшувати ціни на товари та послуги. Це особливо впливає на ресторани, що зосереджуються на імпортних або преміальних товарах. Інфляція додатково знижує купівельну здатність людей, що призводить до зменшення кількості відвідувань ресторанів.

Також, до вище сказаних проблем, є нестача кваліфікованих кадрів. Багато досвідчених працівників або переїхали за кордон, або перейшли в інші галузі в пошуках більш стабільних і безпечних умов роботи. Як наслідок, заклади змушені інвестувати значні ресурси в набір і навчання нового персоналу, а також у створення стимулів для утримання наявних працівників.

Перспективні напрями розвитку:

В умовах конфлікту та економічних труднощів у 2024 році, закладам ресторанного господарства Києва доводиться пристосовуватися та впроваджувати інновації. Завдяки розвиненості пристроїв є можливість всі необхідні закупівельні матеріали для ресторанів можна замовляти завдяки

алгоритмам, завантаженим у систему. Можна буде автоматично оновлювати запаси, розміщуючи матеріали на складі, або автоматично вилучати їх зі складу, за допомогою технології RFID (Радіочастотна ідентифікація) або штрих-коду існуючого основного складу. Коли рівень сировини, що спожили люди досягає певного рівня, автоматичне замовлення буде надіслано відповідному постачальнику. Таким чином можна запобігти непотрібним запасам продукції. За допомогою цієї технології можна автоматично контролювати терміни придатності продуктів і запобігти їх псуванню. За допомогою розробки технологій приготування та автоматизації, майбутні кухарі зможуть приймати відповідні інгредієнти у визначеному порядку та формі, відповідно до рецептів, готувати їх з необхідними соусами та презентаціями. [4]

Перспективи італійської кухні в Києві:

У теперішній непростий час країна стикається із серйозними викликами, такими як військові конфлікти та їх соціально-економічні наслідки. У суспільстві зростає попит на різноманітність і відволікання від звичної рутини. Італійська кухня - одна з найпоширеніших і улюблених в усьому світі, кращі її страви вже давно зайняли почесне місце в меню кожного ресторану високої кухні. Крім того, всі регіони Італії мають свої власні, місцеві, страви. І кожен район, провінція і місто цієї країни принесли і приносять свій неоціненний внесок у різноманіття гастрономічних смаків.

РОЗДІЛ 2 ХАРАКТЕРИСТИКА РЕСТОРАНУ «РУККОЛА»

2.1 Загальна характеристика ресторану «РУККОЛА»

Ресторан «Руккола» розташований за адресою: вулиця Петра Сагайдачного, 22/1, у Подільському районі Києва. Графік роботи: Ресторан працює щодня з 11:00 до 21:00. Сам ресторан «Руккола» має 2 поверхи та 110 посадочних місць, на кожному поверсі є місця для двох або для великої компанії до 6 чоловік за одним столиком.

Мережа ресторанів «Руккола» має 4 ресторани по місту Київ, вони розташовуються за адресами: вул. Антоновича, 176; пр. Перемоги, 33/1; вул. Хрещатик 24 та вул. Петра Сагайдачного, 22/1. Всі вони знаходяться біля станцій метро, що дає змогу зручно потрапити до самого ресторану.

Мережа закладів італійської кухні «Руккола» позиціонує себе як "кафе для друзів". Інтер'єр закладу виконано у тосканському стилі. Тут переважають теплі, природні відтінки теракотового, світло-кремового та пісочного. М'яке світло допомагає розслабленню та неспішній бесіді. Сюди можна заскочити під час обідньої перерви або прийти на вечерю із сім'єю. [15]

Таблиця 2.1 Загальна характеристика ресторану «Руккола»

Показник	Характеристика
Тип ЗРГ/Назва	ресторан «Руккола»
Уповноважена особа	Петришинець Юлія Дмитрівна
ЄДРПОУ	38523615
Місцезнаходження	вулиця Петра Сагайдачного, 22/1
Види діяльності	56.10 Діяльність ресторанів, надання послуг мобільного харчування 10.85 Виробництво готової їжі та страв 47.29 Роздрібна торгівля іншими продуктами харчування в спеціалізованих магазинах 56.21 Постачання готових страв для подій 56.30 Обслуговування напоями
Кулінарне спрямування	Італійська
Кількість посадочних місць	110 осіб

джерело: [5]

Тут подають неаполітанську піцу, ризотто, домашню пасту з різними добавками і м'ясне гриль-меню, яке готують на вугіллі. У ресторані знайдеться

все це, велика кількість смаку в авторському виконанні шефа, в доброзичливій атмосфері зі стильним яскравим інтер'єром і демократичними цінами.

Для банкетів і вечірок в мережі діє знижка в розмірі 20%. А якщо гість вирішив відзначити свій день народження в мережі цього ресторану, то гість отримає в подарунок 30% знижки на все меню кухні, і 20% - протягом тижня після святкової дати.

Ресторан має спеціальне меню, яке називається «Дель Маре», де основний акцент зроблений на морепродукти. Рапани з полентою, мідії, прохолодний гаспачо з креветками, оладки з цукіні і маринованим лососем, яскравий соте. Також є «Menu di Avocado», воно включає в себе бельгійські вафлі з пармою і кремом авокадо, хрустку Фокачча з авокадо і сиром Страчателла, тартар з лосося з кремом авокадо, спагетті з цукіні і кремом авокадо, а також салат з авокадо і кіноа.

2.2 Сервісно-виробничий процес в ресторані «Руккола»

Робота будь-якого закладу ресторанного господарства насамперед спрямована на задоволення потреб споживачів як у повноцінному харчуванні, так і в організації дозвілля. Оскільки саме від споживачів залежить успішність та прибутковість закладу. Виходячи з цього, можна зазначити, що анімаційна діяльність є важливою сферою забезпечення ефективної комунікації та розвитку будь-якого підприємства досліджуваної галузі. Слід зазначити, що сьогодні ресторанне господарство України набуває відносно нового поштовху у розвитку. Це стосується не лише питань дизайну, концепції, організації споживання, а й процесу приготування їжі, подачі та основних складників (інгредієнтів) страв. [16]

В сервісно-виробничому процесі ресторану «Руккола» дотримуються нормативних правил, до яких входять такі етапи: підготовка обідньої зали, сервірування, процес заготовки, підготовка кухонного обладнання та самої кухні перед відкриттям. Зокрема, прибиральник миє підлоги, протирає поверхні, меблі та інші частини зали та кухні.

Основною частиною є обслуговування гостей. Офіціанти повинні забезпечувати чистоту протягом всієї зміни, реагувати на будь-які нестандартні ситуації, що виникають під час роботи. А кухарі повинні оперативно віддавати замовлення та слідкувати за правильністю приготування страв по технологічним картам.

У ресторані «Руккола» офіціанти забезпечують повне індивідуальне обслуговування гостей. Повне обслуговування означає, що кожна взаємодія з гостями зосереджена на наданні послуг. Вони допомагають гостям протягом усього перебування в закладі, від першого привітання до оплати рахунку.

Офіціанти приносять страву до гостя, а також стежать за чистотою столів, якщо гість закінчив їсти свою страву та пішов, то офіціант повинен прибрати брудні тарілки та протерти столи, а також слідкувати за акуратністю та швидкістю приготування страви.

Коли гості закладу приходять, то їх зустрічає вільний офіціант та допомагає їм розміститися на вільних місцях, відповідно до їхніх вподобань. Офіціант пояснює, що для того щоб переглянути меню в закладі, потрібно просканувати QR-код, який знаходиться за кожним столиком. Вони рекомендують гостям деякі варіанти страв і напоїв, допомагають у виборі відповідних страв. Офіціант фіксує всі замовлення і відправляє їх на кухню. Після того як страви і напої готові, офіціант приносить їх до столу гостей. Протягом усього перебування гостей офіціант слідкує та реагує на кожне прохання гостя. Після оплати офіціант дає чек та обробляє платіж за зручним методом для гостя.

