

Міністерство освіти і науки України
Одеський національний технологічний університет

ННІ готельно-ресторанного і туристичного бізнесу та енології
ім. О.О. Преображенського

Кафедра готельно-ресторанного бізнесу

Ступінь вищої освіти «Бакалавр»

Спеціальність 241 «Готельно-ресторанна справа»

Освітня програма «Готельно-ресторанна справа»



КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

на тему Розробка нової концепції камерного кафе при виноробні «Колоніст»
у с. Криничне Одеської області з інтеграцією фудпейрингу в меню

(назва кваліфікаційної роботи згідно наказу ОНТУ)

Здобувача (ки) Горбенко М.П.
(прізвище, ініціали)

Керівник ст.викл. Ткачук О.В.
(посада, прізвище та ініціали)

Консультант доц. Новічкова Т.П.
(посада, прізвище та ініціали)

Кваліфікаційна робота допускається до захисту

Рішення кафедри від 05.06.2026 р., протокол № 10

Завідувачка кафедри

ГРБ
(назва кафедри)

(підпис)

Тетяна ЛЕБЕДЕНКО
(Ім'я ПРІЗВИЩЕ)

Одеса - 2026 рік

ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ННІ готельно-ресторанного і туристичного бізнесу та енології
ім. О.О. Преображенського

Кафедра готельно-ресторанного бізнесу

Ступінь вищої освіти «Бакалавр»

Спеціальність 241 «Готельно-ресторанна справа»

Освітня програма «Готельно-ресторанна справа»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Зав.кафедри

д.т.н., проф. Лебеденко Т. Є.

«23» березня 2026 року

ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧКИ

Горбенко Марії Павлівни

1. Тема роботи Розробка нової концепції камерного кафе при виноробні «Колоніст» у с. Криничне Одеської області з інтеграцією фудпейрингу в меню

Затверджена наказом ОНТУ від 31 грудня 2025 р. №737-03, наказом ОНТУ від 11 травня 2026 р. № 177-03

2. Термін здачі здобувачем закінченої роботи 05 червня 2026 року

3. Вихідні дані роботи Камерне кафе на 80 місць при виноробні «Колоніст» у с. Криничне Одеської області

4. Перелік питань, які потрібно розробити:

Обґрунтувати концепцію на основі наукових досліджень; провести технологічні розрахунки; розробити організаційну структуру; організувати роботу та розробити фінансову модель підприємства; надати висновки та рекомендації; навести список літератури

5. Консультанти по роботі, із зазначенням розділів роботи, що стосуються їх

Розділ	Консультант	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв
<i>Обґрунтування концепції на основі наукових досліджень</i>	Ткачук О.В., ст.викл.	24.03.2026	22.04.2026
<i>Технологічний розділ</i>	Ткачук О.В., ст.викл.	23.04.2026	20.05.2026
<i>Організаційний розділ</i>	Новічкова Т.П., доцент	22.05.2026	01.06.2026

6. Дата видачі завдання «23» березня 2026 року

Керівник _____ Ткачук О.В.
Завдання прийняв до виконання _____ Горбенко М.П.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Термін виконання етапів роботи	Примітка
1.	<i>Обґрунтування концепції на основі наукових досліджень</i>	24.03.2026-22.04.2026	<i>Виконано</i>
2.	<i>Технологічний розділ</i>	23.04.2026-20.05.2026	<i>Виконано</i>
3.	<i>Атестація 1 строк виконання</i>	21.05.2026	<i>Виконано</i>
4.	<i>Організаційний розділ</i>	22.05.2026-01.06.2026	<i>Виконано</i>
5.	<i>Атестація 2 строк виконання</i>	02.06.2026	<i>Виконано</i>
6.	<i>Оформлення роботи</i>	03.06.2026-04.06.2026	<i>Виконано</i>
7.	<i>Рецензування кваліфікаційної роботи</i>	05.06.2026-06.06.2026	<i>Виконано</i>
8.	<i>Захист кваліфікаційної роботи в ЕК</i>	16.06.2026	<i>Виконано</i>

Здобувач-дипломник _____ Горбенко М.П.
(підпис) (прізвище та ініціали)

Керівник роботи _____ Ткачук О.В.
(підпис) (прізвище та ініціали)

Несу відповідальність за ідентичність електронного та друкованого варіантів кваліфікаційної роботи, даю згоду на обробку персональних даних.

Підтверджую, що в кваліфікаційній роботі відсутні порушення норм академічної доброчесності.

Здобувач-дипломник _____ Горбенко М.П.
(підпис) (прізвище та ініціали)

АНОТАЦІЯ

до кваліфікаційної роботи на тему:

«Розробка нової концепції камерного кафе при виноробні «Колоніст» у с. Криничне Одеської області з інтеграцією фудпейрингу в меню»

Робота містить текстову частину з графічними додатками. Текстова частина складається з трьох розділів: обґрунтування концепції на основі наукових досліджень; технологічний розділ; організаційний розділ. Обов'язкові додатки включають: концепцію закладу ресторанного господарства, план закладу ресторанного господарства, експлікацію приміщень підприємства, специфікацію обладнання виробничого цеху, послуги закладу ресторанного господарства, структуру управління закладу ресторанного господарства.

На початку роботи наведено характеристику та аналіз ринку ресторанних послуг регіону та аналогічних закладів світу, результати досліджень попиту та аналіз конкурентів. На основі цих досліджень розроблено концепцію та сформовано унікальну торгову пропозицію камерного кафе при виноробні «Колоніст» у с. Криничне Одеської області.

Камерне кафе в оновленому форматі пропонує унікальний досвід поєднання бессарабської кухні з винами виноробні «Колоніст» у концепції «Арт-Етно Шик» на 80 місць у трьох зонах обслуговування. Основна ідея проекту — фудпейринг: кожна страва є гастрономічною парою до конкретного вина виноробні.

В технологічному розділі представленні розрахунки виробничої програми закладу та підібрано виробниче обладнання. Також в роботі представлено організаційну структуру, розраховано чисельність необхідного персоналу та графік їх роботи. Описані принципи охорони праці на підприємстві та розроблено фінансову модель підприємства.

Кваліфікаційна робота бакалавра містить:

Текстової частини – 81 стор.

Таблиць – 30

Рисунків – 4

Додатків – 6, з них графічних аркушів – 4.

Літературних джерел – 41 найменування.

ANNOTATION
to qualification work on the topic:
«New concept development for a chamber cafe at the winery "Kolonist" in
Krynychne village of Odesa region with the integration of food pairing into the
menu»

The work contains a text part with graphic appendices. The text part consists of three sections: justification of the concept based on scientific research; technological section; organizational section. Mandatory appendices include: the concept of the restaurant enterprise, the floor plan of the restaurant, floor plan explication, equipment specification, restaurant services, restaurant management structure.

At the beginning of the work, the characteristics and analysis of the market of restaurant services in the region and similar enterprises of the world, the results of demand research and analysis of competitors are given. On the basis of this research, the concept is developed and the unique trade offer of a chamber cafe at the winery "Kolonist" in Krynychne village of Odesa region is formed.

The chamber café in its renewed format offers a unique experience of combining Bessarabian cuisine with the wines of the Kolonist winery within the concept of "Art-Ethno Chic", accommodating 80 seats across three service zones. The core idea of the project is food pairing: each dish on the menu is developed as a gastronomic complement to a specific wine produced by the winery.

In the technological part, the calculations of the production program of the restaurant are presented and the production equipment is selected. Also the organizational structure is presented in the work, the number of necessary staff and the schedule of their work are calculated. The principles of labor protection at the enterprise are described and financial model of the enterprise is developed.

ЗМІСТ

Вступ.....	6
Розділ 1. Обґрунтування концепції на основі наукових досліджень.....	10
1.1.Характеристика діючого об'єкту ресторанного господарства та його послуг	10
1.2.Аналіз конкурентів ресторанного господарства обраного сегменту....	17
1.3. Розробка концепції та формування унікальної торгової пропозиції.....	24
Розділ 2. Технологічний розділ.....	34
2.1. Моделювання інфраструктури підприємства (проектування торговельних і адміністративно-побутових приміщень).....	34
2.2. Розробка виробничої програми підприємства.....	39
2.3. Організація виробництва і проектування виробничого цеху.....	46
2.3.1. Розрахунок виробничої програми обраного цеху.....	46
2.3.2. Розрахунок чисельності робочого персоналу виробничого цеху.....	48
2.3.3. Обґрунтування вибору технологічного обладнання та розрахунок площі виробничого цеху.....	50
2.4. Пропозиції щодо дизайну закладу.....	55
2.5. Розрахунок інвестиційних витрат.....	57
Розділ 3. Організаційний розділ	60
3.1. Розробка та характеристика раціональної організаційної структури управління підприємства ресторанного господарства.....	60
3.2. Штатний розпис та розрахунок оплати праці.....	62
3.3. Моделювання основних і додаткових послуг підприємства.....	65
3.4. Організація охорони праці персоналу, протипожежної системи безпеки, цивільної оборони.....	67
3.5. Організація охорони навколишнього середовища.....	71
3.6. Організація роботи та розробка фінансової моделі підприємства.....	73
Висновки і рекомендації	76
Список літератури.....	78
Додатки.....	82

					КРБ.ГРБ.1.177-03.1.41			
Зм.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата				
Студент.	Горбенко М.П.				Розробка нової концепції камерного кафе при виноробні «Колоніст» у с. Криничне Одеської області з інтеграцією фуднейринга у меню	Літ.	Аркуш	Аркушів
Консульт.	Новічкова Т.П.						5	87
Керівник	Ткачук О.В.					ОНТУ-2026 Каф. ГРБ Група ГРС-402		
Н. Контр.	Коваленко Н.О.							
Зав. Каф.	Лебеденко Т. Є.							

ВСТУП

Сучасний етап розвитку індустрії гостинності характеризується активним пошуком нових форм і концепцій, здатних забезпечити закладам готельно-ресторанного бізнесу конкурентні переваги та унікальність на ринку послуг. В умовах глобалізаційних процесів і водночас зростання інтересу споживачів до локальної ідентичності, автентичності та сталого розвитку особливого значення набуває інтеграція національних гастрономічних продуктів у діяльність закладів ресторанного господарства. Поєднання місцевих ресурсів, традицій та інноваційних підходів сприяє формуванню нової культури споживання, що відповідає сучасним гастрономічним і туристичним запитам.

Одним із перспективних напрямів такого поєднання є взаємодія ресторанного бізнесу з крафтовим виноробством, яке останніми роками демонструє динамічний розвиток в Україні. Вино поступово виходить за межі традиційного сприйняття як виключно супроводу до страв і набуває статусу самостійного елементу гастрономічного досвіду. Це відкриває нові можливості для формування концепцій закладів харчування, орієнтованих на комплексне поєднання дегустаційної культури, авторської кухні та локального продукту. Особливої актуальності в цьому контексті набуває створення камерних форматів закладів при виноробнях, де поєднуються процеси виробництва, презентації вина та гастрономічного супроводу.

Українське виноробство, незважаючи на значні виклики останніх років, демонструє стійкий потенціал розвитку та інтеграції в готельно-ресторанний бізнес і нині перебуває у стадії поступового відродження. Окупація Криму та повномасштабна війна спричинили суттєві втрати для галузі, зокрема замінування або знищення виноградників, пошкодження виробничих потужностей і порушення логістичних ланцюгів, що призвело до скорочення обсягів виробництва винограду у 2022 році більш ніж удвічі. Водночас, попри складні соціально-економічні умови, кількість малих українських крафтових виноробень зросла на 46% за останні роки, що свідчить про адаптивність галузі та

наявність внутрішнього потенціалу розвитку.

Важливою позитивною тенденцією є активна участь українських вин у міжнародних дегустаційних конкурсах і виставках, де вони здобувають високі професійні відзнаки. Це сприяє формуванню нового іміджу України як виноробної країни з різноманітними й унікальними терруарами – від Причорноморського регіону до Закарпаття. У сучасному українському просторі зростає потреба в підтримці та популяризації вітчизняного виноробства в умовах трансформації економіки та підвищеного інтересу споживачів до локальних і автентичних продуктів.

Український винний ринок характеризується значним потенціалом розвитку, насамперед у сегменті крафтових вин, які відображають специфіку місцевих природно-кліматичних умов і регіональних виноробних традицій. Інтеграція українських вин у меню закладів гостинності не лише сприяє підвищенню конкурентоспроможності вітчизняних виноробів, а й розширює гастрономічні пропозиції для споживачів, формуючи синергетичний ефект взаємодії виноробної галузі та ресторанного бізнесу.

Актуальність теми кваліфікаційної роботи обумовлена динамічним розвитком винної індустрії в Україні та зростанням інтересу споживачів до автентичних гастрономічних вражень. Одеський регіон, маючи давні традиції виноробства, активно відроджує свій потенціал у цій сфері. Сучасні тенденції готельно-ресторанного бізнесу свідчать про підвищений попит на унікальні концепції закладів, які поєднують дегустацію вин від локальних виробників із продуманим гастрономічним супроводом. Фудпейринг як інноваційний підхід до формування меню набуває особливої актуальності в контексті розвитку енотуризму та культури споживання вина. Створення камерного кафе при виноробні дозволяє не лише популяризувати продукцію місцевих виноробів, а й сприяти розвитку гастрономічного туризму в регіоні, що підвищує конкурентоспроможність закладів ресторанного господарства.

Об'єктом дослідження обрано процес розробки та впровадження концепції закладу ресторанного господарства при виноробному підприємстві.

Предметом дослідження є особливості формування концепції камерного кафе при виноробні «Колоніст» у с. Криничне Одеської області з інтеграцією принципів фудпейрингу в меню.

Мета кваліфікаційної роботи полягає у розробці нової концепції камерного кафе при виноробні «Колоніст» у с. Криничне Одеської області з інтеграцією фудпейрингу в меню.