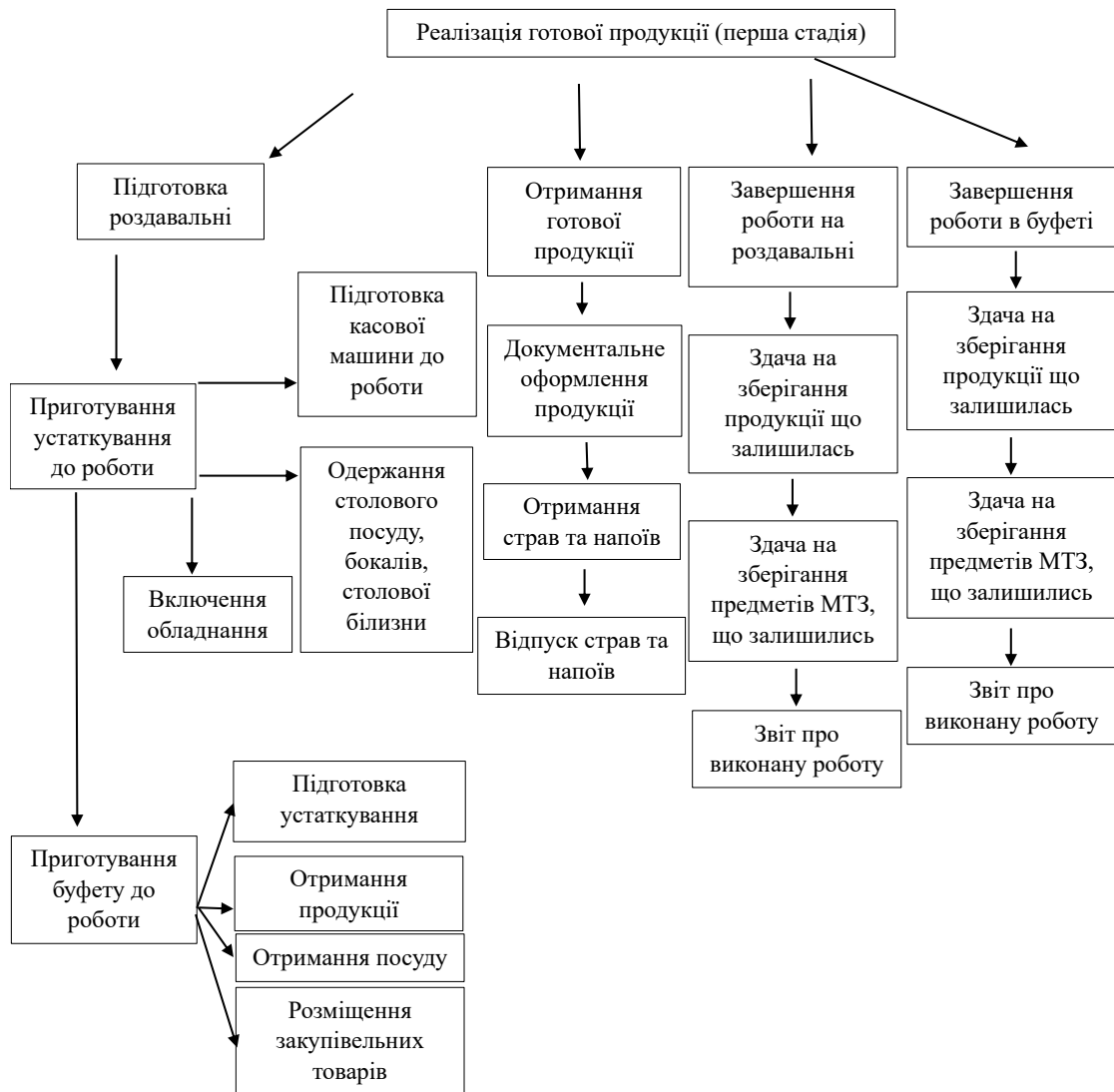


Рис. 2.2 Реалізація готової продукції «Руккола»

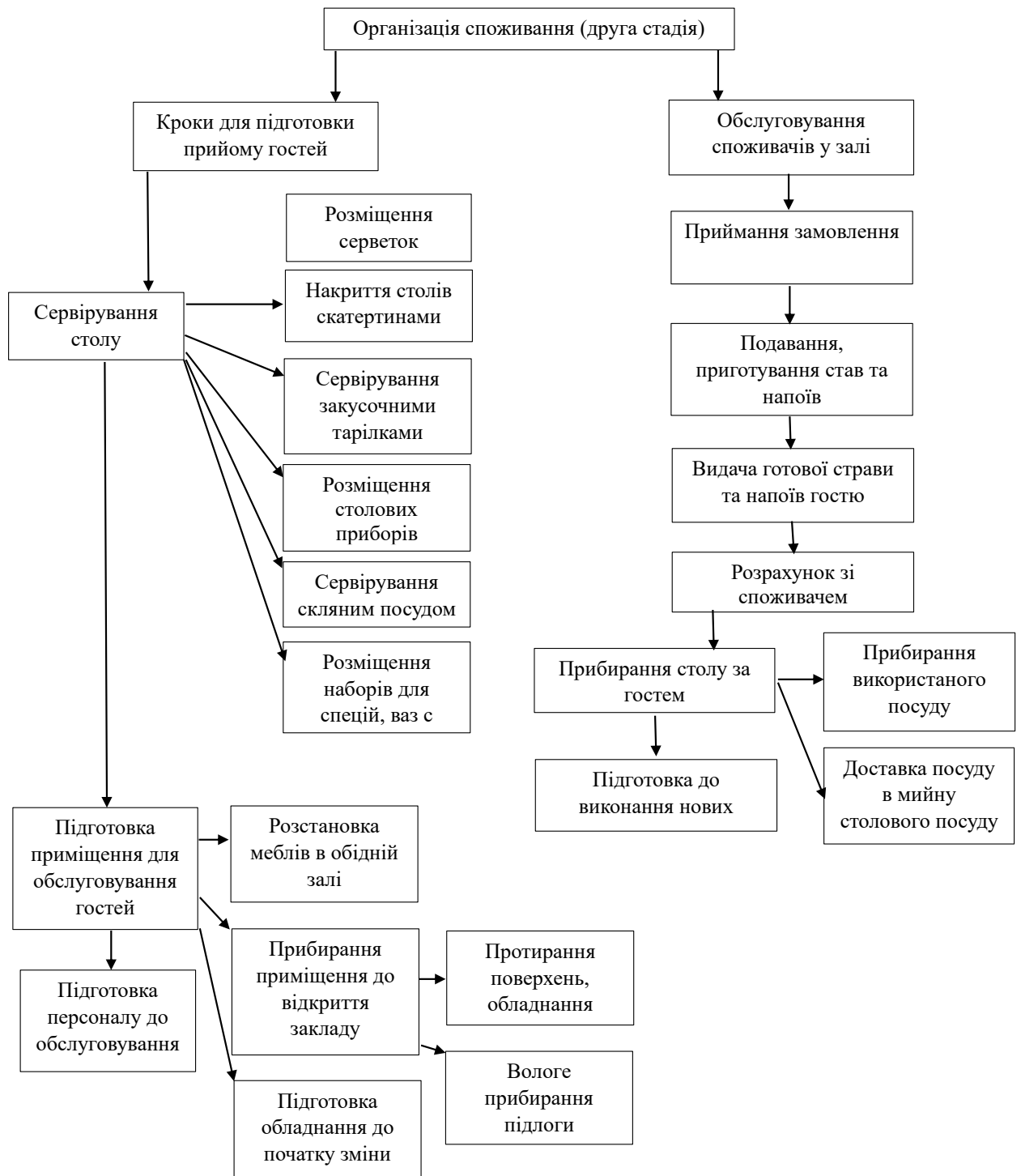


Рис. 2.2.1 Організація споживання в ресторані «Руккола»

2.3 Характеристика виробничого процесу в ресторані «Руккола»

У ресторані «Руккола» гостям пропонують страви італійської кухні з широким асортиментом алкогольних та безалкогольних напоїв.

Постачання ресторану «Руккола» сировиною здійснюється оптово-продовольчими фірмами. За підтримку обсягів постачання на прийнятному рівні в ресторані «Руккола» відповідає адміністратор, який у своїй роботі враховує наступні фактори:

- наявний запас товару на складі (у днях);
- оптимальний запас (у днях);
- рівень продажів ресторанів;
- сезонні коливання продажів;
- час розміщення й підтвердження замовлення в постачальника;
- умови доставки;
- час доставки.

У ресторані «Руккола» раз на тиждень формується спеціальний звіт по всій товарній номенклатурі складу. У ньому ключовими параметрами для адміністратора є продажі за тиждень і рівень запасу. Проаналізувавши в такий спосіб залишки по всій номенклатурі, у ресторані «Руккола» адміністратор залу формує замовлення й розклад поставок на тиждень вперед. Використовується традиційна форма організації поставки товару: товар привозять на машинах зі складів фірм-постачальників, а потім продукти надходять на склад ресторану, звідки дістаються за потребою. [17]

Організація роботи цехів

До виробничих приміщень ресторану «Руккола» входять: заготівельні (овочевий, м'ясо-рибний, овочевий); доготівельні (гарячий, холодний цехи).

У заготівельних цехах підприємства здійснюють механічну обробку сировини - м'яса, риби, птиці, овочів – і вироблення напівфабрикатів для постачання ними доготівельних цехів.

До доготівельних цехів відносяться гарячий та холодний цехи. Тут завершується технологічний процес виробництва кулінарної продукції та реалізації її в залі ресторану.

На досліджуваному підприємстві м'ясо-рибний цех — об'єднаний, тому що немає необхідності робити цехи окремими приміщеннями. Технологічні лінії, ділянки та організацію робочих місць проаналізовано далі по кожному цеху. [7]

Овочевий цех

Доставка сировини в цех іде з комори овочів. Основним устаткуванням є виробничі столи, столи для доочищення картоплі, мийні ванни, підтоварники для овочів. Робочі місця оснащені інструментами, інвентарем для виконання певних технологічних операцій. В овочевому цеху виділяється ділянка обробки картоплі й коренеплодів, ділянку обробки свіжої капусти, інших овочів і зелені. Устаткування ставиться по ходу технологічного процесу. У цеху працює дві людини. Режим роботи цеху однозмінний.

М'ясо-рибний цех

М'ясний та рибний цехи в ресторані «Руккола» об'єднані в один. Для обвалювання, зачищення і нарізання м'яса на порції встановлено робочі столи. Робоче місце для приготування м'ясних та рибних напівфабрикатів являє собою виробничий стіл, інструменти та необхідне обладнання. Риба на підприємство надходить в охолодженому та замороженому вигляді. Ділянка обробки риби забезпечує виконання таких операцій: розморожування риби або вимочування солоної риби, очищення від луски, патрання, обробку, приготування напівфабрикатів та їх зберігання. Підготовлену рибу передають в доготівельні цехи, де здійснюють приготування страв.

Доготівельні цехи призначені для виробництва з напівфабрикатів готової до вживання продукції. До них відносяться гарячий та холодний цех. З м'ясо-рибного цеху на кухню надходять рибні напівфабрикати, риба гастрономія, м'ясні напівфабрикати для різного призначення, з овочевого — підготовлені

овочі, фрукти. В доготівельних цехах відбувається приготування та відпуск страв.

Холодний цех

Холодні закуски готують із заздалегідь підготовлених продуктів (з м'ясо-рибного, овочевого цеху). М'ясні, рибні та овочеві напівфабрикати, а також холодні соуси, маринади зберігають окремо в холодильних шафах або в охолоджуваних приміщеннях. В холодному цеху знаходиться необхідне обладнання (ножи, дошки, спеціальне обладнання), холодильна камера, та виробничі столи.

В холодному цеху всі технологічні операції проходять на окремих послідовно зв'язаних ділянках та робочих місцях. Так лінія приготування холодних страв і закусок включає окремі ділянки:

- з приготування салатів, соусів і заправок до них — призначена для приготування різних салатів, соусів та заправок;
- з приготування холодних страв та закусок, нарізання бутербродів — призначена для приготування холодних страв овочевих, рибних чи м'ясних;
- для порціонування і відпускання страв.

Тривалість робочого дня працівників кухні 12 годин і працюють вони по лінійному графіку. Загальне керівництво цехом здійснює шеф-кухар. Звечора приготують трудомісткі страви, заготовки.

Гарячий цех

Гарячий цех займає центральне місце на виробництві: тут здійснюється теплова обробка всіх продуктів, напівфабрикатів, доводяться до готовності перші і другі страв, гарніри. Гарячий цех безпосередньо зв'язаний з групою заготівельних і складських приміщень, а також з роздавальною. При кухні знаходяться приміщення для миття посуду. Отже, побудова гарячого цеху є продуманою і правильно спроектоване сусідство з необхідними приміщеннями. На підприємстві до гарячого цеху входять супове та соусне відділення. У відповідності до виробничої програми гарячого цеху в суповому

відділенні організовано лінію приготування перших страв – призначена для приготування бульйонів і на їх основі – супів.

Аналізуючи цехову структуру закладу, бачимо, що заготівельні цехи розміщені, враховуючи послідовність технологічних процесів обробки продуктів, поблизу складських приміщень і мають безпосередній зв'язок з доготівельними цехами.

2.4 Організаційна структура управління в ресторані «Руккола»

В наш час все будується покроково для більш ефективної роботи усіх галузей, включаючи ресторани. Правильна та структурована організаційна структура управління стабілізує роботу та дає розуміння для зручної праці. У сучасному часі та умовах високої конкуренції, саме правильна структура управління допомагає забезпечити швидкісне та якісне обслуговування, оперативно приймати рішення. Ресторан «Руккола» обрав класичну лінійну модель управління, що характеризується чіткою ієрархією та розподілом функцій. Організаційна структура управління в ресторані «Руккола» побудована за принципом лінійного підпорядкування, за рахунок якої кожен співробітник має чітко визначену позицію у структурі:

- Директор – має найвищу позицію в цій структурі, він відповідає за фінансове та організаційне управління, а також за реалізацію стратегічних цілей. Він встановлює загальні орієнтири, які допомагають зрозуміти, що робота в закладі це не тільки прийти та отримати зарплатню, а ще й працювати заради однієї спільної мети закладу. Також це людина, яка має взаємодію зі штаб-квартирою мережі ресторанів.
- Адміністратор – це функціональний оперативний керівник, він безпосередньо підпорядкований директору. Адміністратор координує щоденну роботу закладу, контролює роботу обслуговуючого персоналу та забезпечує ефективність та взаємодію між кухнею та обідньою залом.
- Персонал кухні – у це відгалуження входять шеф-кухар та кухарі. Шеф-кухар організовує та контролює процес приготування страв згідно з

технологічними картами та контролює якість страв. Кухарі в свою чергу виконують свої функції, безпосередньо підпорядковуються шеф-кухарю та впливають на кінцеву якість страв.

- Офіціанти – вони відповідають за прийом та обслуговування гостей, в їх обов'язки входить ґрунтовно знати меню та особливості кожної страви. Вони слідкують за чистотою столів після гостей, виносять брудний посуд, сервірують для нового гостя місце та приймають гостей на вході пропонуючи вільні місця.
- Мийниця та прибиральниця - вони виконують важливі функції підтримання санітарних норм, що безпосередньо впливають на репутацію закладу та безпеку гостей. Вони миють заклад з відкриття та перед закриттям. [18]

Переваги лінійної організаційної структури

- Чіткість та однозначність розподілу повноважень – тобто кожен співробітник знає свою роль, через це зменшується ризик дублювання обов'язків та сприяє високій відповідальності.
- Швидкість прийняття рішень – концентрація керівних обов'язків у директора та адміністратора дозволяє структурам оперативно реагувати на внутрішні та зовнішні виклики, що є особливо важливим у динамічному ресторанному бізнесі.
- Єдина система контролю – через простоту та чіткість такої вертикальної структури, це забезпечує злагодження та координацію між різними підрозділами, що позитивно впливає на якість обслуговування та оперативність виконання завдань.

Недоліки та потенційні ризики

- Надмірна централізація – за рахунок того, що на місці директора зосереджені ключові управлінські функції та рішення, то це може призводити до перевантаження директора та адміністратора, що в окремих випадках може затримувати прийняття рішень.

- Обмеження гнучкості – через несправедливість ієрархічної моделі управління, ініціативи та творчий підхід співробітників на нижчих рівнях структури можуть стримувати, через що знижується потенціал для інновацій та бажання працювати згідно з ідеєю закладу. [19]

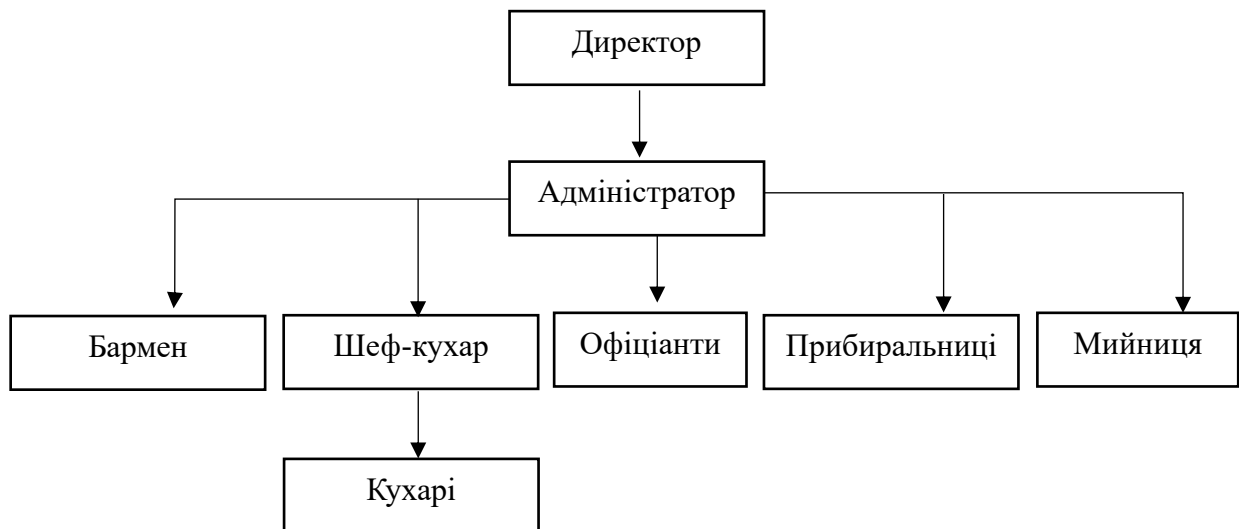


Рис 2.4 Організаційна система управління «Руккола»

2.5 SWOT-аналіз ресторану «Руккола»

У своїй діяльності ресторан повинен постійно враховувати такі економічні чинники як зростання ціни на страви у постачальників, курс гривні до основних валют, рівень інфляції, появу нових конкурентів. Щоб не втратити свої позиції на ринку, та здобути значні конкурентні переваги, ресторан повинен постійно впроваджувати нові технології, як от впровадження нового програмного забезпечення та енергозберігаючого обладнання (наприклад введення планшетної системи при обслуговуванні та купівля генератора); збільшення реалізації з використанням засобів доставки їжі таких як Glovo, Bolt Food тощо; збільшення обсягів інформування та комунікації з клієнтами через Інтернет (інформування через Інтернет ЗМІ про ресторан, публікації «таємних покупців»); впровадження конкурентних технологій.

SWOT-аналіз це основа для оцінки внутрішнього потенціалу та обмежень, а також ймовірних можливостей та загроз з боку зовнішнього середовища. Він розглядає всі позитивні та негативні фактори всередині та за

межами підприємства, які впливають на успіх. Вивчення середовища, в якому працює підприємство, допомагає прогнозувати тенденції, що змінюються, а також допомагає включити їх у процес прийняття рішень.

Таблиця 2.2 SWOT-аналіз ресторану «Руккола»:

Сильні сторони	Слабкі сторони
<p>1. Заклад знаходиться в історичному центрі Києва на Подолі, що забезпечує постійний потік туристів та місцевих жителів.</p> <p>2. Ресторан пропонує широкий асортимент автентичних італійських страв, таких як неаполітанська піца з дров'яної печі, домашня паста та ризотто, що приваблює поціновувачів середземноморської кухні.</p> <p>3. Відвідувачі відзначають приємну атмосферу та стильний дизайн, що створює комфортне середовище для відпочинку.</p> <p>4. Наявність дитячого меню та ігрових кімнат робить ресторан привабливим для сімей з дітьми.</p>	<p>1. Деякі відвідувачі скаржаться на повільне обслуговування та неуважність персоналу.</p> <p>2. Є відгуки про невідповідність страв заявленому рівню, зокрема щодо піци та пасти.</p> <p>3. Деякі гостей вважають ціни завищеними відносно якості та розміру порцій.</p>
Можливості	Загрози
<p>1. Навчання персоналу та підвищення стандартів обслуговування можуть покращити загальне враження відвідувачів.</p> <p>2. Введення нових страв або сезонних пропозицій може залучити більше клієнтів та задовольнити різноманітні смаки.</p> <p>3. Проведення спеціальних заходів, знижок або тематичних вечорів може підвищити відвідуваність та лояльність гостей.</p>	<p>1. Велика кількість ресторанів італійської кухні в Києві створює високий рівень конкуренції, що вимагає постійного підтримання якості та унікальності пропозиції.</p> <p>2. Зміни в економічній ситуації можуть впливати на купівельну спроможність гостей та їх готовність відвідувати ресторани.</p> <p>3. Негативні відгуки можуть вплинути на імідж закладу та знизити кількість гостей.</p>

Ресторан «Руккола» який знаходиться на вулиці Петра Сагайдачного, 22/1, займає помітне місце завдяки розташуванню, справжнім італійським стравам та привабливому декору. Саме такі атрибути приваблюють постійний потік гостей і забезпечують позитивні відгуки відвідувачів. Можна відмітити кілька недоліків, а саме: скарги на якість обслуговування, відгуки про конкретні страви та проблеми з ціноутворенням – проблеми, які потенційно можуть завдати шкоди репутації та конкурентоспроможності закладу.