Для реалізації поставленої мети необхідно вирішити наступні **завдання**:

- Навести характеристику і проаналізувати діяльність закладу ресторанного господарства;
- Дослідити теоретичні основи функціонування закладів ресторанного господарства при виноробнях та принципи фудпейрингу;
- Розробити нову концепцію камерного кафе при виноробні «коло-ніст» у с. Криничне одеської області з інтеграцією фудпейрингу в меню;
- Провести технологічні розрахунки щодо кількості робітників, необхідного обладнання та площі приміщень кафе;
- Провести розрахунок інвестиційних витрат;
- Розробити та навести характеристику раціональної організаційної структури управління закладом ресторанного господарства;
- Розробити та навести штатний розпис та розрахунок оплати праці;
- Змодельювати основні та додаткові послуги закладу;
- Запропонувати заходи щодо охорони праці, пожежної безпеки та охорони навколишнього середовища;
- Навести перелік необхідної інформації для організації роботи закладу та розрахунок фінансового плану підприємства.

В кваліфікаційній роботі використовувалися наступні **методи дослідження**: система методів і методик, спрямованих на розв’язання поставленого наукового завдання, що включала: теоретичні методи (аналіз, синтез, узагальнення, систематизація існуючих відомостей з проблематики ефективнос-

ті функціонування закладів ресторанного господарства); емпіричні методи (вимірювання окремих параметрів ефективності діяльності закладу ресторанного господарства); прогностичні та економіко-математичні методи (при аналізі інвестиційної привабливості проекту).

Наукова новизна отриманих результатів полягає у комплексному підході до розробки концепції камерного кафе при виноробні з урахуванням принципів фудпейрингу, адаптованих до асортименту вин конкретного виробника та регіональних гастрономічних особливостей Одещини, що дозволяє створити унікальну пропозицію на ринку ресторанних послуг.

Практична значимість кваліфікаційної роботи полягає в можливості безпосереднього впровадження розробленої концепції камерного кафе на базі виноробні «Колоніст», що сприятиме диверсифікації діяльності підприємства, популяризації вітчизняного виноробства, розвитку гастрономічного туризму в Одеській області та підвищенню рівня культури споживання вина серед населення.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра складається зі вступу, трьох розділів, висновків та списку літератури. Загальний зміст викладено на 81 друкованому аркуші. Робота містить 30 таблиць, 4 рисунки та 6 додатків. Список літературних джерел складає 41 найменування.

Ключові слова: готельно-ресторанна справа, камерне кафе, виноробня, фудпейринг, крафтове виноробство, бессарабська кухня, гастрономічний туризм, енотуризм, унікальна торгова пропозиція, Одеський регіон.

РОЗДІЛ 1. ОБҐРУНТУВАННЯ КОНЦЕПЦІЇ НА ОСНОВІ НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

1.1. Характеристика діючого об'єкту ресторанного господарства та його послуг

Дегустаційний комплекс виноробні «Колоніст» (повна назва підприємства: ТОВ «Велес» ТМ «Колоніст») розташований за адресою: Одеська область, Болградський район, село Криничне, вул. Болградська, 4.

Село Криничне знаходиться на березі найбільшого прісноводного озера в Україні – Ялпуг, в регіоні Придунайська Бессарабія на півдні Одеської області. Відстань до обласного центру (м. Одеса) становить приблизно 210 км, до районного центру (м. Болград) – близько 25 км. Географічні координати: 45°40' північної широти, що відповідає розташуванню знаменитих винних регіонів Бордо (Франція) та П'ємонт (Італія) [1].



Рис. 1.1. Вигляд виноробні «Колоніст» на карті зі спутника

Доступність закладу забезпечується можливістю прибуття власним транспортом, на території виноробні облаштовано паркінг для відвідувачів. Дорога з Одеси займає близько трьох з половиною годин. Територія виноробні має облаштоване подвір'я з квітниками та озелененням, що створює приємну атмосферу для відвідувачів. Виноробня «Колоніст» бере свій початок з глибокої регіональної та родинної історії. Засновник підприємства Іван Васильович Плачков народився і виріс у селі Криничне у 1957 році – саме там, де ще на початку XIX століття оселилися болгари-переселенці з північної Маке-

донії, рятуючись від османського ярма. Болгари-колоністи, отримавши статус вільних громадян завдяки піклуванню губернатора Бессарабії Івана Інзова, зберігали й передавали з покоління в покоління традиції фракійського виноробства. Серед них – рід Плачкових, прямих предків засновника, прадід якого Василь Якович Плачков згодом став обличчям бренду: його портрет прикрасив логотип компанії і став впізнаваним символом виноробні. Саме ця нерозривна спадщина стала ідейним фундаментом виноробні, яку Іван Плачков назвав «Колоніст» – на честь своїх пращурів-переселенців [1].

Сімейну виноробню «Колоніст» було засновано у 2005 році з метою виробництва місцевих вин преміумкласу та привернення уваги до потенціалу Придунайської Бессарабії. У 2008 році до команди виноробні приєднався відомий французький енолог з Бордо Олів'є Дога, що відкрило підприємству шлях до міжнародного визнання. Окрім того, «Колоніст» свідомо працює над формуванням бренду українського вина, випускаючи вина з автентичних вітчизняних сортів — Сухолиманський білий та Одеський чорний. Вина «Колоніст» двічі були представлені у Парламенті Великобританії, а також в посольствах Бельгії, Франції, Польщі, Болгарії та Греції. У 2013 році на світовій виставці вин у Лондоні виноробня увійшла до трійки лідерів Wine Premier Awards, а видатний британський критик Оз Кларк відзначив, що Придунайська Бессарабія завдяки «Колоністу» невдовзі посіде почесне місце на світовій винній карті. Сьогодні вина підприємства експортуються до Франції, Великобританії та Польщі й слугують візитною карткою дипломатичного корпусу України [1].

Дегустаційний комплекс виноробні «Колоніст» пропонує комплекс послуг, орієнтованих на популяризацію винної культури та розвиток гастротуризму. Основною послугою є продаж вин та професійні дегустації, що проводяться в спеціально облаштованій дегустаційній залі. Відвідувачам пропонується ознайомлення з повним асортиментом вин «Колоніст», який налічує дванадцять основних найменувань. Під час спеціальних свят, таких як День Святого Трифона Зарізана в лютому, День Святого Георгія в травні, а також

фестиваль молодого вина в серпні-вересні, дегустації особисто проводять за-сновник виноробні Іван Плачков та його дружина Алла Плачкова, яка є дип-ломованим сомельє, винним експертом та має третій рівень Wine & Spirit Education Trust (London).

Екскурсійна програма включає оглядові екскурсії по території виноро-бні, прогулянки виноградниками, площа яких становить сімдесят чотири гек-тари власних насаджень. Відвідувачі мають можливість ознайомитися з ви-робничими приміщеннями та технологією виробництва вина, оглянути під-вали з дубовими барріками (дубові бочки для вина) зі столітнього французь-кого дуба, а також відвідати колекційні підвали. Екскурсії проводяться досві-дченими гідами, що детально та змістовно розповідають про історію регіону та технологію виробництва.

Окремим напрямком діяльності дегустаційного комплексу є організація вечерь у камінній залі для груп відвідувачів, де поєднується дегустація вин з традиційними стравами. Виноробня також активно бере участь у винних фес-тивалях та організовує тематичні дегустації в різних містах України.

Дизайн та інтер'єр дегустаційного комплексу органічно поєднують ав-тентичний бессарабський стиль із функціональністю сучасного туристичного об'єкту. Комплекс включає кілька функціональних зон: дегустаційну залу, де проводяться основні дегустаційні сесії; камінну залу – затишне приміщення з декоративним каміном, де організовуються святкові вечери при свічках із традиційними бессарабськими стравами; історичну залу з колекцією артефа-ктів, що відображають культуру та побут болгарських колоністів; виробничі приміщення та підвали з дубовими барріками, відкриті для екскурсійного огляду; а також відкриту зону для заходів open-air із панорамним виглядом на виноградники та озеро Ялпуг. Територія виноробні оформлена в природ-ньому стилі: квітники, зелені насадження та характерні елементи бессарабсь-кої архітектури створюють органічне середовище для гастрономічно-культурного відпочинку [1].

Дегустаційна зала та камінна зала разом розраховані на прийом турис-

тичних груп чисельністю до 40–50 осіб, що відповідає стандартним розмірам організованих турів, які відвідують виноробню. Виробнича потужність підприємства становить близько 280 000 пляшок на рік [1], при цьому весь виноград збирається виключно вручну з 74 га власних виноградників. Виноробня виробляє понад 16 найменувань вин: лінійку сухих червоних та білих вин (Мерло, Каберне, Каберне Мерло, Шардоне, Рислінг, Сухолиманський білий, Одеське чорне), ігристе вино Біссер класичним шампанським методом, напівсухі та десертні вина, а також виноградний портвейн типу «Башта» та унікальні продукти переробки – виноградну олію та бальзамічний оцет [1; 4].

Гастрономічна складова дегустаційних програм на сьогодні базується переважно на традиційній кухні Придунайської Бессарабії. У рамках повноденних програм відвідувачам пропонується сніданок у дегустаційній залі – кава або чай із випічкою, обід із традиційними регіональними стравами, а також вечеря у камінній залі, де центральне місце займають страви з молодої баранини, яка є символом болгарських кулінарних традицій та готується за давніми рецептами, що зберігаються в родинях Криничного [5]. Формат гастрономічного супроводу є ситуативним та прив'язаним до календаря тематичних заходів: зокрема, на День Святого Георгія обов'язково подаються страви з ягняти, на фестивалі молодого вина – страви сезонної бессарабської кухні. Проте щоденного меню у форматі сталого ресторанного пропозиції заклад наразі не має, що є одним із ключових обмежень його гастрономічного потенціалу.

Цінова політика виноробні передбачає диференціацію залежно від розміру групи: вартість повноденної програми для груп від 12 осіб є нижчою в перерахунку на особу порівняно з меншими групами з 5–11 учасників [6]. Також пропонуються корпоративні та освітні формати відвідування. Фірмовий магазин при виноробні надає можливість придбати вина безпосередньо від виробника, що є додатковою перевагою для гостей. Онлайн-магазин на офіційному сайті функціонує з доставкою по всій Україні, що розширює клієнтське охоплення поза межі туристичного сегменту.

Репутація виноробні «Колоніст» на цифрових платформах підтверджується високими оцінками споживачів: за результатами аналізу 120 відгуків у Google Maps [2], загальний рейтинг закладу становить 4,6 з 5 зірок, що свідчить про переважно позитивне сприйняття гостями. Із проаналізованих відгуків 84 (70%) є позитивними (4–5 зірок), 21 (17,5%) – нейтральними (3 зірки) та 15 (12,5%) – негативними (1–2 зірки).

Серед позитивних вражень гостей домінують три ключові теми: висока якість вин, особливо преміальних позицій – Каберне Мерло «Висока гама», Одеське чорне та ігристе Біссер; глибока екскурсійна програма з детальними розповідями про терруар, технологію виробництва та родинну історію Плачкових; унікальна атмосфера автентичного бессарабського краю та мальовнича природа озера Ялпуг. Частина гостей зазначає, що вина «Колоніст» стали їхньою регулярною покупкою після відвідування виноробні [2].

Негативні відгуки концентруються навколо кількох системних проблем. Найпоширенішою скаргою (у 18 з 120 відгуків) є надмірний розмір екскурсійних груп – окремі відвідувачі повідомляють про групи до 40–50 осіб, що унеможливорює індивідуальний підхід і знижує якість дегустації. Другою за частотою проблемою є відсутність повноцінного гастрономічного супроводу: гості зазначають, що закусок катастрофічно мало або вони відсутні взагалі. Також фіксуються труднощі з отриманням актуальної інформації щодо дат, форматів та вартості заходів [2].

Щодо цінової політики, за даними Google Maps відгуків [2], вартість дегустації з екскурсією становить одну тисячу гривень на особу (дані станом на 2023–2025 роки). До цієї вартості, ймовірно, входить екскурсія по території виноробні, виноградниках та підвалах, дегустація декількох вин з асортименту «Колоніст», а також розповідь про історію виноробні та технологію виробництва. Однак точна актуальна інформація про ціни на різні формати обслуговування, такі як індивідуальні дегустації, групові екскурсії чи вечери в камінній залі, на офіційному сайті відсутня, що є значним недоліком в інформаційній політиці закладу.

Порівняльний аналіз цін показує, що вартість дегустації на виноробні знаходиться в середньому сегменті серед аналогічних закладів в Україні. Наприклад, сироварня «Бабині кози» в Київській області пропонує екскурсію з дегустацією за 250 гривень, комплекс Village Wine у тій же області встановлює ціни від 1500-2500 гривень залежно від формату, а закарпатські виноробні пропонують дегустації в діапазоні від 150 до 500 гривень. Таким чином, вартість дегустації на «Колоністі» є вищою за середній рівень цін аналогічних підприємств Одещини, проте відповідає середнім показникам серед українських винних туристичних об'єктів преміум-сегменту.

Офіційний сайт виноробні kolonist.com.ua виконаний у теплих тонах і відповідає концепції родинного виноробства [1]. Структурно він охоплює розділи «Виноробня», «Дегустації», «Тури на виноробню», «Онлайн-магазин» та «Контакти». Онлайн-магазин є функціональним і дозволяє замовити вина з доставкою по Україні – це суттєва комерційна перевага. Водночас розділ «Дегустації» є надмірно лаконічним: відсутні актуальні ціни, розклад заходів та форма онлайн-бронювання. З точки зору SEO сайт задовільно індексується за брендовими запитами, але поступається конкурентам за ширшими запитами типу «винний тур Одеська область». Навігація є зрозумілою, проте загальний дизайн дещо застарілий для закладу преміального сегменту.