Хоча ресторан і знаходиться на прохідній вулиці з потенційними відвідувачами, він також стикається з високою конкуренцією закладів, але заклад має певні можливості для зростання, наприклад покращення якості обслуговування, додавання нових пунктів меню, проведення рекламних кампаній і надання пріоритету саме гостям. Тим не менш, такі загрози, як інтенсивна конкуренція, економічна нестабільність і потенційна негативна рецензія, повинні усуватися якнайшвидше.

Для того щоб ресторан «Руккола» міг забезпечити себе зростанням іміджу та збільшенням потоку гостей, необхідно впровадити комплекс конкретних заходів, які повинні бути спрямовані в основному на підвищення якості обслуговування. Ресторану варто впровадити навчання персоналу, для покращення оперативності, ввічливості та професійних навичок. Для цього підійде аналіз опитувань та відгуків, які вже впроваджені в закладі, це дозволить оперативно реагувати на зауваження гостей та вчитися на помилках. Одночасно, це буде діяти як для офіціантів, так і для кухарів.

РОЗДІЛ 3 УДОСКОНАЛЕННЯ ТА ВПРОВАДЖЕННЯ АНІМАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В МЕРЕЖЕВОМУ РЕСТОРАНІ «РУККОЛА»

3.1 Аналіз поточної анімаційної діяльності

Ресторану «Руккола» бракує деяких елементів, які могли б підвищити його конкурентоспроможність та інтерес у гостей. Цим елементом може стати анімаційна діяльність, завдяки впровадженню цієї діяльності та креативних стратегій може залучити більше гостей, відокремити від конкурентів, і створити гарну довгострокову репутацію. Хоча заклад іноді робить майстер-класи з приготування піци або інших італійських страв, але це все що пропонує ця мережа закладів, а також вони проводять це дуже рідко.

Впровадження такої діяльності створюється завдяки культурності італійського стилю, наприклад можна організувати італійські музичні вечори, дегустації вин і живі виступи артистів, які демонструють популярні італійські пісні, це все можна впровадити по вихідним дням, або коли в Італії святкують їхні національні свята, та для кожного свята знайти відповідну асоціацію у вигляді костюмів та доповнення прикрасами дизайну закладу. Спеціальний досвід, як-от проведення святкування національних свят, може ще більше зміцнити зв'язок між постійними гостями та новими відвідувачами. Також це буде привабливо для іноземних гостей з Італії, їм буде приємно бачити знайомі свята у новій країні.

Анімаційні методи для ресторану «Руккола» можуть привернути увагу гостей та потенційних відвідувачів: молоді, сімей, туристів, а також фуд-блогерів у таких мережах як Тік-Ток та Інстаграм, які можуть підняти інтерес не тільки до цього ресторану, а й для всієї мережі. Щоб збільшити кількість відвідувачів, що повертаються, надзвичайно важливо розробити та реалізувати ефективні плани, що наведені в подальших розділах. Можна застосувати такі підходи, як програми лояльності та спеціальний вхід на закриті події. [20][22]

3.2 Удосконалення анімаційної діяльності ресторану «Руккола»

Італійська культура славиться своєю різноманітністю, теплом і доброзичливістю, що робить її чудовою основою для створення особливої та оригінальної атмосфери в ресторані «Руккола». Впровадження італійського стилю та його звичаїв дасть ресторану змогу розкрити культуру та історію самої Італії.

Для початку потрібно зайнятися декором ресторану, це повинно бути схожим на звичайні елегантні заклади чи італійські трактири. Використання в декорі натуральних матеріалів, таких як дерево або кам'яна кладка, теплих кольорів, зелених рослин, а також прикрас у формі винних полиць або кухонного посуду, можна наблизитися до схожості з італійськими закладами.

Впровадження анімаційної діяльності, яка відображає автентичну атмосферу Італії:

Впровадження анімаційної діяльності та досягнення повної відповідності до характеристик італійського закладу зможе показати Італію в ресторані «Руккола» на вищому рівні, що є важливим для створення враження у відвідувачів, що цей ресторан - не просто як місця для трапези. Цей підхід допоможе створити відмінність ресторану «Руккола» від конкурентних закладів і зробить його місцем, яке запам'ятовується надовго.

Крім того, така анімаційна діяльність буде товчком в створенні впізнаваності бренду ресторану. Відвідувачі почнуть асоціювати ресторан із певними цінностями - атмосферність, якісне обслуговування, увага до деталей і гостинність, що допоможуть досягати більшої схожості з Італією та з її менталітетом, та відіграватимуть важливу роль у формування лояльності гостей.

Ідеї анімаційної діяльності:

Як вказано в попередніх розділах, анімаційна діяльність, яка виходить за межі звичайного ресторанного сервісу є потужним інструментом для створення унікального досвіду для гостей. Анімаційна діяльність дозволяє занурити гостей у атмосферу італійської культури, додаючи закладу

автентичності, емоційного тепла та інтерактивності. Нижче хочу зазначити 3 ідеї, які допоможуть перетворити ресторан «Руккола» на центр культурного й гастрономічного життя:

1. Італійські музичні вечори – це буде жива музика з виконанням класичних італійських хітів, таких як пісні Fabrizio De André, Andriano Celentano чи Andrea Bocelli. Також можливо використання незвичайних інструментів, наприклад мандоліни.
2. Дегустації вин та сирів – впровадження дегустації з теоретичним підкріпленням, яке буде розкривати таємниці про відомі італійські винні райони, такі як Тоскана, П'ємонт та Сицилія, а також про технології та секретні прийоми при приготуванні італійських сирів.
3. Тематичні дні, присвячені італійським святкам – це буде святкування національних свят Італії, з додаванням символічних елементів одягу для персоналу та відповідного декору, який буде відповідати конкретному святу. Гарними прикладами можуть слугувати свято Феррагосто (традиційне італійське свято, яке святкується 15 серпня і має давньоримські корені. Це свято завершує сезон великих літніх робіт і стає символом відпочинку і розваг) і свято Карнавала.

Впровадження такої анімаційної діяльності дасть гостям можливість відчувати контраст між повсякденною українською культурою та італійським колоритом, що перетворить ресторан «Руккола» на унікальний простір, де гості зможуть насолоджуватися не лише смаком італійських страв, а й культурою цієї країни. Такий підхід зміцнить імідж закладу та приверне увагу різноманітної аудиторії – від місцевих жителів до туристів.

Етапи впровадження ідеї «Італійські музичні вечори»:

На початку впровадження, потрібно підготувати фундамент для вдалої реалізації ідеї «Італійських музичних вечорів» в ресторані «Руккола». Мета цього етапу – детально опрацювати кожен аспект заходу, від кількості потрібних грошей до створення самої культурної програми. Цей етап і є запорукою якісного отриманого результату .

Фінансове планування

Спочатку необхідно розробити детальний план витрат. Фінансове планування допомагає зрозуміти, які ресурси потрібно задіяти для влаштування події та оцінити їхню вартість. Більша частина витрат буде йти на оплату роботи музикантів, рекламу та оренду або купівлю технічного обладнання.

Фінанси:

1. Гонорари музикантам (Ансамблі ресторанного типу – 5000 грн/год);
2. Музичне обладнання (Оренда – 4000 грн/змiна)
3. Прикраси (Приблизна ціна виходить 5000 грн)

Музиканти, які спеціалізуються на італійській музиці, беруть більше грошей за свою роботу, ніж звичайні музиканти, але вони можуть значно покращити атмосферу вечорів, що теж треба враховувати. Для організації вдалого свята нам потрібні: соліст, 2 гітариста, піаніст та барабанщик. Так як ресторан не має свого обладнання для музичних виступів, таких як мікрофонів і колонок, то потрібно знайти місце, де можна орендувати їх на час проведення заходу.

Крім того, треба виділити гроші на декорування простору. Італійські музичні вечори мають супроводжуватися відповідними елементами: свічками, квітами, та різноманітними прикрасами з тематикою Італії. Для того щоб мати можливість відвідати один з будь яких таких святкових вечорів, гостям потрібно буде заплатити донат від 200 гривень при вході. Така плата є оптимальною для більшості відвідувачів закладів такого класу, що допоможе залучити більшу кількість людей, а також дасть можливість гарантовано покрити витрати та отримати нестабільний прибуток (за рахунок власних бажань та можливостей гостей).

Розробка програми

Програма вечора має бути інтерактивною та захоплюючою, щоб зацікавити гостей та залучити їх до участі в ній. Програма складатиметься зі

вступу, основного музичного блоку, дегустаційних пауз та інтерактивних частин, таких як караоке.

Враховуючи, що ресторан має два поверхи, потрібно встановити інвентар та обладнання на першому поверсі праворуч від входу, де відсутня піч та є достатньо місця. Всі заходи проходять ввечері, тому в день в ресторані буде проводитись звичайне обслуговування. Ввечері необхідно влаштувати маленьке вітання для гостей, де адміністратор яскраво опише програму вечора та особливості музичної частини. Основна частина вистави буде містити кілька музичних блоків по 20–30 хвилин, між якими будуть короткі паузи для спілкування між гостями та дегустації.

Інтерактивність програми є важливим елементом, що створить дружню атмосферу та зробить вечір більш живим. Тож в паузах між частинами вистави можна влаштувати караоке з італійськими піснями. Також в перервах між виступами можна зробити дегустацію італійських вин або сирів. Це не тільки урізноманітнить вечер, а ще й допоможе гостям дізнатися більше про культуру та їжу Італії.

Таблиця 3.1 – Програма ідеї «Італійські музичні вечори»

Час	Подія	Опис
18:30–19:00	Прийом гостей	Гості прибувають до ресторану, займають свої місця. Персонал пропонує напої, закуски, знайомить із вечірньою програмою.
19:00–19:10	Вступ	Адміністратор вітає гостей, розповідає про концепцію вечора, коротко знайомить із музикантами та програмою.
19:10–19:40	Перший музичний блок	Живе виконання класичних італійських хітів
19:40–20:00	Перша пауза: дегустація вин	Гості мають можливість спробувати кілька видів італійських вин із короткою розповіддю сомельє про відмінності вин та про регіони, де їх виготовляють.
20:00–20:30	Другий музичний блок	Виконання сучасних італійських популярних пісень. Музиканти можуть спілкуватися з

		аудиторією, залучаючи гостей до спільного виконання пісень.
20:30–20:50	Інтерактивна частина: караоке	Гості можуть виконати свої улюблені італійські пісні з підтримкою музикантів. Адміністратор забезпечує дружню атмосферу та допомагає з вибором композицій.
20:50–21:10	Друга пауза: дегустація сирів	Дегустація італійських сирів із короткою розповіддю про їхнє походження та особливості споживання.
21:10–21:40	Третій музичний блок	Фінальний виступ із виконанням італійських пісень. Гості можуть танцювати чи долучатися до співу.
21:40–22:00	Завершення вечора	Адміністратор дякує гостям та музикантам за участь.

Реклама та просування

Для того щоб музична вистава пройшла успішно, багато залежить від того, як добре буде організована реклама. Основні інструменти реклами - це соціальні мережі. Також важливу роль відіграє співпраця з медійними людьми.

Соціальні мережі - це кращий спосіб для просування події, через свою поширеність серед людей всіх вікових груп та категорій. Це дає можливість поширювати рекламний контент який може рекомендуватися в стрічках людей, навіть якщо вони не підписані на сторінку закладу. Для соціальної мережі Instagram, щоб привернути увагу потенціальних гостей, треба зробити яскраві запрошення на такі вечори, де будуть описані програми, музичні особливості та унікальні події, а також часткова або повна інформаційна складова майбутніх вечорів.

Крім використання методів самостійного поширення інформації у інтернет-ресурсах, можна залучати зовнішні інтернет-ресурси для поширення інформації про заходи. Для цього можна використовувати спільну роботу з блогерами, що зосереджуються на їжі або культурі, це дасть змогу залучити більшу групу людей, через великий обсяг підписників. Додатково можна

публікувати оголошення на спеціальних сайтах, де розміщують інформацію про місцеві події в Києві. До таких сайтів можна віднести: <https://city-afisha.kiev.ua/afisha/>, <https://kontramarka.ua/uk>.

Етапи впровадження для ідеї «Дегустації вин та сирів»

Для вдалого впровадження та проведення дегустації вин та сирів у ресторані «Руккола» треба діяти за декількома важливими кроками. Кожен з них має свої особливості, й завдання, що забезпечать якість та популярність події. Для початку впровадження цієї ідеї потрібно створити стислу навчальну програму для гостей а також розробити концепцію.

Концепція дегустаційного вечора в ресторані «Руккола»

Тема: Дегустація вин та сирів

Мета: Познайомити гостей із гастрономічною культурою Італії через дегустацію автентичних вин та сирів, створюючи атмосферу італійської гостинності та сприяючи культурному обміну.

Місце проведення: Ресторан «Руккола», вул. Петра Сагайдачного, 22/1, Київ

Дата проведення: Один раз на місяць, на останній день місяця.

Програма заходу:

Вітальне слово (19:00 – 19:10):

- Привітання гостей та коротка розповідь про концепцію вечора.
- Ознайомлення з історією та традиціями виноробства та сироваріння Тоскани.

Дегустаційні сесії (19:10 – 20:40):

Кожна сесія включає презентацію одного вина та відповідного сиру, їх дегустацію та обговорення.

Таблиця 3.2 – Програма дегустації вин та сирів в ресторані «Руккола»

Час	Вино	Сир	Опис
19:10 – 19:30	Vernaccia di San Gimignano (біле сухе)	Pecorino Toscano (овечий сир)	Вино з ароматами цитрусових та мигдалю, поєднується з ніжним, злегка пікантним сиром.

19:30 – 19:50	Chianti Classico (червоне сухе)	Pecorino Romano (твердий овечий сир)	Вино з нотами вишні та спецій, гармонійно доповнюється солонуватим, пікантним сиром.
19:50 – 20:10	Vino Nobile di Montepulciano (червоне сухе)	Marzolino (молодий овечий сир)	Вино з ароматами темних фруктів та ванілі, поєднується з м'яким, делікатним сиром.
20:10 – 20:30	Brunello di Montalcino (червоне сухе)	Pecorino di Pienza (витриманий овечий сир)	Вино з насиченим смаком чорних ягід та прянощів, доповнюється ароматним, твердим сиром.

Питання та відповіді (20:30 – 20:40):

- Відповіді на запитання гостей щодо дегустованих вин та сирів.
- Обговорення вражень та рекомендації щодо поєднання вин та страв.

Завершення вечора (20:40 – 21:00):

- Подяка гостям за участь.
- Анонс майбутніх дегустаційних заходів.

Сама подія, як і виступи живої музики може відбуватися на першому поверсі, праворуч від входу. Для цього буде потрібно буде прибрати зайві столи та стільці, які будуть заважати. Ця подія буде безкоштовна для всіх бажаючих, саме це буде привертати увагу нових відвідувачів для того щоб вони завітали в ресторан. Також це буде стимулювати не тільки інтерес завітати до ресторану, а ще й інтерес до замовлення страв в самому ресторані.

Для того, щоб провести цю подію, потрібно заздалегідь почати з підготовки місця. За кілька годин до початку заходу проводиться остання перевірка всього технічного обладнання що буде використовуватися під час вечора, включаючи звукові системи, столи для дегустації, підноси, шпажки для дегустації, а також чисті келихи. Столи ставляться так, щоб забезпечити зручну зону для кожного гостя, а також достатньо простору для презентації вин і сирів. Келихи, тарілки та дошки для сирів ставляться на дегустаційний стіл, з акцентом на красу та комфорт.

Коли гості приходять, їх вітає адміністратор ресторану. Він допомагає їм обрати місце, налаштувати їх на святковий настрій, розповідаючи про ідею вечора та план заходу. Сомельє або експерт з вина показують кожен вид вина і

сиру, розповідаючи про їхнє походження, особливості смаку та поради як їх міксувати.

Таблиця 3.3 – Вина та сири для дегустації

Назва	Тип	Опис	Закупівельна ціна
Vernaccia di San Gimignano	Біле сухе вино	Вино з ароматами цитрусових, зеленого яблука та мигдалю, зі свіжим та мінеральним смаком.	300 грн за пляшку 0,75 л.
Chianti Classico	Червоне сухе вино	Вино з нотами вишні, фіалки та спецій, з добре збалансованими танінами та яскравою кислотністю.	350 грн за пляшку 0,75 л.
Vino Nobile di Montepulciano	Червоне сухе вино	Вино з ароматами темних фруктів, сливи та ванілі, з оксамитовими танінами та тривалим післясмаком.	500 грн за пляшку 0,75 л.
Brunello di Montalcino	Червоне сухе вино	Вино з насиченими ароматами чорних ягід, шоколаду та прянощів, з потужною структурою та довгим післясмаком.	1000 грн за пляшку 0,75 л.
Pecorino Toscano	М'який овечий сир	Ніжний сир з молочним смаком та легкими горіховими нотками.	600 грн за 1 кг.
Pecorino Romano	Твердий овечий сир	Пекоріно Романо — твердий сир із овечого молока, відомий гострим та солоним смаком. Ідеальний для натирання та додавання до страв.	1007 грн за 1 кг.
Marzolino	М'який овечий сир	Марцоліно — традиційний тосканський сир, виготовлений з овечого молока. Ніжний, делікатний смак із трав'янистими нотками.	800 грн за 1 кг.

Реклама та просування

Реклама дегустації вин та сирів в ресторані «Рукола» буде організована через соцмережі, використовуючи подібний підхід, як для «Італійських музичних вечорів». Для цього, перш за все, будуть створені яскраві анонси як фотографії і відео. Фото з вином, сиром, гарно накритими столами та прикрашеним залом ресторану. Короткий опис, в якому буде розповідатися про особливості італійських вин та сирів допоможе зацікавити потенційних гостей, а також створити певні очікування від події.