У соціальних мережах виноробня «Колоніст» представлена в Instagram та Facebook. Станом на початок 2026 року Instagram-сторінка налічує понад 7 100 підписників і 923 публікації [3]. Контент охоплює фотографії виноградників, виробничих процесів та анонси заходів. Водночас публікації виходять нерегулярно, взаємодія з аудиторією через коментарі та сторіз залишається мінімальною. Відсутня активна робота з Google Maps відгуками: заклад практично не відповідає на коментарі відвідувачів, що є суттєвим недоліком в управлінні онлайн-репутацією. Зазначені недоліки цифрової присутності знижують конкурентоспроможність закладу в умовах, коли більшість туристів обирають місця відпочинку саме через онлайн-канали.

SWOT-аналіз дегустаційного комплексу виноробні «Колоніст»

	Позитивний вплив	Негативний вплив
	Сильні сторони (S)	Слабкі сторони (W)
1	2	3
Внутрішнє середовище	1. Високоякісні вина преміум-сегменту з міжнародним визнанням (золото Decanter 2025) 2. Потужна історія та бренд (20 років, родина Плачкових, болгарські колоністи) 3. Унікальний терруар на 45-й паралелі (як Бордо та П'ємонт) 4. Сучасне обладнання + традиційні бар'єри зі 100-150-річного дуба 5. Експертиза світового рівня (єнолог Олів'є Дога з Бордо, сомельє Алла Плачкова WSET-3) 6. Експорт до 9 країн, Forbes Next 250 Ukraine 7. Красива впорядкована територія з виноградниками (72-74 га)	1. Недостатній рівень організація масових дегустацій (групи до 40 осіб) 2. Відсутність диференціації форматів (немає VIP, приватних дегустацій) 3. Критична відсутність інформації на сайті (ціни, меню, розклад) 4. Слабка представленість на міжнародних туристичних платформах (TripAdvisor, Booking.com); відсутність активної роботи з відгуками у Google Maps 5. Нерозвинена гастрономічна складова, відсутність меню 6. Застарілий дизайн сайту, немає онлайн-бронювання 7. Слабкий маркетинг дегустаційних послуг
	Можливості (O)	Загрози (T)
Зовнішнє середовище	1. Зростання винного й гастрономічного туризму та його інтеграція в локальні заклади гостинності. 2. Створення камерного кафе з професійним фудпейрінгом 3. Цифровізація (онлайн-бронювання, віртуальні тури) 4. Партнерства з готелями Одеси/Болграда, туроператорами 5. Корпоративний сектор (team-building, діловий туризм) 6. Освітні програми, майстер-класи з виноробства 7. Розвиток "Винного шляху Одещини"	1. Військовий стан в Україні, економічна нестабільність 2. Конкуренція з боку виноробень, розташованих ближче до великих міст. 3. Виражена сезонність попиту (низький попит взимку) 4. Зниження купівельної спроможності населення 5. Регуляторні ризики (зміни законодавства, підвищення акцизів) 6. Репутаційні ризики від негативних відгуків 7. Кадрові проблеми (складно знайти кваліфікований персонал у селі) 8. Логістичні проблеми (погіршення доріг, зростання цін на паливо)

Проведений SWOT-аналіз дегустаційного комплексу виноробні «Колоніст» (табл. 1.1) дозволяє зробити висновок про неоднозначне, але загалом перспективне становище закладу. Серед сильних сторін підприємства домінують фактори, пов'язані з якістю продукту: міжнародно визнані вина преміум-сегменту, унікальний терруар на 45-й паралелі, а також потужний бренд із двадцятирічною родинною історією та експертизою світового рівня.

Водночас слабкі сторони зосереджені переважно в операційній та комунікаційній площинах – насамперед це незадовільна організація масових дегустацій, нерозвинена гастрономічна складова та застарілі цифрові інструменти. Зовнішнє середовище формує сприятливий контекст для розвитку: зростаючий попит на винний туризм і автентичні враження відкриває реальні можливості для диверсифікації форматів обслуговування, зокрема через впровадження камерного кафе з концепцією фудпейрингу. Серед ключових загроз слід виділити воєнну нестабільність та виражену сезонність попиту, які вимагають формування стійкої маркетингової стратегії та пропозицій для цілорічного залучення гостей.

1.2. Аналіз конкурентів ресторанного господарства обраного сегменту

Ресторанний ринок Одеської області формується під впливом кількох ключових чинників: туристичної привабливості регіону, розвиненої аграрної бази та зростаючого інтересу до гастрономічного туризму. За оцінками аналітиків ринку, обсяг ринку ресторанних послуг Одещини у довоєнний період становив близько 12–15 млрд грн на рік, при цьому частка сегменту «заклади при аграрних і туристичних об'єктах» залишалася порівняно невеликою, але демонструвала стійке зростання. Повномасштабне вторгнення 2022 року суттєво вплинуло на обсяги галузі – частина закладів припинила діяльність або перепрофілювалась, а внутрішній туристичний потік перерозподілився на захід країни. Водночас вже у 2023–2024 роках ринок демонструє поступове відновлення: кількість активних закладів ресторанного господарства в Одеській області, за даними реєстрів, зросла порівняно з кризовим 2022 роком, а виручка закладів туристичної спрямованості повернулася до показників 60–70% від довоєнного рівня [7].

У межах Одеського регіону гастрономічний ринок відрізняється значною сегментованістю. В обласному центрі домінують ресторани середнього та вище середнього цінового сегменту з кухнями середземноморської, пана-

зійської та авторської спрямованості, тоді як у периферійних районах – зокрема у Придунайській Бессарабії — домінуючою залишається традиційна регіональна кухня болгарського, молдавського та гагаузького походження. Середній чек по регіону варіюється в широких межах: від 200–350 грн у закладах масового сегменту до 1 200–2 500 грн і вище у ресторанах преміального рівня та закладах при туристичних об'єктах [8]. Ціноутворення в сегменті виноробень і закладів гастротуризму нині перебуває під тиском двох протилежних тенденцій: з одного боку, зростання витрат на продукти, логістику та персонал штовхає ціни вгору, з іншого – знижена купівельна спроможність споживачів та конкуренція за туристів стримують підвищення середнього чеку [7; 8].

Законодавче регулювання ресторанного бізнесу в Україні у 2024–2025 роках зазнало змін у частині ліцензування алкогольної торгівлі, вимог до доступності приміщень та правил роботи в умовах воєнного стану. Для закладів при виноробнях особливо важливим є дотримання ліцензійних умов реалізації власновиробленої алкогольної продукції, а також санітарних і протипожежних норм для туристичних об'єктів. Серед інноваційних тенденцій галузі слід відзначити активне впровадження онлайн-бронювання, систем CRM, концепцій «від ферми до столу» (farm-to-table) та тематичних форматів – дегустаційних вечерь, майстер-класів та гастрономічних турів [8; 9].

З точки зору конкурентного середовища розташування виноробні «Колоніст» у с. Криничне формує специфічну ринкову нішу. Географічна відстань від обласного центру (понад 200 км) суттєво обмежує стихійний потік відвідувачів, характерний для міських закладів, водночас забезпечуючи природну селективність аудиторії: заклад відвідують переважно мотивовані туристи, цілеспрямовано зацікавлені у винному та гастрономічному досвіді. Це є одночасно перевагою (висока залученість клієнтів, готовність витратити більше на враження) і обмеженням (залежність від організованих турів, сезонність). Відсутність у безпосередній близькості прямих конкурентів аналогічного профілю у Болградському районі підсилює унікальність позиціону-

вання, проте звужує можливості для щоденного завантаження без активної роботи з турагентствами та власної маркетингової активності.

Для цілей дослідження конкурентного середовища були визначені підприємства, що складають конкурентне оточення для проектованого камерного кафе при виноробні «Колоніст». З огляду на специфіку концепції – камерний заклад із дегустаційним форматом та інтегрованим меню на основі принципів фудпейрингу – конкурентами є не лише заклади у географічній близькості, а й підприємства, що орієнтуються на аналогічну цільову аудиторію: гастрономічних та винних туристів Одещини та суміжних регіонів. Для збору інформації використовувались ресурси Google Maps, TripAdvisor, а також офіційні сайти і соціальні мережі конкурентів [10]. За результатами аналізу до переліку ключових конкурентів увійшли п'ять закладів, що найбільш повно відповідають критерію тематичної та сегментної схожості.

Найпотужнішим прямим конкурентом у сегменті виноробного туризму Одещини є Центр культури вина «Shabo» – найбільший оператор винного туризму Одеської області, що має 1 250 га виноградників та здійснює експорт у 18 країн. Туристичний комплекс включає музей виноробства і коньяку, арт-галерею, кінотеатри, виноградний сад та окремі дегустаційні зони для тихих і ігристих вин класичного методу шампанізації; асортимент – понад 30 позицій. За даними Google Maps – понад 2 800 відгуків, рейтинг 4,5 зірки; активний офіційний сайт shabo.ua з онлайн-бронюванням, Instagram – понад 25 000 підписників. Вартість програм: базова екскурсія – 480 грн, з дегустацією – 550 грн, преміальні пакети – до 1 450 грн. Ключовий недолік, що стабільно фіксується у відгуках, – масовість та знеособленість досвіду (групи по 40–60 осіб) і відсутність індивідуалізованої гастрономічної складової [11].

У тому ж Болградському районі Одеської області, за 35 км від с. Криничне, розташована виноробня ТМ Villa Tinta (ТОВ «Винхол Оксамитне», с. Оксамитне) – один із найближчих прямих конкурентів «Колоніста» як за географією, так і за форматом. Засноване у 1998 році, підприємство має близько 1 000 га виноградників і з 2017 року просуває власні колекції вин під брен-

дами Villa Tinta та Tintarella. Виноробня пропонує базовий енотур із дегустацією семи позицій (ігристі Tintarella Brut і Bon Charme, білі Сухолиманський та Іршаї Олівер, червоні Мерло, Каберне й Одеський чорний), що завершується подачею традиційних бессарабських страв – каварми з баранини та міліни (болгарський пиріг з бринзою). Вина двічі відзначені провідними світовими експертами: Sukholymans'kyi та Odesa Black TM Villa Tinta увійшли до добірки 24 найкращих вин України за результатами сліпої дегустації Masters of Wine. Серед слабких сторін – розвиток бренду ще відносно новий (перші власні вина з'явилися лише у 2017 році), цифровий маркетинг та онлайн-бронювання потребують удосконалення. Проте Villa Tinta вже сформувала сталий гастрономічний формат на основі бессарабської кухні, що є найбільш прямим аналогом концепції, яка розробляється для «Колоніста» [12].

У сегменті міського виноробного туризму окремої уваги заслуговує виноробня «Одесос» – перша в Україні виноробня міського формату, заснована у 2019 році в історичному центрі Одеси, у будівлі колишньої тютюнової фабрики Salve на вул. Тираспольській, 26 [13]. Назва проєкту відсилає до давньогрецької колонії Одессос. Виноробня дотримується принципу «якість важливіша за обсяги» і активно здобуває міжнародні нагороди: золото, срібло та бронза The Balkans International Wine Competition, MUNDUS VINI та Decanter World Wine Awards [13]. Дегустації проводяться за попереднім записом через офіційний сайт. Конкурентна роль «Одесоса» стосовно «Колоніста» є специфічною: обидва заклади орієнтовані на аудиторію свідомих шанувальників українського вина, однак пропонують принципово різний досвід. «Одесос» – урбаністичний формат для міського туриста; «Колоніст» – терруарний досвід на виноградниках над озером Ялпуг. Перевагою зберігається автентичність місця та зв'язок вина з конкретним ландшафтом – те, чого міська виноробня відтворити не здатна.

Найбільш прямим конкурентом «Колоніста» за форматом і концепцією є сімейна виноробня Manzul Winehouse Едуарда Манзула, розташована у с. Лиманка Овідіопольського району Одеської області, за ~15 хвилин їзди від

Одеси. Виноробня заснована у 2012 році; обсяг виробництва складає 20–25 тис. літрів на рік. Виноград закуповується у Болградському районі – на тих самих схилах озера Ялпуг, що є терруаром «Колоніста» [14]. В асортименті 8–12 позицій крафтових вин: Мускат Оттонель, Ркацелі, Шардоне, Каберне Совіньйон, Сапераві, Одеський чорний, Мерло та авторські купажі. Дегустаційний зал розрахований на 15 гостей; до вин подається гастрономічний супровід на основі болгарсько-гагаузької кухні: каварма, сармички, овеча бринза, баниця та місцеві сири [14; 15] – фактично реалізується той самий фудпейринг-формат, що є метою нової концепції «Колоніста». Вина здобули срібло конкурсу «Одеський залив – 2020». Слабкі сторони: відсутній офіційний сайт, обмежена онлайн-присутність. Водночас близькість до Одеси (~15 хв) забезпечує Manzul Winehouse стабільний потік міських відвідувачів – перевага, якої «Колоніст» не має через відстань понад 200 км від обласного центру.

Завершує перелік конкурентів сімейна виноробня SHEVINO Мар'яна та Наталії Шевченко (м. Біляївка, Одеська область) – камерний виробник, що розпочав діяльність у 2012 році з 0,5 га виноградників та обсягом виробництва близько 6 000 літрів на рік [16]. Незважаючи на мікромасштаб, виноробня є показовим прикладом цільного дегустаційного формату: на виноградниках збудовано альтанку для дегустацій, є винний підвал із добірною винотекою, а в асортименті представлені ті самі автохтонні сорти, що й у «Колоніста», – Сухолиманський білий та Одеський чорний, а також авторські купажі «Оксамит Дністра» і «Чорноморська перлина». Виноробня увійшла до кола відомих завдяки участі у благодійних аукціонах на підтримку ЗСУ, що сформувало яскравий емоційний наратив навколо бренду. Разом із тим, у зв'язку з тим що власник виноробні виконує завдання в лавах Збройних сил України, виробництво на сьогодні фактично призупинено [16]. SHEVINO демонструє, що навіть мінімальне виробництво може мати сильну концептуальну ідентичність – проте без достатньої виробничої бази та стабільної роботи повноцінна конкуренція за туристичну аудиторію є обмеженою.

Порівняльна характеристика підприємств – конкурентів

Параметри	Характеристика прямих конкурентів				
	Shabo	Villa Tinta	Одесос	Manzul Winehouse	SHEVINO
1	2	3	4	5	6
Адреса	с. Шабо, Білгород-Дністровський р-н, Одеська обл.	Одеська обл., Болградський р-н, с. Оксамитне, вул. Нова, 1-Б	вул. Тираспольська, 26, м. Одеса	с. Лиманка, Овідіопольський р-н, Одеська обл.	Теплична вулиця, 1, Біляївка, Одеська обл.
Наявність сайту	https://www.shabo.ua	https://villatinta.com.ua	https://odesos.wine/uk/	https://manzul.com.ua	https://www.instagram.com/she.vino/
Кількість google-відгуків	5074	20	Відсутні	Відсутні	67
Дегустаційна програма	Базова екскурсія, екскурсія з дегустацією 6–7 вин, преміальні пакети; регулярно	Базовий тур з дегустацією 7 вин (ігристі + тихі); за попереднім записом	Дегустації за записом; вул. Тираспольська, 26; заводський тур	8–12 позицій вин, регулярно, зал на 15 гостей; за попереднім записом	Дегустації в альтанці; за попереднім записом. Наразі призупинено (ЗСУ)
Ціни на дегустацію / відвідування	480 грн – екскурсія; 550 грн – з дегуст.; до 1 450 грн преміальний пакет	Ціни на сайті не вказані; за запитом	Ціни на сайті не вказані; за записом	Ціни за запитом; формат «у гостях»	Ціни не вказані (виробництво призупинено)
Додаткові послуги	Музей, артгалерея, альпійська гірка, фірмовий магазин	Фірмовий магазин; тур до озера Ялпуг; обід/вечеря за запитом	Розташування в центрі Одеси; унікальний міський досвід виноробства	Подарункові дегустаційні сети; бессарабські спеції; виїзні дегустації	Винний підвал, дегустаційна альтанка на виноградниках

З метою комплексного аналізу конкурентного середовища було проведено порівняльну характеристику п'яти ключових підприємств-конкурентів за основними параметрами діяльності. Результати систематизовано у таблиці 1.2. а графічно відображено на діаграмі 1.1.

Порівняльна характеристика конкурентів згідно сайтам та відгуків

Google.com

	Кількість відгуків	Рейтинг Google	Дегустаційна програма	Харчування	Ціна/якість	Обслуговування	Атмосфера	Загальна оцінка
1	2	3	4	5	6	7	8	9
«Колоніст»	120	4,9	4,5	5	4	4	5	4,5
Shabo	5074	4,7	5	3,5	4,5	4,5	5	4,5
Villa Tinta	20	4,3	4	3,5	3,5	4	4,5	3,9
Одесос	-	-	3	3,5	3	4	4	3,5
Manzul Winehouse	-	-	5	5	4	5	5	4,8
SHEVINO	67	4,8	4,5	4	3,5	4	4,5	4,1

Узагальнення результатів даних про характеристики конкурентів

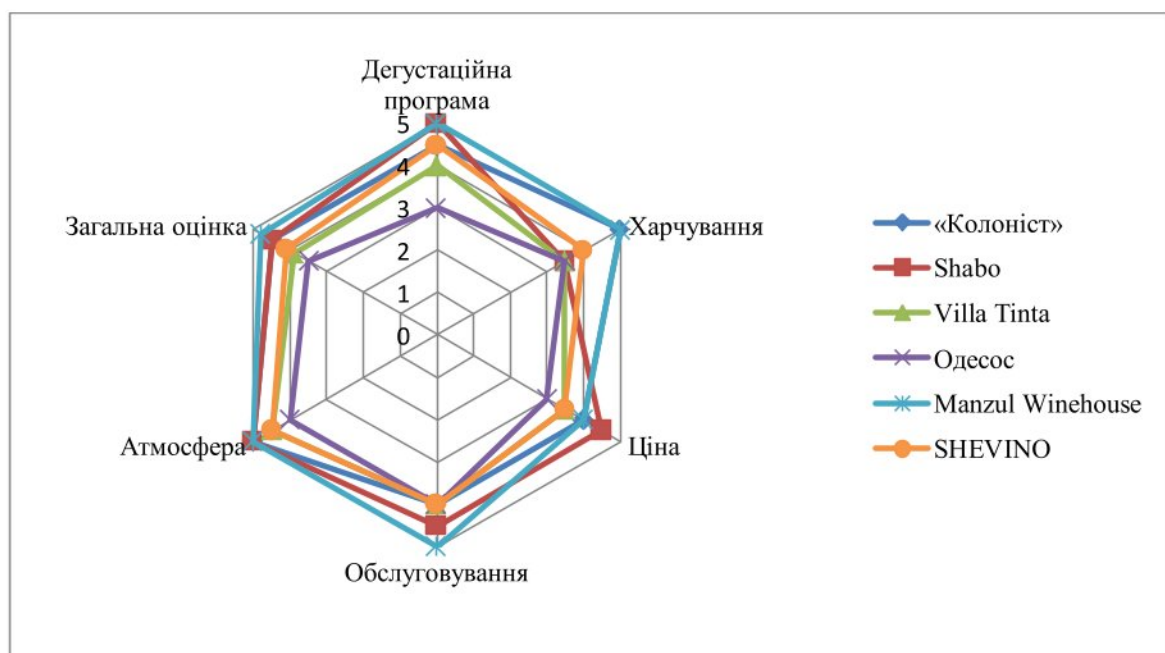


Рис. 1.2. Багатокутник конкурентоспроможності

Порівняльний аналіз, наведений у таблицях 1.2–1.3, дозволяє комплексно оцінити конкурентну позицію виноробні «Колоніст». Описова характеристика (таблиця 1.2) фіксує якісні відмінності між закладами за ключовими параметрами: форматом дегустаційної програми, гастрономічною складовою, сервісною інфраструктурою та асортиментом. Бальна оцінка (таблиця 1.3) дозволяє кількісно зіставити конкурентів: за загальним балом лідирує Manzul

Winehouse (4,8) – насамперед завдяки максимальним оцінкам за харчування, обслуговування та атмосферу (усі по 5,0), що підтверджує його статус найбільш прямого концептуального конкурента «Колоніста». Виноробні «Колоніст» та Shabo отримали однаковий загальний бал (4,5), однак за принципово різних профілів: Shabo домінує за кількістю відгуків (5 074) та дегустаційною програмою (5,0), проте поступається за харчуванням (3,5); «Колоніст» натомість отримує максимальний бал за харчування (5,0) та атмосферу (5,0) – унікальне природне оточення виноградників над озером Ялпуг є незаперечною конкурентною перевагою, яку жоден міський або промисловий формат відтворити не здатний.

Водночас бальна оцінка виявляє операційні прогалини «Колоніста», які стримують його загальний потенціал: низька кількість Google-відгуків (120 проти 5 074 у Shabo) та менш розвинене обслуговування (4,0) порівняно з Manzul Winehouse (5,0) і Shabo (4,5) вказують на недостатню системність у роботі з клієнтським досвідом. Villa Tinta (3,9) і Одесос (3,5) не реалізували свій потенціал через слабку гастрономічну складову та обмежену сервісну пропозицію. SHEVINO, незважаючи на призупинення виробництва, демонструє відносно високий бал (4,1) завдяки сильній атмосфері та концептуальній ідентичності, що підтверджує: навіть мінімальна виробнича база може формувати якісний туристичний досвід за наявності чіткого образу бренду. Таким чином, «Колоніст» має всі передумови для зайняття позиції лідера у сегменті камерного гастрономічного туризму: унікальна атмосфера та якісне харчування вже закладені як конкурентна основа – розрив із лідером за загальною оцінкою зумовлений виключно операційними чинниками, що усуваються в межах нової концепції.

1.3. Розробка концепції та формування унікальної торгової пропозиції

Результати проведених досліджень засвідчують суперечливу, проте стратегічно перспективну картину. Виноробня «Колоніст» володіє потужним

продуктовим і бренд-потенціалом: міжнародно визнані вина, унікальний терруар та двадцятирічна родинна спадщина формують міцне підґрунтя для розвитку у форматі преміального гастрономічного туризму. Однак наразі цей потенціал не реалізується повною мірою. Відсутність постійного меню, нерозвиненість фудпейрингу та масовий характер дегустацій утворюють відчутний розрив між рівнем продукту та рівнем гастрономічного досвіду, який заклад здатен запропонувати своїм гостям. Водночас аналіз конкурентного середовища відкриває не менш важливу обставину: жоден із виявлених конкурентів не пропонує системного поєднання автентичної регіональної кухні з обґрунтованим фудпейрингом у камерному форматі. Поєднання внутрішнього незреалізованого потенціалу та незайнятої ринкової ніші формує реальну і своєчасну можливість для розробки принципово нової концепції закладу.

Розробка концепції передбачає визначення типу, категорії та тематики закладу, форм і методів обслуговування, відмінних особливостей бізнес-ідеї, цільової аудиторії, спектру послуг та програми просування [17]. Для визначення ключових смислів нової концепції застосовано методику «Смислового проектування» Я. Трофимова. Вона передбачає дослідження концепції через п'ять ключових запитань, що структурують уявлення про заклад із позиції споживача: його очікувань, мотивацій, отриманої цінності та можливих бар'єрів для відвідування. Застосування методики здійснювалося на основі зібраних первинних і вторинних даних — відгуків відвідувачів виноробні, результатів конкурентного аналізу та досліджень ринку гастрономічного туризму регіону. Результати наведено у таблиці 1.4.

Таблиця 1.4

Розробка концепції камерного кафе при виноробні

Що таке камерне кафе при виноробні?	• Кафе при виноградниках • Місце для відпочинку від міста • Частина винного маршруту • Місце, де вино «народжується» • Автентична бессарабська кухня • Простір для смакових вражень • Освітній досвід про українське вино • Культурний простір • Літня тераса
-------------------------------------	---

Навіщо мені як клієнту?	• Отримати унікальний досвід • Дізнатися про історію Одеського регіону • Відпочити від міста • Відкрити для себе нове крафтове вино • Відчути смак місця • Зробити гастрономічне відкриття • Привезти нові враження додому
Що я отримую від відвідування?	• Смакові відкриття • Розуміння терруару • Вина «Колоніст» у парі зі стравою • Знання про фудпейринг • Розповідь про болгарських колоністів та історію вино-робні • Персональна увага сомельє • Бажання повернутися
Чим відрізняється концепція?	• Меню = пейринг-карта вин • Кожна страва прив'язана до вина • Автохтонні сорти винограду: Одеський чорний, Сухомлинський • Камерний формат • Бессарабська кухня у сучасній інтерпретації • Панорама озера Ялпуг • Дегустаційні вечери з сомельє
Чому я не піду у камерне кафе при виноробні?	• Далеко від великих міст • Немає доступного транспорту • Незрозумілий формат бронювання • Сезонність: взимку не хочеться їхати • Малий досвід українського відвідувача з вином • Дорого для буденного відвідування

На основі аналізу ключових моментів та виявлених конкурентних про-
галин була сформульована концепція нового закладу:

«Kolonist. Wine & Dine» – перше в Придунайській Бессарабії камерне
кафе при виноробні «Колоніст» з авторським меню, де кожна страва розроб-
лена як науково обґрунтована гастрономічна пара до конкретного вина вино-
робні, а регіональна кухня болгарських колоністів переосмислена у сучасно-
му форматі. Гість не просто вечеряє – він читає терруар через смак: страви та
вина разом розповідають єдину історію конкретного місця, часу збору та со-
рту.

Графічне узагальнення розробленої концепції у вигляді структурної
схеми, що відображає ключові конкурентні переваги закладу та послідовність
етапів його відкриття, наведено у Додатку А.

Структура концепції

Розділ	Характеристика
1	2
Тип закладу, що проєктується	Камерне кафе при виноробні – заклад ресторанного господарства, що функціонує як гастрономічна платформа виноробні «Колоніст» при загальній кількості 80 посадкових місць
Категорія і тематика закладу	Преміальне тематичне кафе у форматі «вино + їжа + культура». Тематика: терруар Придунайської Бессарабії, культура болгарських колоністів, подорож через фудпейринг
Форми і методи обслуговування	Повносервісне обслуговування офіціантами (à la carte із пейринг-картою, дегустаційні сети, chef's table). Інтерактивна комунікація персоналу з гостями: презентація походження продуктів, історії страв, поради щодо поєднання смаків. Додаткові формати: тематичні дегустаційні сети (4–6 страв + 4–6 вин. Попереднє бронювання через сайт та месенджери.
Відмінні особливості бізнес-ідеї проєкту	1. Кожна позиція меню має «пару» з конкретним вином «Колоніст» – принцип фудпейрингу є системоутворювальним елементом меню, а не опцією; 2. Меню базується виключно на автентичній кухні болгарських колоністів Бессарабії у сучасній авторській інтерпретації – гість відкриває регіональну ідентичність через смак; 3. Камерний формат забезпечує персоналізований сервіс і атмосферу, принципово відмінну від масових дегустацій конкурентів; 4. Панорамний вид на власні виноградники – унікальний природний контекст, що підсилює гастрономічний досвід.
Основні групи споживачів (диференціювання потенційних споживачів за різними критеріями)	Сегмент А: відвідувачі 30–55 років з середнім і високим доходом – основний сегмент (55%) Сегмент В: пари та компанії у форматі «особлива нагода» (дні народження, ювілеї, романтичні поїздки) – 20% Сегмент С: корпоративні клієнти – тимбілдинги, ділові зустрічі – 15% Сегмент D: учасники організованих турів від туроператорів – 10%
Спектр послуг, що пропонуються (основний, додатковий і супутній ресторанний продукт)	Основний ресторанний продукт: авторське меню бессарабської кухні з пейринг-картою вин «Колоніст»; дегустаційні сети; Додатковий продукт: тематичні сезонні вечери; дегустаційні програми для груп; Супутній продукт: фірмовий магазин вин «Колоніст»; авторські сувеніри (джеми, оцет бальзамічний виноградний, олія); подарункові пейринг-сети.