Ідея проведення тематичних святкових днів у ресторані «Руккола»

Подібні святкові дні в ресторані «Руккола» дають шанс для гостей поринути у настрій італійських звичаїв та традицій. Ідея таких подій полягає на повному оформленні зали під час вибраного свята, а також використанні костюмів для працівників. У день свята, ресторан стає відповідним місцем. Інтер'єр прикрашається декором, що асоціюється зі святом. Важливу роль у створенні настрою мають офіціанти, які носитимуть святкові вбрання, що відповідають темі свята. Наприклад, для свята Феррагосто вони будуть вбрані в традиційні італійські сукні, а для Різдва — у костюми ельфів або святкові сорочки з тематичним малюнком. Завдяки цьому вони не лише роблять свої звичайні справи, але й стають частиною загальної ідеї свята, спілкуючись з гостями як ведучі чи учасники розваг.

Програма заходу повинна містити елементи, які підштовхують людей до участі у ній. Тобто, адміністратор має план конкурсів, в яких кожен бажаючий має змогу виграти щось від ресторану, на кшталт сертифікату, прикраси, сувеніру або одну з позицій меню. Наприклад: під час карнавалу у Венеції можна зробити конкурс на кращу маску або розіграш призів для гостей в костюмах за тематикою. Ці активності допомагають створити дружню атмосферу, де люди почуваються не лише відвідувачами, а й учасниками свята.

Окрім веселощів, акцентують увагу на їжу. Для цього потрібно впровадити в меню зміни, в яких будуть особливі страви або напої, що

підходять до тематики свята. Наприклад для свята Феррагосто це можуть бути легкі страви з грилю та фруктові коктейлі, а для Різдва — гарячий глінтвейн, панеттоне чи інші традиційні десерти італійські.

Свята які будуть святкуватися в ресторані «Руккола»:

- Новий рік (Capodanno) — 1 січня.
- Богоявлення (Epifania) — 6 січня. Відоме як свято Бефани, коли дітям дарують подарунки.
- День святого Валентина (La Festa di San Valentino) — 14 лютого. Свято закоханих, популярне в Італії.
- Великдень (Pasqua) — неділя після першого повного місяця після весняного рівнодення 21 березня. Головне релігійне свято з традиційними стравами та випічкою.
- День визволення (Festa della Liberazione) — 25 квітня. Відзначає звільнення Італії від нацистської окупації у 1945 році.
- День праці (Festa del Lavoro) — 1 травня. Святкується з 1891 року, часто супроводжується концертами та заходами.
- День Республіки (Festa della Repubblica) — 2 червня. Відзначає референдум 1946 року, коли Італія стала республікою.
- Феррагосто (Ferragosto) — 15 серпня. Свято Успіння Пресвятої Діви Марії.
- День усіх святих (Ognissanti) — 1 листопада. Вшанування всіх святих, традиційно відвідують могили предків.
- Різдво Христове (Natale di Gesù) — 25 грудня. Найважливіше сімейне свято з традиційними стравами та обміном подарунків.

Наприкінці цього підрозділу, можна зробити основні висновки, що розробка анімаційної діяльності в ресторані «Руккола» має велике значення для створення оригінального та цікавого досвіду, що виходить за межі звичайного ресторанного обслуговування. Через те, що акцент йде на

італійську культуру, заклад може не лише пропонувати хорошу кухню але й робити емоційний зв'язок з гостями через анімаційну діяльність.

Програми, такі як вечори італійської музики, дегустація вин і сирів та святкування національних свят Італії, спрямовані на те, щоб занурити гостей у справжню атмосферу Італії. Завдяки цьому, гості будуть насолоджуватися не лише їжею, а ще й культурною спадщиною, звичаями та теплом що є властивим для італійського стилю життя. Для того, щоб ця анімаційна діяльність пройшла успішно, потрібно покроково йти до впровадження деяких нюансів, до них входить планування бюджету, пошук партнерів, планування програм, а також мати хороші та цікаві оголошення в соцмережах, для того щоб відвідувачі та потенційні гості мали уявлення та інтерес що їх очікує. Саме ці дії допоможуть залучити широку аудиторію.

3.3 Прогнозована ефективність від удосконалення анімаційної діяльності в ресторані «Руккола»

Ефективність через розробку і впровадження анімаційної діяльності, а саме таких заходів як «Італійські музичні вечори», «Дегустації вин та сирів» і «Тематичні дні присвячені італійським святкам» буде створена не тільки для розважання гостей закладу, а ще й як стратегічний підхід для розвитку популярності ресторану. Саме такі події підсилюють емоційний зв'язок між гостями та певний місцем, в нашому випадку рестораном «Руккола», такі події додають закладу унікальності, а також підвищують його конкурентоспроможність на ринку.

Італійські музичні вечори

Введення такої ідеї як італійських музичних вечорів є не тільки культурним, а й торгівельним вибором. Жива мелодія, виконання хітів і нових італійських творів створюють відчуття, що переносить гостей у саме серце Італії. Вечори з шоу артистів, інтерактивами та дружньою атмосферою дають гостям особливі враження, тому що в звичайних ресторанах міста Києва такі анімаційні підходи не задіяні.

Ефективність:

1. Жива музика — це не тільки розважання, а ще і незабутній спогад про вечір, це приваблює багато гостей, від молоді, що прагне віднайти цікаві способи провести час, до туристів, які бажають мати справжній культурний досвід. Такі вечори захоплюють тих, хто цінує не тільки смачну їжу, а й атмосферу.

2. Люди мають особливість асоціювати свої спогади та емоції з музикою якою їх супроводжує, тому з більшою ймовірністю гості повернуться в ресторан, думаючи про нього як про улюблене місце та улюблену музику.

3. Кращою рекламою є гості які отримали хороші враження під час виступів, такі гості, які діляться атмосферою через фото та відео у соцмережах, саме такі гості роблять найкращу рекламу для закладу у наш час.

4. Збільшений попит на їжу, напої, а також особливі пропозиції, а також вечори, де за вхід потрібно заплатити, допомагає підняти середній чек і прибуток закладу.

Дегустації вин та сирів

Цей тип анімаційної діяльності є не лише вечіркою у ресторані, а й справжньою гастрономічною мандрівкою. Люди будуть приходити та знайомитися з новими видами вин і сирів та дізнаватися про їх походження та особливості через занурення в світ італійської їжі. Як навчальні, так і культурні аспекти таких подій додають їм особливого шарму.

Ефективність:

1. Проведення дегустації підкріплює враження та імідж професіоналізму ресторану в напрямку італійської їжі, створюючи імідж місця, що дбає про якість та оригінальність італійської культури.

2. Особливості дегустування різних нових вин та сирів приваблює людей, що шукають нові враження і смаки. Саме враження змушує людей повертатися до того місця де вони його отримали.

3. Дегустація заохочує гостей брати більше страв, солодощів чи напоїв, а також особливі набори вина або сири, що є у меню.

4. Коли гості дегустують страви з іншими незнайомими людьми, вони відчують себе частиною унікального клубу, через це, у них виникає бажання повертатися туди знов і знов.

5. Також як і в ефективності попередньої ідеї, гості які вже були на такому заході, діляться своїми почуттями та емоціями з друзями та сім'єю, а також заохочують їх до спільних відвідувань.

Тематичні дні, присвячені італійським святкам

Всі люблять святкувати, тож тематичні дні присвячені італійським святкам в ресторані «Руккола» можуть використовувати це для привернення уваги нових та вже постійних гостей. Святкові дні в наш час вже не так сильно надихають як раніше, а національні свята Італії мають змогу по новому надихнути своєю культурною спадщиною. Через притаманні атрибути, що асоціюються зі святом, які будуть прикрашати заклад, ресторан матиме змогу ввести гостей у традиції та звичаї Італії.

Ефективність:

1. Святкові дні роблять ресторан місцем, не тільки для споживання італійської кухні та напоїв, а й місцем, де можна відчуту дух справжніх італійських звичаїв та культури.

2. Святова атмосфера притягує сім'ї, туристів і компанії друзів, які хочуть провести час в незвичній обстановці.

3. Також, як і в минулих пунктах про ефективність, гості часто діляться своїми емоціями та враженнями про подію у соцмережах, тому це буде хорошим рекламним ходом, що буде залучати ще більше відвідувачів.

4. Святкові дні роблять хороший імідж для ресторану, який зв'язується з теплом свята та культурою, а також залученням нових відвідувачів, що в майбутній перспективі буде приносити ресторану більше доходів.

Переваги для ресторану:

1. «Руккола» буде асоціюватися не тільки із італійськими стравами, а ще й з теплим способом життя італійців.

2. Такі оригінальні події для нашої культури та вподобань зможуть створити нові враження, особливо для тих хто вже бував в Італії, та кому сподобалась така культура.

3. Такі оригінальні та неповторні події будуть підвищувати середній чек і кількість відвідувачів.

4. Лояльність гостей та емоційний зв'язок з рестораном сприятиме поверненню гостей, які в майбутньому можуть стати постійними клієнтами.