1	2
Програма просування і виходу на ринок (з використанням маркетингових каналів комунікацій та PR-акцій);	1. Цифрові канали: оновлений сайт із онлайн-бронюванням; активні Instagram та Facebook з регулярним контентом та партнерство з food- та wine-блогерами; 2. Туристичні канали: реєстрація на Google Travel; партнерства з туроператорами Одеси та Болграда; 3. PR-активності: сезонні гастрономічні фестивалі; спеціальні меню до традиційних болгарських свят (Трифон Зарізан, Гергьовден).
Етапи впровадження	Підготовка проекту і розробка концепції; Підготовка і проведення ремонтних робіт; Оновлення інтер'єру, зміна дизайну; Розробка нової виробничої програми для кафе; Розробка меню та підбір персоналу; Проведення рекламних кампаній; Запуск нового формату закладу .

Вибір концепції «Kolonist. Wine & Dine» обумовлений сукупністю чинників, виявлених у ході попередніх досліджень. По-перше, аналіз відгуків гостей виноробні зафіксував системний незадоволений попит на гастрономічний супровід: скарги на відсутність або недостатність закусок під час дегустацій зустрічалися у 18 з 120 аналізованих відгуків. По-друге, конкурентний аналіз підтвердив, що жоден із виявлених конкурентів не пропонує системного фудпейрингу в камерному форматі: навіть найближчий концептуальний конкурент – Manzul Winehouse – реалізує гастрономічний супровід ситуативно, без явної пейринг-логіки в меню. По-третє, зростання попиту на гастрономічний та енотуризм, зафіксоване у загальноукраїнських і регіональних дослідженнях ринку, підтверджує актуальність обраного напрямку.

Концепція фудпейрингу як системоутворювального елементу меню ґрунтується на взаємодії смакових компонентів вина та їжі. Теоретичною основою фудпейрингу є концепція смакової спорідненості [18], яка розглядає взаємодію між органолептичними характеристиками вина та їжі на основі принципів подібності та контрасту. Принцип подібності передбачає поєднання компонентів зі спільними смаковими нотами: наприклад, вина з вираженою фруктоватою нотою підсилюють солодкуватість карамелізованих або

фруктових компонентів страви.

Принцип контрасту, натомість, будується на взаємному врівноваженні протилежних смаків – кислотність вина нейтралізує жирність страви, а солоність сиру пом'якшує терпкість таніну. Обидва принципи застосовуються в меню камерного кафе залежно від конкретної страви та вина, що забезпечує різноманітність та непередбачуваність гастрономічного досвіду [18].

Згідно з класичними принципами фудпейрингу, правильно підібрана пара підсилює характеристики як вина, так і страви таніна структура червоних вин «Колоніст» (Мерло, Каберне, Одеський чорний) гармонійно поєднується з білковими та жирними компонентами бессарабських м'ясних страв – каварми з баранини, запеченого ягняти, домашніх ковбасок; свіжа кислотність та мінеральність білих вин (Рислінг, Сухолиманський білий, Шардоне) розкривається поруч із сирними, рибними та овочевими стравами регіональної кухні; ігристе Біссер класичного методу шампанізації ідеально відповідає легким закускам, морепродуктам та борошняним стравам – баниці та міліні (міліна) [1]. Цей алгоритм покладається в основу структури меню та навчання персоналу.

Окремої уваги заслуговує регіональний вимір фудпейрингу, який у контексті даної концепції набуває особливого значення. Гастрономічна наука підтверджує закономірність, відому серед виноробів як «що росте разом – те й поєднується разом» [18]: продукти, що формувалися в одному кліматичному та ґрунтовому середовищі, як правило, утворюють органічні смакові пари. Вина виноробні «Колоніст», вирощені на суглинистих ґрунтах над озером Ялпуг під впливом помірно-континентального клімату Придунайської Бессарабії, мають природну спорідненість із продуктами того самого регіону – бараниною, овечою бринзою, свіжою рибою озера походження, домашніми овочами та злаками. Саме ця регіональна логіка пейрингу є найглибшим рівнем концепції та її головною науковою основою.

Практична реалізація фудпейрингу в меню камерного кафе передбачає трирівневу систему рекомендацій. Перший рівень – базовий пейринг –

обов'язкова пара до кожної страви, зазначена безпосередньо в меню з коротким поясненням принципу поєднання, доступним для гостя без спеціальних знань. Другий рівень – розширений пейринг – альтернативна пара для більш досвідченого гостя, яку офіціант-сомельє пропонує усно на прохання. Третій рівень – дегустаційний сет – повністю структурована послідовність страв і вин, де пейринг є не рекомендацією, а незмінною частиною формату подачі. Така багаторівнева система дозволяє одночасно обслуговувати як новачків у світі вина, так і досвідчених гурманів, не знижуючи якості досвіду для жодної з груп.

Меню камерного кафе формується у двох паралельних форматах. Перший – а-ля карт з пейринг-картою: до кожної страви прописана рекомендована пара з вина «Колоніст» із коротким поясненням принципу поєднання. Другий – дегустаційні сети: структуровані послідовності з 4 або 6 страв, кожна з яких подається разом із відповідним вином, із коментарем сомельє.

Сети є преміальним форматом із вищим середнім чеком та більш насиченим досвідом, орієнтованим на цілеспрямованих гастрономічних туристів та корпоративний сегмент. Сезонне оновлення меню відбувається чотири рази на рік: весняне (квітень–червень) з акцентом на молоду зелень, сири та легкі білі вина; літнє (липень–вересень) – сезон свіжих овочів, риби з озера та ігристого Біссер; осіннє (жовтень–листопад) – серце сезону збору, насичені страви з дичини та червоні витримані вина; зимове (грудень–березень) – традиційні болгарські святкові страви та портвейн «Башта». Сезонний цикл меню безпосередньо пов'язаний із календарем виноградаря, що посилює автентичність концепції та формує привід для повторного відвідування.

Основним споживачем послуг камерного кафе при виноробні «Колоніст» є свідомий гастрономічний турист віком від 28 до 60 років, ядро якого формують представники покоління міленіалів та старшого покоління X у віці 33–50 років. Це сформовані споживачі з усталеними смаковими вподобаннями, достатнім життєвим досвідом для оцінки автентичного продукту та відповідним рівнем платоспроможності. Гендерний розподіл аудиторії є приб-

лизно рівномірним: у форматі романтичних поїздок та відвідувань з нагоди свят жінки частіше виступають ініціаторами, тоді як у корпоративному сегменті переважають чоловіки.

З географічної точки зору основу аудиторії складають мешканці Одеси (близько 45%), Києва (25%) та великих міст на сході України – Дніпра і Харкова (15%). Решту формують жителі Одеської області та іноземні туристи. Об'єднуючою рисою всіх географічних сегментів є готовність долати значні відстані заради унікального враження – це аудиторія цілеспрямованих мандрівників, для яких поїздка тривалістю 2–5 годин є прийнятною ціною за справжній досвід.

У соціально-економічному вимірі типовий споживач має вищу освіту та належить до середнього або вищого за середній прошарку за рівнем доходу. Серед професій домінують менеджери середньої та вищої ланки, підприємці та представники вільних професій – архітектори, дизайнери, маркетологи, фахівці у сфері ІТ. Готовність витратити від 1 000 до 2 500 гривень на особу за повноцінний досвід поєднання вина та їжі, а у форматі дегустаційного сету – до 3 500 гривень, свідчить про пріоритизацію вражень над матеріальним споживанням як характерну рису цього сегменту.

З поведінкової точки зору представники цільової аудиторії планують поїздки завчасно – як правило, за один-три тижні, – активно використовують Instagram, Google Maps та рекомендації знайомих для вибору закладу. Після відвідування вони охоче публікують фотографії та залишають відгуки, що робить їх природними амбасадорами бренду у соціальних мережах. Серед ключових інтересів – подорожі, гастрономія, вино, культурний туризм та фотографія; споживачі цього сегменту тяжіють до локальних продуктів і автентичних культурних переживань.

Мотиваційна структура цільової аудиторії є багаторівневою. На поверхневому рівні гість шукає якісну їжу та вино; на глибшому – унікальний досвід, недоступний у місті, можливість «уповільнитися» та відірватися від урбаністичного ритму. Суттєву роль відіграє освітня мотивація: бажання дізна-

тися щось нове про вино, терруар та гастрономічні поєднання. Ключовими бар'єрами для відвідування є відстань від міста та невизначеність щодо якості невідомого закладу, які долаються активною онлайн-присутністю, системою онлайн-бронювання та прозорою комунікацією цінності пропозиції. Показово, що ідеальним результатом відвідування для представника цільової аудиторії є не просто приємна вечеря, а відчуття справжнього відкриття – нового вина, нової страви, нового місця, – яким хочеться поділитися з оточенням.

Виноробня «Колоніст» підходить до реалізації нової концепції не як стартап із нуля, а як підприємство з двадцятирічною історією, сформованим брендом та доведеною якістю продукту. Це принципово змінює логіку оцінки проекту: мова йде не про створення нового закладу на порожньому місці, а про органічне розширення вже існуючого потенціалу. У таблиці нижче систематизовано здобутки виноробні, які стають фундаментом нової концепції, та можливості, які ця концепція відкриває.

Таблиця 1.6

Здобутки виноробні «Колоніст» та можливості їх реалізації в новій концепції

№	Що «Колоніст» вже має	Можливості, які відкриває концепція
1	2	3
1	Міжнародно визнані вина преміум-сегменту (золото Decanter, Wine Premier Awards)	Можливість позиціонувати кафе як гастрономічний заклад із винами світового рівня
2	Унікальний терруар на 45-й паралелі — як Бордо та П'ємонт	Природний маркетинговий аргумент для залучення відвідувачів
3	74 га власних виноградників з ручним збором	Сезонне меню прив'язане до реального календаря виноградаря
4	16+ найменувань вин власного виробництва	Повноцінна фудпейринг-карта без залежності від зовнішніх постачальників алкоголю
5	Двадцятирічна родинна історія болгарських колоністів	Автентичний наратив для меню, інтер'єру та маркетингу закладу
6	Сформована аудиторія відвідувачів виноробні	Готова база перших клієнтів кафе без витрат на залучення з нуля
7	Експорт до 9 країн, присутність у дипломатичному корпусі	Потенціал для залучення іноземних туристів та ділового сегменту
8	Облаштована територія з відкритою зоною біля озера Ялпуг	Готовий простір для літньої тераси як ключової зони кафе

Таким чином, запропонована концепція камерного кафе «Kolonist. Wine & Dine» при виноробні «Колоніст» є результатом комплексного аналізу діючого закладу, конкурентного середовища та потреб цільової аудиторії. Вона вирішує виявлені операційні прогалини виноробні, заповнює незайняту ринкову нішу та формує сталу конкурентну перевагу, засновану на унікальному поєднанні продукту, місця та гастрономічної ідентичності – тих елементів, які неможливо скопіювати без відтворення самого терруару Придунайської Бессарабії.

Рекомендовані пейрингові пари страв та вин «Колоніст», розроблені на основі принципів смакової спорідненості та регіональної логіки терруару, систематизовано у таблиці 1.7.

Таблиця 1.7

Рекомендовані пейрингові пари страв та вин «Колоніст»

Категорія страв	Рекомендованні вина	Принцип поєднання
1	2	3
М'ясні страви з яловичини, баранини	• Одеське чорне сухе • Каберне Мерло «Висока гама» • Каберне сухе витримане	Танінна структура червоних вин нейтралізує жирність баранини, підсилює м'ясний умам і та розкриває автохтонний характер Одеського чорного.
М'ясні страви зі свинини та птиці	• Мерло сухе витримане • Каберне сухе витримане	М'яка танінність Мерло гармонізує з делікатним м'ясом птиці; Каберне підкреслює прянощі у ковбасках.
Рибні страви та морепродукти	• Сухолиманське біле • Трамінер • Шардоне	Свіжа кислотність і мінеральність Сухолиманського підкреслюють ніжність риби та «смак місця» — озера Ялпуг. Шардоне справляється з жирними соусами до риби.
Сири та молочні продукти	• Шардоне «Висока гама» • Трамінер • Рислінг напівсухий	Рислінг — класична пара до овечої бринзи: солоність пом'якшує кислотність вина. Аромати Трамінера контрастно відтіняють вершкову текстуру сиру.
Овочеві страви та закуски	• Сухолиманське біле • Біссер ігристе • Трамінер	Легка фруктовість і газованість Біссера очищують піднебіння між закусками; Сухолиманське підкреслює свіжість овочів.
Борошняні вироби	• Біссер ігристе • Шардоне витримане	Бульбашки ігристого «знежирюють» листкове тісто; витримане Шардоне гармонізує з вершковою начинкою бринзи.
Десерти та солодощі	• Портвейн «Башта» • Рислінг напівсухий	Залишковий цукор і концентрована фруктовість портвейну врівноважують солодкість десертів. Рислінг напівсухий — до легких десертів, морозива та фруктів.

РОЗДІЛ 2. ТЕХНОЛОГІЧНИЙ РОЗДІЛ

2.1 Моделювання інфраструктури підприємства (проектування торговельних і адміністративно-побутових приміщень)

Проектування камерного кафе «Kolonist. Wine & Dine» здійснюється на підставі розробленої концепції, виробничої програми та добової динаміки попиту закладу. Загальна місткість підприємства становить 80 посадкових місць: 40 місць у закритій торговій залі, 20 місць на відкритій літній терасі, а також 20 місць у дегустаційній залі. Кожна із зазначених зон має власне функціональне призначення та відповідне технологічне оснащення, що забезпечує якісне обслуговування відвідувачів у різних форматах — від звичайної вечері до тематичного дегустаційного вечора.

Вихідними матеріалами для проектування слугують затверджене завдання на розробку проекту, основні технічні напрямки в проектуванні закладів готельно-ресторанного господарства, нормативні документи й інструкції, що діють (ДБН, БНіП, норми оснащення обладнанням), вимоги наукової організації праці при проектуванні, збірники рецептур страв і кулінарних виробів, а також концепція закладу та виробнича програма [17].

Рациональний технологічний процес камерного кафе передбачає: застосування передових технологій приготування їжі, що відповідають концепції авторської бессарабської кухні, ефективне використання обладнання, наукову організацію праці, ощадливу витрату сировини, зведення до мінімуму втрат і браку, оптимальну організацію постачання місцевих і регіональних продуктів, а також безперебійне забезпечення торгової зали винами власного виробництва виноробні «Колоніст».

Особлива увага приділяється організації холодного цеху, де готується більшість страв меню, що подаються у парі з конкретними винами виноробні відповідно до принципів фудпейрингу.

Облік усіх цих факторів при технологічному проектуванні забезпечує отримання оптимальних виробничих і господарських результатів у процесі

експлуатації підприємства. Нижче наведено схему раціонального виробничого процесу підприємства (табл. 2.1) та взаємозв'язок приміщень закладу.

До групи приміщень для відвідувачів входять торгова зала з барною стійкою, відкрита літня тераса, вестибюль із гардеробом, туалетні кімнати та умивальники. Склад і площі приміщень для обслуговування відвідувачів визначено відповідно до нормативних документів [17] та специфіки концепції закладу.

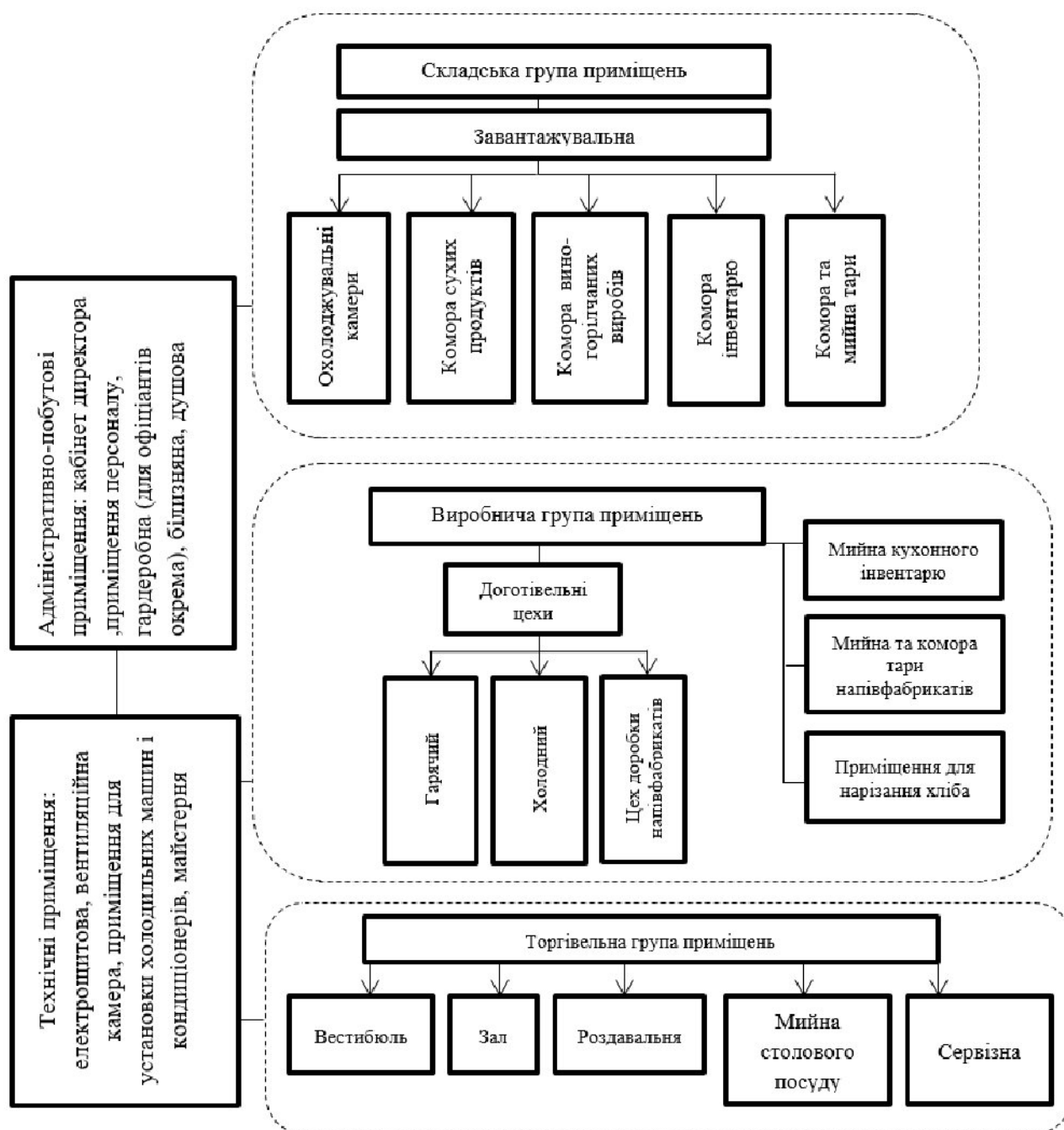


Рис. 2.1. Взаємозв'язок приміщень камерного кафе «Kolonist. Wine & Dine»

Схема технологічного процесу підприємства

Операції та їх режими	Виробничі, торгові та допоміжні приміщення	Обладнання, яке застосовується
1	2	3
Приймання продуктів (починають за 3–5 год. раніше роботи зали: 7:00–9:00)	Завантажувальна	Ваги товарні, ручні візки вантажні
Зберігання продуктів (у відповідності з санітарними нормами і правилами)	Складські приміщення (охолоджувальні камери та комори)	Стелажі, підтоварники, холодильні камери
Підготовка продуктів до виробництва (розпочинається за 2–4 год. раніше роботи зали: 9:00–11:00)	Цех доробки напівфабрикатів	Виробничі столи, мийні ванни, холодильні шафи, механічне обладнання
Приготування страв (розпочинається за 1,5–3 год. раніше роботи зали: 10:00–13:00)	Доготівельні цехи (холодний, гарячий), мийна посуду, приміщення для нарізання хліба	Теплове, механічне, допоміжне обладнання
Реалізація продукції (13:00–22:00)	Роздавальна, барна стійка	Роздавальне обладнання, POS-термінал
Організація споживання продукції (13:00–22:00)	Торгова зала, бар, відкрита літня тераса	Меблі для відвідувачів (столи, стільці), вітрини, прилавки, барна стійка

Площу вестибюлю розраховано за нормою 0,3–0,45 м² на 1 місце у залі. Для закладу на 80 місць (з урахуванням тераси): $S_{\text{вест.}} = 80 \times 0,3 = 24,0 \text{ м}^2$. Наявність зручного та просторого вестибюлю є особливо важливою для закладу туристичного спрямування, де гості нерідко прибувають організованими групами після тривалої поїздки.

Площу гардероба визначено з розрахунку 0,1 м² на 1 місце в залі: $S_{\text{гард.}} = 80 \times 0,1 = 8,0 \text{ м}^2$. Кількість місць у гардеробі верхнього одягу перевищує місткість зали на 10 %, тобто становить 88 одиниць, що відповідає нормативним вимогам [17]. З урахуванням камерного формату закладу та переважання теплого сезону відвідувань (весна–осінь) проектується легкий відкритий гардероб.

Туалети проектується роздільними для чоловіків і жінок. Відповідно до нормативів для закладу з кількістю місць до 300 місць: $80 / 60 \approx 2$ унітази

в кожній кабіні. Таким чином, передбачено дві туалетні кімнати по 2 унітази в кожній, один пісуар у чоловічому туалеті, а також умивальники у шлюзах із розрахунку один умивальник на 4 унітази. У ресторані з обслуговуванням офіціантами шлюзи туалетів передбачають додаткову площу для туалетної не менше 4 м², що враховано у розрахунку. Загальна площа санітарного вузла становить 14,4 м².

Площу торгової зали розраховано за формулою:

$$S = p \cdot s, \text{ м}^2 \quad (2.1)$$

де p – місткість зали, місць; s – нормативна площа на 1 місце в залі, м².

Відповідно до нормативів площа на 1 місце у кафе становить не менше 1,6 м². Для основного приміщення закладу (40 місць):

$$S_{\text{зали}} = 40 \times 1,6 = 64,0 \text{ м}^2$$

Норму прийнято на рівні 1,6 м² / місце, що дозволяє облаштувати комфортні проходи для персоналу і гостей, евакуаційні маршрути, а також зону з декоративними елементами, характерними для автентичного бессарабського інтер'єру.

Відкрита літня тераса розрахована на 20 місць: $S_{\text{тераси}} = 20 \times 1,6 = 32,0 \text{ м}^2$. Тераса є одним із ключових конкурентних елементів концепції: панорама на виноградники формує унікальний природний контекст, який суттєво підсилює гастрономічний досвід відвідувачів.

Дегустаційна зала розрахована на 20 місць і є ключовою функціональною зоною концепції «Kolonist. Wine & Dine», де організовуються тематичні дегустації, фудпейринг-вечері та освітні програми для гостей. Площа дегустаційної зали визначена з розрахунку 1,6 м² на 1 місце: $S_{\text{дег.}} = 20 \times 1,6 = 32,0 \text{ м}^2$. Зона обладнана дегустаційними столами, стендом для презентації вин «Колоніст», зоною сомельє та вітриною для демонстрації асортименту виноробні.

По співвідношенню місць за столами різної місткості розраховано кількість столів у залі (табл. 2.2). З урахуванням того, що «Kolonist. Wine & Dine» функціонує як кафе з повним сервісом, при розрахунку прийнято нормативне

співвідношення місць для кафе: 15 % двомісних столів та 85 % чотиримісних [17]. Відкрита тераса укомплектована виключно чотиримісними столами для зручності групових відвідувань.

Таблиця 2.2

Розрахунок столів для відвідувачів

Вид столу	Відсоткове співвідношення, %	Кількість місць за столами	Кількість столів, шт.	Розміри столів, мм	
				Довжина	Ширина
1	2	3	4	5	6
Зала:					
2-місні	15	6	3	600	600
4-місні	85	34	9	1100	700
Разом (зала)	100	40	12	–	–
Відкрита літ-ня тераса:					
4-місні	100	20	5	1100	700
Дегустаційна зала:					
4-місні	100	20	5	1100	700
ВСЬОГО	–	80	22	–	–

Склад і площу адміністративно-побутових приміщень визначено за нормативними документами [17]. Площу білизняної визначено за нормативною таблицею СНіП II-Л.8-71 методом інтерполяції між значеннями для 75 і 100 місць: для обох значень норматив становить 6 м², тому $S_{\text{білизн.}} = 6,0 \text{ м}^2$. Площу технічних приміщень визначено за нормою 0,52 м² на 1 місце в залі: $S_{\text{техн.}} = 80 \times 0,52 = 41,6 \text{ м}^2$.

Кількість офіціантів розраховано виходячи з норми 16–20 місць на одного офіціанта, характерної для кафе. Для 80 посадкових місць (з урахуванням тераси та дегустаційної зали) потреба складає 4 офіціантів у зміні, що відповідає планованій організаційній структурі підприємства. У разі проведення тематичних дегустаційних вечерь та сетів передбачено участь сомельє або навченого офіціанта-сомельє, який забезпечує презентацію вин і пояснення принципів фудпейрингу гостям.

Таким чином, спроектована інфраструктура камерного кафе «Kolonist.

Wine & Dine» відповідає концептуальним вимогам закладу, нормативним стандартам проектування підприємств ресторанного господарства та забезпечує оптимальні умови для реалізації авторського меню бессарабської кухні у поєднанні з дегустаційними програмами вин виноробні «Колоніст». Загальна розрахункова площа підприємства становить 359 м². План підприємства з розстановкою меблів та обладнання наведено в додатку Б; експлікацію приміщень — у додатку В; специфікацію обладнання холодного цеху — у додатку Г.

2.2 Розробка виробничої програми підприємства

Вихідними даними для технологічних розрахунків є тип підприємства харчування та його потужність. Оскільки потужність камерного кафе «Kolonist. Wine & Dine» виражена кількістю місць у залі (80 місць), технологічний розрахунок розпочинають з визначення чисельності відвідувачів.

Кількість відвідувачів, обслуговуваних за кожну годину роботи залу, розраховують за формулою:

$$N_q = P \cdot \varphi \cdot x / 100, \quad (2.2)$$

де N_q — кількість споживачів, що обслуговуються за 1 год. роботи зали, осіб; P — місткість зали (кількість місць), $P = 80$; φ — оборотність місця в залі за годину; x — середній відсоток завантаження зали, %.

Кафе «Kolonist. Wine & Dine» функціонує з обслуговуванням офіціантами. Коефіцієнти завантаження залу по годинах прийняті згідно нормативних даних для кафе загального типу з обслуговуванням офіціантами [17]. Режим роботи закладу: 10:00–22:00. Результати наведено у таблиці 2.3.

Таблиця 2.3

Графік завантаження залу кафе «Kolonist. Wine & Dine» на 80 місць

№ пор.	Години роботи підприємства	Оборотність одного місця	Середній відсоток завантаження залу	Кількість відвідувачів, осіб
1	2	3	4	5
1	10–11	1,5	16	19
2	11–12	1,5	16	19

1	2	3	4	5
3	12–13	1,5	31	37
4	13–14	1,5	35	42
5	14–15	1,5	31	37
6	15–16	1,5	23	28
7	16–17	1,5	19	23
8	17–18	1,5	19	23
9	18–19	0,5	32	13
10	19–20	0,5	35	14
11	20–21	0,5	35	14
12	21–22	0,5	28	11
Разом за день (N_d)				280

Загальна кількість відвідувачів за день: $N_d = 280$ осіб

Знаючи кількість відвідувачів за день, визначають прогнозовану кількість страв, що реалізуються протягом дня на підприємстві. Для підприємства, яке працює за меню з вільним вибором страв, кількість страв кожної групи розраховується за формулою:

$$n_d = N_d \cdot m, \quad (2.3)$$

де N_d — загальна прогнозована кількість споживачів за день, осіб; m — коефіцієнт споживання страв відповідної групи.