Економічний ефект від впровадження інновації

Італійські музичні вечори

- Очікуваний приріст середнього чека: 20% → $500 \times 1.2 = 600$ грн
- Очікуваний приріст відвідувачів: 30%
- Очікувана виручка на день: $600 + 200$ (вхід) $\times 110 = 88000$ грн
- Очікувана виручка на місяць: 88000×4 (раз в тиждень) $= 352000$ грн
- Витрати: $352000 - 5000$ (гонорар) $- 4000$ (оренда обладнання) $- 5000$ (прикраси) $= 338000$ грн

Дегустації вин та сирів

- Очікуваний приріст середнього чека: 25% → $500 \times 1.25 = 625$ грн
- Очікуваний приріст відвідувачів: 25%
- Очікувана виручка в день проведення діяльності: $625 \times 110 = 68750$ грн
- Розрахунок витрат на анімаційну діяльність

Таблиця 3.4 – Витрати на вино та сир

Назва вина	Вартість (грн)	Кількість пляшок	Загальна вартість (грн)
Vernaccia di San Gimignano	300	5	1500
Chianti Classico	350	5	1750
Vino Nobile di Montepulciano	500	5	2500
Brunello di Montalcino	1000	5	5000

Таблиця 3.5 – Витрати на сир

Назва сиру	Вартість (грн) за 1 кг	Кількість кг	Загальна вартість (грн)
Pecorino Toscano	600	2	1200
Pecorino Romano	1007	2	2014
Marzolino	800	2	1600

- Витрати на вино та сир: $10750+4814=15564$ грн
- Гонорар сомельє: 4000
- Загальні витрати: $15564+4000=19564$ грн

Тематичні дні та святкові заходи

- Очікуваний приріст середнього чека: 15% → $500 \times 1.15 = 575$ грн
- Очікуваний приріст відвідувачів: 20%,
- Очікувана виручка на день: $575 \times 110 = 63250$ грн

Загальний вплив введення анімаційної діяльності

Усі запропоновані ідеї у вигляді анімаційної діяльності допоможуть зростанню успішності ресторану «Руккола» як місця з особливим враженням для гостей. Люди зараз бачать в «Рукколі» ресторан, який може подавати тільки страви, а не враження та емоції, які б зрівнялися з чимось особливим. Після того, як буде впроваджено ці анімаційні діяльності, ресторан зробить краще для себе. Це буде місце не тільки щоб спробувати та споживати італійську кухню, а ще й місце, де можна відчути італійську культуру, насолоджуючись живою музикою, дегустуванням чи святами, що зробить значний внесок у зближення закладу з гостями.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Результати вивчення підтверджують, що головна мета роботи — поліпшення управління анімаційною діяльністю у мережевому ресторані була досягнута. Завдяки детальному аналізу ресторанного бізнесу Києва, проблем та викликів для сфери HoReCa, були знайдені ключові аспекти, що впливають на конкуренцію і якість обслуговування. Були розглянуті способи планування і різні впровадження анімаційної діяльності в мережевому ресторані, які дозволили розробити хороші заходи анімаційної діяльності для ресторану «Руккола». Особлива увага була приділена формуванню тематичних вечорів, дегустуванню вин та сирів, а також святкових днів, що створюють інтерактивний і культурний досвід для гостей.

Під час виконання поставлених завдань були проблеми, зокрема в передбаченні фінансових витрат та в поєднанні культурних елементів в сервісі. Завдяки аналізу та використанню нових інструментів маркетингу і управління вдалося вирішити ці питання. Розроблені заходи не лише допоможуть росту лояльності гостей, але й можуть підвищити економічну ефективність ресторану.

Виходячи з завдань дослідження, узагальнені пропозиції щодо анімаційної діяльності ресторану «Руккола» можна сформулювати так:

1. Вивчення та впровадження передового досвіду анімаційної діяльності в мережевий ресторан «Руккола». Аналіз та впровадження мають бути націлені на раціональність витрат на анімаційну діяльність.

2. Більше уваги приділити створенню програм для дітей і занять для різних груп людей.

3. Продумати як пов'язати анімаційну діяльність ресторану з маркетинговою стратегією, що дасть можливість підвищити впізнаваність бренду ресторану на ринку.

Впровадження цих пропозицій допоможе розвитку ресторану «Руккола», підвищить його конкурентноспроможність та створить незвичайний досвід для гостей.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ ТА ІНТЕРНЕТ-РЕСУРСІВ

1. Ресторанний ринок: тренди 2025 року та очікування експертів. *Komersant info. Комерсант*. URL: <https://www.komersant.info/restoranny-rynok-trendy-2025-roku-ta-ochikuvannia-ekspertiv/>.
2. Аналіз ринку ресторанного бізнесу в Україні. *Transformations*. URL: <https://www.transformations.in.ua/index.php/journal/article/view/55/53>.
3. Перспективні напрямки розвитку ресторанного господарства в Україні. *НАУКА. ОСВІТА. МОЛОДЬ. 2024.* URL: https://library.udpu.edu.ua/library_files/stud_konferenzia/2024/1/11.pdf.
4. Руккола (Поділ). *Kyiv maps*. URL: <https://kyivmaps.com/ua/places/rukkola-podol>.
5. Бази даних українських компаній. *Clarity Project*. URL: <https://clarity-project.info/edr/38799761>.
6. Структури управління підприємствами ресторанного господарства. *Pidru4niki*. URL: https://pidru4niki.com/1420112652902/turizm/strukturi_upravlinnya_pidpriyemstvami_restorannogo_gospodarstva.
7. Аналіз виробничого процесу закладу ресторанного господарства. *Studfile*. URL: <https://studfile.net/preview/5800814/page:4/>
8. Меню Руккола | Поділ [Електронний ресурс]: <https://expz.menu/3c9f51fb-6b63-4c1f-95a7-dd8891348d72/menu?menuId=20831>
9. Екологічний паспорт Київської області. *Міністерство захисту довкілля та природних ресурсів України*. URL: <https://mepr.gov.ua/wp-content/uploads/2023/04/Ekologichnyj-pasport-Kyyivska-oblast.pdf>.
10. Вплив пандемії covid-19 на готельно-ресторанну індустрію України. *Економіка та суспільство*. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2114>.
11. Готельна справа : Навчальний посібник / О. В. Арпуль та ін. Кондор, 2021. 300 с.

12. Доценко В. Ф., Кочерга В. І. Технологія продукції ресторанного господарства: навчально-наочний посібник. Кондор, 2019. 292 с.
13. Кав'ярень стало більше. Як змінився ресторанний бізнес під час повномасштабного вторгнення. *Mc.today*. URL: <https://mc.today/uk/kav-yaren-stalo-bilshe-yak-zminivsia-restorannij-biznes-pid-chas-povnomasshtabnogo-vtorgnennya/>.
14. Як змінилися виручка, середній чек і відвідуваність закладів харчування в 2023 році. *Forbes*. URL: <https://forbes.ua/company/yak-zminilasya-viruchka-seredniy-chek-i-vidviduvanist-zakladiv-kharchuvannya-u-2023-rotsi-tri-visnovki-i-devyat-infografik-z-doslidzhennya-poster-17012024-18559>.
15. «Руккола» на Сагайдачному. *Zagranitsa*. URL: <https://kiev.zagranitsa.com/place/20088/rukkola-na-sagaidachnogo>.
16. Моделювання сервісно-виробничого процесу. *Studfile*. URL: <https://studfile.net/preview/5118196/page:2/>
17. Характеристика виробничих процесів у підприємстві ресторанного господарства. *Lib.Sale*. URL: <https://lib.sale/restoran-gostinica-menedjment/harakteristika-virobnichih-protsesiv.html>.
18. Структури управління підприємствами ресторанного господарства. *Pidru4niki*. URL: https://pidru4niki.com/1420112652902/turizm/strukturi_upravlinnya_pidpriyemstv_ami_restorannogo_gospodarstva.
19. Переваги та недоліки лінійних організаційних структур управління. *Studfile*. URL: <https://studfile.net/preview/5176104/page:26/>.
20. Інноваційні технології у сфері ресторанного бізнесу. *Newfood*. URL: <https://newfood.ua/2022/01/27/innovatsiyi-tekhnolohii-u-sferi-restorannoho-biznesu/>.
21. Інноваційні технології у сфері ресторанного бізнесу. *Newfood*. URL: <https://newfood.ua/2022/01/27/innovatsiyi-tekhnolohii-u-sferi-restorannoho-biznesu/>.

22. Технології та інновації, які змінюють ресторанний бізнес. *Міністерство з питань стратегічних галузей промисловості України*. URL: <https://sfii.gov.ua/tehnologii-ta-innovacii-yaki-zminjujut-restorannij-biznes/>.
23. Інновації в ресторанному господарстві. *Все про туризм*. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/chernova3.htm.
24. Інновації у ресторанному бізнесі: впровадження технологій у HoReCa. *Sun one*. URL: <https://sunone.com.ua/articles-uk/innovacii-u-restorannomu-biznesi-vprovadzheniya-tehnologij-u-horeca/>

ДОДАТКИ

Основне меню ресторану «Руккола»

Категорія	Страви
Закуси	Антипасті до вина Оливки Пармезан Брускета капрезе Міні-фокача з песто Трюфельна бурата запечена в тісті на італійському соусі Тартар тунець з імбирною заправкою та соусом тонату Тартар із телятини Цукіні з пармою, рікотою та трюфельним соусом Сет м'ясних антипасті Сет італійських сирів Капрезе з домашнім соусом песто Брускети з капрезе та ростбіфом Брускети з запеченим перцем та слабосоленим лососем Брускета з слабосолоним лососем Запечений сир Брі з ягідним соусом
Салати	Салат з баклажаном Салат із трьох видів томатів Нісуаз Салат з морепродуктами Фірмовий салат із ростбіфом Цезар із соковитим курчам на грилі Салат із карамелізованою курячою печінкою Овочевий салат із сиром фета
Супи	Грибний суп з тортоліні Крем-суп із грибами Бульйон курячий
Фокача	Фокача з соусом песто, пармезаном та томатами чері Міні фокача Фокача класична Хлібний кошик
Піца	Піца з грушею та горгонзолою Піца бекон халापеньо П'ять сирів Чотири м'яса З куркою та сиром чедер З копченою куркою грибами та маскарпоне Кальцоне з шинкою і грибами Маргарита