Коефіцієнти споживання страв прийняті для кафе з обслуговуванням офіціантами. Загальний коефіцієнт споживання страв становить $m = 2,7$. Розбивка загальної кількості страв на окремі групи наведена у таблиці 2.4.

Таблиця 2.4

Розбивка страв на групи для кафе «Kolonist. Wine & Dine»

Група страв	Коефіцієнт споживання страв (m)	Денна кількість страв, порц.
1	2	3
Холодні закуски, у т.ч.:	0,7	196
молоко, кисломолочні продукти, бутерброди	0,3	59
рибні	0,1	20

1	2	3
м'ясні	0,4	78
овочеві, салати і вінегрети	0,2	39
Перші страви, у т.ч.:	0,7	196
прозорі	1,0	196
Другі страви, у т.ч.:	0,9	252
м'ясні	0,5	126
овочеві	0,05	12
круп'яні та борошняні	0,15	39
молочні та з яєць	0,3	75
Солодкі страви, у т.ч.:	0,4	112
гарячі	0,2	22
жельовані	0,3	34
холодні	0,4	45
морозиво	0,1	11
Разом страв	2,7	756

Визначення кількості гарячих, холодних напоїв, кондитерських виробів і хліба здійснюється відповідно до норм споживання, характерних для кафе з обслуговуванням офіціантами, за формулою:

$$n_n = N_d \cdot H, \quad (2.4)$$

де n_n — кількість напоїв, кондитерських виробів і хліба; H — норма споживання на одного відвідувача.

Результати розрахунку кількості напоїв, кондитерських виробів і хліба наведено у таблиці 2.5. Слід зазначити, що вина виноробні «Колоніст» реалізуються окремо — у форматі пейринг-карти та дегустаційних сетів — і не включаються до загальних норм споживання напоїв.

Відповідно до концепції фудпейрингу закладу, у плані-меню до кожної страви наведено рекомендоване вино виноробні «Колоніст» із зазначенням принципу поєднання — подібності або контрасту смаків. Це дозволяє гостю самостійно обрати оптимальну гастрономічну пару або скористатися консультацією сомельє.

Таблиця 2.5

Розбивка напоїв, кондитерських виробів і хліба для кафе «Kolonist.
Wine & Dine»

Продукти за групами	Кількість спожи- вачів, осіб	Норма спо- живання (Н)	Одиниці виміру	Кількість
1	2	3	4	5
Гарячі напої, у т.ч.:				
чай	280	0,15	порц.	42
кава		0,45	порц.	126
какао та інші гарячі напої		0,15	порц.	42
Холодні напої, у т.ч.:				
фруктові води	280	0,05	порц.	14
мінеральні води		0,04	порц.	11
соки		0,06	порц.	17
напої власного вироб-		0,10	порц.	28
Хліб та хлібобулочні вироби, у т.ч.:				
хліб житній	280	0,025	кг	7
хліб пшеничний		0,075	кг	21
Борошняні кондитерські	280	1,2	шт.	336
Цукерки, печиво (покупні)	280	0,03	кг	8,4

Розрахункове меню підприємства являє собою перелік найменувань страв із зазначенням виходу страви та їхньої кількості. Меню складено з урахуванням асортименту продукції для кафе загального типу [17], концепції бессарабської кухні з фудпейрингом, а також з використанням матеріалів досліджень гастрономічної спадщини регіону «Буджак Фест» [19], Збірника рецептур страв [20] і кулінарних виробів та авторських рецептур закладу.

Таблиця 2.6

План-меню кафе «Kolonist. Wine & Dine»

№ реп.	Найменування страв та напоїв	Вихід страви, г	Кількість страв, порц.
1	2	3	4
Гарячі напої			
1	Кава еспресо	30	126
2	Кава по-турецьки	100	42

Продовження таблиці 2.6

1	2	3	4
Холодні напої власного виробництва			
3	Компот по-бессарабськи: груша, айва, чорнослив	200	28
4	Напій із свіжих яблук та лимону з м'ятою	250	14
5	Узвар із вишні та чорносливу	200	14
Борошняні та кондитерські вироби власного виробництва			
6	Крастачки — смажені пиріжки з сиром та зеленню (Рекомендоване вино: «Колоніст» Біссер - ігристе біле бріют)	80	48
7	Пиріжки з бринзою печені (Рекомендоване вино: «Колоніст» Біссер - ігристе біле бріют)	80	48
8	Малай — запіканка кукурудзяна з яйцями та кефіром (Рекомендоване вино: «Колоніст» Шардоне витриманне)	120	48
9	Зельник болгарський із бринзою та яйцями (Рекомендоване вино: «Колоніст» Трамінер)	200	48
10	Гьозломеле з бринзою та зеленою цибулею, смажені (Рекомендоване вино: «Колоніст» Трамінер)	180	48
11	Лаланги — пончики з цукровою пудрою (Рекомендоване вино: «Колоніст» Біссер - ігристе біле бріют)	150	48
Супи			
12	Чорба з галушками на баранячому бульйоні (Рекомендоване вино: «Колоніст» Одеський чорний)	300	98
13	Борщ бессарабський із бурегітами (варениками з м'ясом) (Рекомендоване вино: «Колоніст» Каберне сухе витримане)	300/60	98
Другі гарячі страви			
14	Лящ, запечений у солі з гарніром (Рекомендоване вино: «Колоніст» Сухомлинське біле)	250/60	16
15	Начинені карасі в сметані з відварною картоплею (Рекомендоване вино: «Колоніст» Бісер – ігристе біле бріют)	200/80	14
16	Каурма гаряча з баранини зі спеціями (Рекомендоване вино: «Колоніст» Одеський чорний)	250	24
17	Курбан — баранина з булгуром, запечена у чавуні (Рекомендоване вино: «Колоніст» Одеський чорний)	300	24
18	Долма бібер — перець, фарширований бараниною та рисом (Рекомендоване вино: «Колоніст» Одеський чорний)	220	24
19	Сарма з виноградного листя з рисом та фаршем із баранини (Рекомендоване вино: «Колоніст» Каберне Мерло «Висока гама»)	180	24

Продовження таблиці 2.6

1	2	3	4
20	Мамалига з бринзою та підсмаженою цибулею (Рекомендоване вино: «Колоніст» Сухомлинський білий)	250/50	13
21	Вареники з бринзою зі смальцем (Рекомендоване вино: «Колоніст» Шардоне «Висока гама»)	150/20	25
22	Міліна — шарований пиріг із сиром та бринзою Рекомендоване вино: «Колоніст» Шардоне витримане)	200	39
23	Кірдя — запіканка із сиру, яєць та зеленої цибулі (Рекомендоване вино: «Колоніст» Трамінер)	180	25
Холодні страви та закуски			
24	Бутерброди з малосольною дунайкою (дунайський оселедець), 4 шт. × 50 г (Рекомендоване вино: «Колоніст» Сухомлинський білий)	191	7
25	Бутерброди з пастарми з яловичини з маринованим перцем, 4 шт. × 50 г (Рекомендоване вино: «Колоніст» Каберне сухе витримане)	200	20
26	Канapé з карнаці болгарськими та маринованим перцем, 4 шт. × 50 г (Рекомендоване вино: «Колоніст» Мерло сухе витримане)	200	19
27	Канapé з овечою бринзою та мірудією, 4 шт. × 50 г (Рекомендоване вино: «Колоніст» Рислінг)	200	20
28	Фріптура з сазана холодна з маринованими овочами (Рекомендоване вино: «Колоніст» Сухомлинський білий)	150	6
29	Салат із малосольної дунайки з маринованою цибулею та картоплею (Рекомендоване вино: «Колоніст» Сухомлинський білий)	150	7
30	Салат із свіжих овочів з куркою «Семерка» (Рекомендоване вино: «Колоніст» Рислінг)	200	10
31	Салат із свіжих томатів, солодкого перцю та цибулі по-бессарабськи » (Рекомендоване вино: «Колоніст» Біссер – ігристе біле)	150	10
32	Патладжан манджаси — холодний овочевий соус із баклажанів та перцю (Рекомендоване вино: «Колоніст» Трамінер)	180	9
33	Асорті м'ясне бессарабське: бринза овеча, пастарми, карнаці болгарські (Рекомендоване вино: «Колоніст» Каберне Мерло «Висока гама»)	200	24
34	Пастарми з яловичини з маринованим перцем та зеленню (Рекомендоване вино: «Колоніст» Каберне сухе витримане)	80/40	27
35	Каварма холодна з овечою бринзою та мірудією (Рекомендоване вино: «Колоніст» Каберне Мерло «Висока гама»)	150/30	27

Продовження таблиці 2.6

1	2	3	4
Солодкі страви			
36	Кабакли — рулет із гарбузом та корицею, запечений, гарячий (Рекомендоване вино: «Колоніст» Портвейн «Башта»)	160	22
37	Желе з виноградного соку із м'ятою (Рекомендоване вино: «Колоніст» Рислінг напівсухий)	150	34
38	Панакота з бринзою та медом (Рекомендоване вино: «Колоніст» Портвейн «Башта»)	150	23
39	Чорнослив з горіхами, варений у вині «Колоніст» (Рекомендоване вино: «Колоніст» Портвейн «Башта»)	150	22
40	Морозиво вершкове (Рекомендоване вино: «Колоніст» Рислінг напівсухий)	100	11
Фруктові та мінеральні води, соки, напої промислового виробництва			
41	Фреш виноградний	200	9
42	Фреш яблучний	200	8
43	Напій лимонний	200	10
44	Напій журавлинний	200	9
45	Напій яблучний	200	9

На основі розрахунків складено план-меню підприємства (табл. 2.6) та зведену виробничу програму (табл. 2.7).

Таблиця 2.7

Виробнича програма кафе «Kolonist. Wine & Dine»

Група страв і кулінарних виробів	Питома вага, %	Кількість страв, порц.
1	2	3
Холодні страви та закуски, у т.ч.	25,9	196
бутерброди, закуски, молочні	7,8	59
страви з риби	2,6	20
страви з м'яса	10,3	78
страви з овочів, салати, вінегрети	5,2	39
Супи, у т.ч.	25,9	196
прозорі	25,9	196
Другі страви, у т.ч.	33,3	252
з м'яса	16,7	126
з риби та морепродуктів	4,0	30

1	2	3
з яєць та сиру (молочні)	10,1	76
круп'яні та борошняні	5,0	38
з картоплі, овочів	1,7	13
Солодкі страви, у т.ч.	14,8	112
гарячі	2,9	22
жельовані (желе, муси)	4,5	34
холодні	6,0	45
морозиво	1,5	11
Разом	100	756

2.3. Організація виробництва і проектування виробничого цеху

2.3.1. Розрахунок виробничої програми обраного цеху

У кафе «Kolonist. Wine & Dine» проектується холодний цех. Вибір обумовлений структурою виробничої програми закладу: холодні страви та закуски становлять 25,9 % від загальної кількості страв, що є найбільшою питомою вагою серед усіх груп. Крім того, холодний цех забезпечує виробництво холодних солодких страв, жельованих виробів та холодних напоїв власного виробництва, що відповідає концепції камерного закладу [17].

Виробничу програму холодного цеху розробляють на основі виробничої програми підприємства (табл. 2.7) та плану-меню (табл. 2.6). До холодного цеху відносяться: холодні страви та закуски, холодні солодкі страви, жельовані вироби, морозиво, холодні напої власного виробництва [17; 21].

Кількість страв, що реалізується за максимальну годину роботи залу, визначається за коефіцієнтом перерахунку:

$$K_{\text{год}} = N_{\text{год}} / N_{\text{д}}, \quad (2.5)$$

де $N_{\text{год}}$ — кількість відвідувачів у максимальну годину роботи залу; $N_{\text{д}}$ — загальна кількість відвідувачів за день [17].

Максимальне завантаження залу визначається за годинним графіком і є вихідним показником для розрахунку кількості страв у максимальну годину. Штучна прив'язка виробничої програми до пікового навантаження дозволяє

раціонально організувати роботу цеху та уникнути простоїв обладнання.

За графіком завантаження залу (табл. 2.3) максимальна кількість відвідувачів припадає на годину 13:00–14:00: $N_{\text{год}} = 42$ особи. Коефіцієнт перерахунку:

$$K_{\text{год}} = 42 / 280 = 0,15$$

Кількість страв за максимальну годину:

$$n_{\text{год}} = n \cdot K_{\text{год}}, \quad (2.6)$$

де n — кількість страв за день, порцій [17].

Виробничу програму холодного цеху наведено у таблиці 2.8.