Паста та ризотто	Сир пармеджано до пасти Канеллоні з соковитим м'ясним рагу Равіолі у трюфельному соусі Паста з яловичиною Пене Араб'ята з буратою Паста з морепродуктами Спагеті з куркою Спагеті карбонара Спагеті болоньезе Ризотто трюфельне з грибами Ризотто 4 сири
Основні страви	Канелоні з соковитим м'ясним рагу Медальйони зі свинини в беконі Куряче філе гриль зі шпинатом Курячі котлети з картопляним пюре
Гриль-меню	Стейк із тунця Стейк з лосося на грилі Тигрові креветки Кальмар на грилі Рібай Антрекот зі свинини Овочі на грилі
Гарніри	Картопля фрі Картопляне пюре Кукурудза на грилі Картопля запечена з часником та зеленню
Додатково	BBQ соус Грибний соус Італійський соус Песто соус Аджика Тартар соус Сирний соус Ягідний соус
Десерти	Шоколадний флан Чизкейк з соленою карамеллю Класична панакота Наполеон Морозиво в асортименті

Додаток Б**Меню для великої компанії ресторану «Руккола»**

Назва страви	Ціна, грн	Вага, г
Асорті брускет	385	320
Антипасті з сирами	399	280
Сет гарячих закусок	399	700
Рібай з картоплею	1350	900
М'ясне плато	1399	1000

Дитяче меню ресторану «Руккола»

Назва страви	Ціна	Вага
Курячі нагетси з сирним соусом	135 ₴	150 г
Міні піца з шинкою	145 ₴	240 г
Піца з шинкою	279 ₴	480 г
Піта з курячою котлеткою і картоплею фрі	205 ₴	300 г
Куряча котлета з картопляним пюре	125 ₴	240 г
Бульйон з курячими фрикадельками	98 ₴	300 г
Спагеті з курячими фрикадельками	129 ₴	240 г
Млинці з сиром, карамеллю і горіхами	139 ₴	230 г
Сирники з вишневим кюлі	149 ₴	250 г
Кольорова паста 4 сири	125 ₴	200 г
Компот	45 ₴	240 мл

Барна карта ресторану «Руккола»

Підгрупа	Назва напою	Грч, мл	Ціна
Кава	Еспресо	30	52
	Американо	80	52
	Капучино	180	75
	Капу Орандж	180	95
	Флет Уайт	200	95
	Лате	200	75
	Еспресо без кофеїну	30	52
	Лате без кофеїну	200	75
	Американо без кофеїну	80	52
	Капучино без кофеїну	180	75
	Капучино на кокосовому молоці	180	90
	Лате на безлактозному молоці	200	82
	Капучино на безлактозному молоці	180	82
	Какао	200	75
	Молоко	50	18
	Вершки	50	25
	Молоко безлактозне	50	20
	Молоко кокосове	50	28
Холодна кава	Айс кава солоня карамель	220	85
	Джміль	200	95
Свіжовижаті соки	Фреш апельсиновий	200	152
	Фреш грейпфрутовий	200	152
	Фреш морквяний	200	89
	Фреш яблучний	200	99
	Фреш лимонний	200	140
Соки	Сік в асортименті	200	52
Безалкогольні напої	Боржомі	500	175
	Бонаква	330	79
	Кока-кола	250	79
	Кока-кола Зеро	250	79
	Фанта	250	79
	Спрайт	250	79
	Компот	200	55
	Швепс в асортименті	250	79
	Узвар	200	55
Енергетичні напої	Берн	250	130
Безалкогольні коктейлі	Мохіто класичний	300	125
	Мохіто полуничний	300	125
	Мохіто малиновий	300	125
	Молочний класичний	250	125
Алкогольні коктейлі	Лонг-Айленд	350	259
	Коктейль Berry Spritz	260	215
	Маракуєвий Spritz	200	215
	Коктейль Flower Spritz	250	215
	Маракуєвий Сауер	130	215

	Коктейль Pineapple Spritz	260	215
	Коктейль Melon Spritz	250	215
	Текіла Расбері	225	215
	Коктейль Венеціанський Spritz	250	199
	Віскі Сауер	110	210
	Мохіто	300	198
	Джин Тонік	200	165
	Секс на пляжі	200	165
	Кровава Мері	250	135
	Піна Колада	200	185
	Капітан Кола	200	169
	Пурпур	200	155
	Негроні	110	189
	Бейліз	150	175
	Росіні	150	175
	Мартіні Роял	200	185
Гарячі алкогольні коктейлі	Лімончелло Американо	110	79
	Бейліз Американо	110	115
	Бейліз Лате	180	135
	Глінтвейн червоний	200	119
	Глінтвейн білий	200	119
	Какао Морган	200	129
	Ягідний Грог	200	149
	Гарячий Апероль	200	149
	Глінтвейн Маракуя	200	129
	Яблучний Егермайстер	200	129
Пиво на розлив	Хугарден	330	139
	Хугарден	500	198
	Стелла Артуа	330	94
	Стелла Артуа	500	132
Пиво у пляшках	Хугарден	330	159
	Стелла Артуа	500	132
	Лефф блонд	330	186
	Лефф брюн	330	186
	Корона Екстра	330	179
	Корона б/а	330	169
Сангрія	Біла	1000	329
	Червона	1000	329
	Біла	300	125
	Червона	300	125
Лімончелло	Лімончелло фірмове	50	52
Просекко	Prosecco бочкове	150	105
	Prosecco Dal Bello	150	185
	Prosecco Dal Bello	750	845
Домашнє вино	Домашнє біле вино	750	490
	Домашнє червоне вино	750	490
	Домашнє біле вино	150	119

Біле вино побочально	Pinot Grigio	150	145
	Riesling Trocken Peter Nicolay	150	155
	Casa Lunardi Sauvignon Blanc	150	175
Біле вино	Gewurztraminer Gaumenspiel	750	820
	Sauvignon Blanc Casa Lunardi	750	720
	St. Gabriel Riesling	750	650
	Chardonnay	750	615
	Вино Pinot Grigio	750	550
Червоне вино побочально	Cantina di Negral Valpolicella	150	199
	Castelforte Merlot Veneto IGT	150	135
	Montepulciano d'Abruzzo	150	155
	Casa Lunardi Cabernet Sauvignon	150	155
Червоне вино	Valpolicella Cantina di Negrar	750	895
	Casa Lunardi Cabernet Sauvignon	750	730
	Montepulciano d'Abruzzo	750	690
	Castelforte Merlot Veneto IGT	750	520
Ігристе вино побочально	Marengo Brut	150	125
	Marengo Semi-sweet	150	125
	Prosecco Extra Dry DOC	150	185
Ігристе вино	Marengo Semi-sweet	750	435
	Marengo Brut	750	595
	Lambrusco dell'Emilia Bianco	750	595
Рожеве вино побочально	Baron de Valls Rosado	150	135
Рожеве вино	Baron de Valls Rosado	750	630
Коньяк / Бренді	Ремі Мартен VS Supérieur	50	290
	Ремі Мартен VSOP	50	540
	Метакса 5 зірок	50	155
	Метакса 7 зірок	50	230
	Метакса Медовий Шот	50	165
	Сен Ремі VSOP	50	149
	Хеннессі Very Special	50	390
	Хеннессі V.S.O.P	50	540
	Старий Кахеті 7*	50	115
	Гурджаані 5*	50	98
	Гурджаані 3*	50	94
Віскі	Джонні Уокер Ред Лейбл	50	184
	Джонні Уокер Блек Лейбл 12 YO	50	339
	Джонні Уокер Голд Лейбл Резерв	50	490
	Сінглтон оф Даффтаун 12 YO	50	455
	О'Брасн	50	179
	Джек Деніелс	50	189
	Джек Деніелс Ханей	50	189
	Гленморанджі Оріджинал 10 YO	50	490
Лікери	Baileys The Original	50	185
	Самбука Антіка Класік	50	109
	Воларе в асортименті	50	92

Джин	Gordon's London Dry	50	169
	Tanqueray London Dry	50	185
Ром	Кептен Морган Ориджинал Спайсед Голд	50	145
	Кептен Морган Уайт	50	145
	Кептен Морган Дарк	50	152
	Кептен Морган Блек Спайсед	50	158
Текіла	Харана Репосадо	50	165
	Харана Бланко	50	165
Вермут	Вермут Россо	50	84
	Вермут Б'янка	50	84
	Біттер Гамонджі	50	84
Горілка	Коскенкорва	50	115
	Смірнофф Ред №21	50	125
	Фінляндія класична	50	94
	Фінляндія журавлина	50	94
	Козацька Рада класична	50	62
	Перша Гільдія Верховна	50	67
	Перша Гільдія Поважна	50	67
	Рада Преміум Класік	50	77
Настоянки	Ризький Чорний Бальзам Смородина	50	139
	Ксента Абсента	50	199
Крижаний шот	Егермайстер	50	182

Чайна карта ресторану «Руккола»

Підгрупа	Назва страви	Грамівка, мл	Ціна
Фруктовий чай	Wildkirsche	400	85
Зелений чай	Жасмин Тігр Юань	400	85
	Ганпаудер Жу Ча	400	85
	Сенча Сеппай	400	85
Білий чай	Пай Му Тан Сільвер	400	145
Чорний чай	Пу Ер Ан Бао	400	115
	Пу Ер Селекшн	400	99
	Ассам Меленг	400	85
	Чай Імперія Ерл Грей з бергамотом	400	85
	Канделія Цейлон	400	69
Трав'яний чай	Велнес Кап	400	85
	Блуми медоу	400	85
	Женьшенєва Долина	400	85
	Японська Липа	400	115
	Ройбуш полуниця	400	85
	Ромашка	400	85
Гарячі чайні коктейлі	Обліпіха з маракуєю	200	92
	Імбирний фірмовий чай	400	115
	Марокканський фірмовий чай	400	115
	Ягідний фірмовий чай	400	115
	Обліпихово-цитрусовий фірмовий чай	400	115
	Чай пуер з персиком та апельсином	400	215
	Трав'яний чай "Альпійський луг" з манго та маракуєю	400	215
	Трав'яний чай груша-імбир	400	175