Таблиця 2.8

Виробнича програма холодного цеху кафе «Kolonist. Wine & Dine»

№	Найменування страви / напою	Вихід, г (мл)	Кількість за день, порц.	К-сть за макс. годину, порц.
1	2	3	4	5
Холодні страви та закуски				
1	Канапе з овечою бринзою та мірудією, 4 шт.	200	20	3
2	Бутерброди з пастарми з яловичини, 4 шт.	200	20	3
3	Канапе з карнаці болгарськими, 4 шт.	200	19	3
4	Бутерброди з малосольною дунайкою, 4 шт.	191	7	1
5	Салат із малосольної дунайки з цибулею та картоплею	150	7	1
6	Фріттура з сазана холодна з маринованими овочами	150	6	1
7	Каварма холодна з овечою бринзою та мірудією	150/30	27	4
8	Пастарми з яловичини з маринованим перцем	80/40	27	4
9	Асорті м'ясне бессарабське: бринза, пастарми, карнаці	200	24	4
10	Салат із свіжих томатів, перцю та цибулі	150	10	2
11	Вінегрет із квасолею по-буджацьки	150	10	2
12	Салат із свіжих овочів з куркою «Семерка»	200	10	2
13	Патладжан манджаси — холодний овочевий соус	180	9	1

1	2	3	4	5
Солодкі страви				
14	Панакота з овечою бринзою та медом, холодна	150	23	3
15	Чорнослив з горіхами, варений у вині «Колоніст»	150	22	3
16	Морозиво вершкове	100	11	2
17	Желе з виноградного соку із м'ятою	150	34	5
Холодні напої власного виробництва				
18	Компот із сухофруктів по-бессарабськи	200	28	4
19	Напій із свіжих яблук та лимону з м'ятою	250	14	2
20	Узвар із вишні та чорносливу	200	14	2
21	Фреш виноградний прямого віджиму	200	9	1
22	Фреш яблучний прямого віджиму	200	8	1
23	Напій лимонний	200	10	2
24	Напій журавлинний	200	9	1
25	Напій яблучний	200	9	1
	Разом		387	58

Загальна кількість страв, що виготовляється у холодному цеху, становить 387 порцій на день, у тому числі 58 порцій у максимальну годину роботи (13:00–14:00).

Отримані дані є основою для розрахунку чисельності персоналу та підбору обладнання холодного цеху.

2.3.2. Розрахунок чисельності робочого персоналу виробничого цеху

Чисельність працівників холодного цеху визначається за трудовитратами на приготування страв відповідно до виробничої програми цеху.

Трудовитрати розраховуються за формулою [17]:

$$A = (n \cdot K_{\text{тр}} \cdot 100) / 3600, \quad (2.7)$$

де n — кількість страв кожного виду за день, порц.; $K_{\text{тр}}$ — коефіцієнт трудомісткості приготування страви; 100 — норма часу на приготування виробів з $K_{\text{тр}} = 1$, с.

Таблиця 2.9

Розрахунок чисельності працівників холодного цеху

Група страв і кулінарних виробів	Кількість страв	Норма часу, с	Сума витрат часу, с
1	2	4	5
Канапе з овечою бринзою та мірудією	20	70	0,389
Бутерброди з пастарми з яловичини	20	70	0,389
Канапе з карнаці болгарськими	19	70	0,369
Бутерброди з малосольною дунайкою	7	70	0,136
Салат із малосольної дунайки з цибулею та картоплею	7	75	0,146
Фріптура з сазана холодна з маринованими овочами	6	75	0,125
Каварма холодна з овечою бринзою та мірудією	27	75	0,562
Пастарми з яловичини з маринованим перцем	27	75	0,562
Асорті м'ясне бессарабське	24	50	0,333
Салат із свіжих томатів та перцю побессарабськи	10	60	0,167
Вінегрет із квасолею по-буджацьки	10	60	0,167
Салат із свіжих овочів з куркою «Семерка»	10	60	0,167
Патладжан манджаси — холодний овочевий соус	9	60	0,150
Панакота з овечою бринзою та медом, холодна	23	200	1,278
Чорнослив з горіхами, варений у вині «Колоніст»	22	200	1,222
Желе з виноградного соку із м'ятою	34	200	1,889
Морозиво вершкове	11	30	0,092
Компот із сухофруктів по-бессарабськи	28	30	0,233
Напій із свіжих яблук та лимону з м'ятою	14	30	0,117
Узвар із вишні та чорносливу	14	30	0,117
Фреш виноградний прямого віджиму	9	30	0,075
Фреш яблучний прямого віджиму	8	30	0,067
Напій лимонний	10	30	0,083
Напій журавлинний	9	30	0,075
Напій яблучний	9	30	0,075
Разом (ΣA)			8,985

Явочна чисельність працівників визначається за формулою [17]:

$$N_{\text{я}} = \Sigma A / (T \cdot \lambda), \quad (2.8)$$

де T — тривалість робочого дня кухаря, год. ($T = 11$ год.); λ — коефіцієнт зростання продуктивності праці, $\lambda = 1,14$.

$$N_{\text{я}} = 8,985 / (11 \cdot 1,14) = 0.72 \approx 1 \text{ чол.}$$

Загальну (списочну) чисельність працівників визначають з урахуванням режиму роботи підприємства [17]:

$$N_{\text{с}} = N_{\text{я}} \cdot \alpha, \quad (2.9)$$

де α — коефіцієнт, що враховує роботу у вихідні та святкові дні. Кафе «Kolonist. Wine & Dine» працює 7 днів на тиждень, кухарі — 5 днів на тиждень, тому $\alpha = 1,58$ (Додаток К) [17].

$$N_{\text{с}} = 1 \cdot 1,58 = 1.58 \approx 2 \text{ чол.}$$

Таким чином, явочна чисельність працівників холодного цеху становить 1 особу, спискова — 2 особи. Це відповідає масштабу камерного кафе на 80 місць із виробничою програмою 387 порцій на день. Розподіл обов'язків між працівниками здійснюється відповідно до виробничої програми та асортименту страв холодного цеху, що забезпечує ритмічну роботу в умовах пікового навантаження в обідній та вечірній час.

2.3.3. Обґрунтування вибору технологічного обладнання та розрахунок площі виробничого цеху

Розрахунок холодильного обладнання. В доготівельному цеху підбираємо холодильні шафи за розрахунковою місткістю, яку визначаємо за масою продукції, що підлягає одночасному зберіганню у розрахунковий період. Максимальна кількість продукції, що може зберігатися в цеху одночасно — це сирі продукти й напівфабрикати на $\frac{1}{2}$ зміни і готова продукція на 1...2 години максимальної реалізації. Розрахунок місткості холодильного устаткування виконуємо за формулою, але додатково у чисельнику враховуємо масу готових страв на 2 години максимальної реалізації. Вихід холодних страв і закусок, солодких страв приймаємо рівним 150 г, холодних напоїв — 200 г [17]. Морозиво зберігається окремо у морозильній шафі з підтриманням температурного режиму.

Розрахунок кількості сировини, напівфабрикатів на $\frac{1}{2}$ зміни та готової продукції на 1 максимальний час реалізації, що підлягає одночасному зберіганню у холодильній шафі, зводимо у таблицю 2.10.

Таблиця 2.10

**Розрахунок кількості продуктів для зберігання в холодильній шафі до-
готівельних цехів**

Група страв і кулінар- них виробів	Кількість страв		Вихід 1 порції, кг	Сумарна маса, кг	
	за 1/2 зміни	за 1 тах годину		Сировина та н/ф за 1/2 зміни	готових страв за 1 тах годину
1	2	3	4	5	6
Холодні страви та закуски, у т.ч.					
Канапе з овечою брин- зою та мірудією	10	3	0,150	1,50	0,45
Бутерброди з пастарми з яловичини	10	3	0,150	1,50	0,45
Канапе з карнаці болградськими	10	3	0,150	1,50	0,45
Бутерброди з мало- сольною дунайкою	4	1	0,150	0,60	0,15
Салат із малосольної дунайки	4	1	0,150	0,60	0,15
Фріптура з сазана хо- лодна	3	1	0,150	0,45	0,15
Каварма холодна з бринзою та мірудією	14	4	0,150	2,10	0,60
Пастарми з яловичини з маринованим перцем	14	4	0,150	2,10	0,60
Асорті м'ясне бєсса- рабське	12	4	0,150	1,80	0,60
Салат із свіжих то- матів та перцю	5	2	0,150	0,75	0,30
Вінегрет із квасолею по-буджацьки	5	2	0,150	0,75	0,30
Салат «Семерка»	5	2	0,150	0,75	0,30
Патладжан манджаси холодна	5	1	0,150	0,75	0,15
Разом				15,15	4,65
Солодкі страви (для холодильної шафи), у т.ч.					
Панакота з бринзою та медом, холодна	12	3	0,150	1,80	0,45

Продовження таблиці 2.10

1	2	3	4	5	6
Чорнослив з горіхами, варений у вині «Копоніст»	11	3	0,150	1,65	0,45
Желе з виноградного соку із м'ятою	17	5	0,150	2,55	0,75
Разом				6,00	1,65
Холодні напої власного виробництва, у т.ч.					
Компот із сухофруктів по-бессарабськи	14	4	0,200	2,80	0,80
Напій із свіжих яблук та лимону з м'ятою	7	2	0,200	1,40	0,40
Узвар із вишні та чорносливу	7	2	0,200	1,40	0,40
Фреш виноградний прямого віджиму	5	1	0,200	1,00	0,20
Фреш яблучний прямого віджиму	4	1	0,200	0,80	0,20
Напій лимонний (ЗР №1008)	5	2	0,200	1,00	0,40
Напій журавлинний (ЗР №1009)	5	1	0,200	1,00	0,20
Напій яблучний (ЗР №1010)	5	1	0,200	1,00	0,20
Разом				10,40	2,80
Морозиво вершкове (для морозильної шафи)					
Морозиво вершкове	6	2	0,100	0,60	0,20
Разом				0,60	0,20
Всього (для холодильної шафи)				31,55	9,10

Об'єм шафи визначається з розрахунку, що в 0,1 м³ об'єму розташовується 20 кг продукту. По каталогу вибирають шафу з найбільш близьким об'ємом [17, 21].

Розрахункова місткість холодильної шафи: $E = (31,55 + 9,10) / 0,8 = 50,81$ кг; $V = 50,81 / 200 = 0,254$ м³ = 254 л. За каталогом [21] приймається холодильна шафа Tefcold SDU1280 (об'єм 290 л, габарити 640×595×1635 мм,

температура -2...+8 °С, Данія) — 1 шт. (290 л > 254 л).

Морозиво на підприємстві готується самостійно. Для цього підбирається фризер для морозива SPM GT PUSH (продуктивність 6 л/цикл) [22]. Фрізер встановлюється на виробничому столі, окремої площі не займає.

Розрахунок нейтрального обладнання для доготівельного цеху включає в себе розрахунок виробничих столів. У ході розрахунків визначається необхідна загальна довжина столів за формулою [17]:

$$L = N \cdot l, \quad (2.10)$$

де N — кількість працівників, одночасно зайнятих на операції; l — норма довжини робочого місця, м [17].

Таблиця 2.11

Розрахунок і підбір виробничих столів

Операції	Кількість працівників, на певній операції	Норма довжини столу (l), м	Розрахункова довжина столу (L_p), м	Розміри столу, мм		Кількість столів, n
				1	В	
1	2	3	4	5	6	7
Оформлення холодних страв та закусок	1	1,25	1,25	1500	600	1
Оформлення солодких страв	1	1,25	1,25	1500	600	1
Приготування холодних напоїв	1	1,0	1,0	1200	600	1
Разом			3,5			3

Приймається: 2 шт. СРП-15/6 (1500×600×860 мм) та 1 шт. СРП-12/6 (1200×600×860 мм). Інше нейтральне обладнання (мийна ванна ВМ-1/530, раковина 410×320×200, бачок для сміття на 50 л, стелаж виробничий СК-15/5 та стелаж виробничий СК-12/5) приймається без розрахунків [21].

Механічне обладнання підбирається відповідно до наказу №2 від 03.01.2003 р. та рекомендованих норм технічного оснащення закладів ресторанного господарства без розрахунків: слайсер Sirman TOPAZ 195 (1 шт., 375×380×320 мм) — для нарізання пастарми, карнаці болгарських; блендер Sirman DRAGONE VV (1 шт., 213×200×416 мм) — для приготування панако-

ти та патладжан манджаси; соковижималка Robot Coupe J 80 Ultra (1 шт., 235×535×505 мм) — для приготування фрешів; ваги порційні електронні (1 шт.) — для порціонування страв. Механічне обладнання встановлюється на виробничих столах, окремої площі не займає.

Розрахунок площі холодного цеху. Площа цеху визначається за формулою [17]:

$$S_{\text{заг.}} = S_{\text{обл.}} / \eta, \quad (2.11)$$

де $S_{\text{обл.}}$ — сумарна площа обладнання, м²; $\eta = 0,4$ — коефіцієнт використання площі для холодного цеху [17].

Таблиця 2.12

Розрахунок корисної площі доготівельних цехів

Найменування обладнання	Марка обладнання	Кількість обладнання	Габарити обладнання		Площа одиниці обладнання, м ²	Сумарна площа обладнання, м ²
			довжина, мм	ширина, мм		
1	2	3	4	5	6	7
Блендер	Sirman DRAGONE	1	213	200	—	—
Слайсер	Sirman	1	375	380	—	—
Соковижималка	Robot Coupe J 80	1	235	535	—	—
Фризер	SPM GT	1				
Холодильна шафа	Tefcold SDU1280	1	640	595	0,381	0,381
Стіл виробничий	СПП-15/6	2	1500	600	0,900	1,800
Стіл виробничий	СПП-12/6	1	1200	600	0,720	0,720
Ванна мийна (55 дм ³)	ВМ-1/530	1	530	530	0,281	0,281
Раковина для миття рук	410×320×200	1	410	320	0,131	0,131
Стелаж виробничий	СК-15/5	1	1500	500	0,750	0,750
Стелаж виробничий	СК-12/5	1	1200	500	0,600	0,600
Бачок для сміття, 50 л	діаметр 448	1	—	—	0,158	0,158
Всього						4,821

$$S_{\text{заг.}} = 4,821 / 0,4 = 12 \text{ м}^2$$

Загальна розрахункова площа холодного цеху кафе «Kolonist. Wine & Dine» становить 12 м², що відповідає нормативному значенню для кафе з обслуговуванням офіціантами на 80 місць [17]. Приймається розрахункова площа 12 м².

2.4. Пропозиції щодо дизайну закладу

Дизайнерська концепція кафе «Kolonist. Wine & Dine» підпорядкована єдиній ідеї — «Арт-Етно Шик»: поєднання автентичної бессарабської культури з преміальною естетикою та авторським мистецтвом. Відповідно до сучасних підходів, автентичне просторово-предметне оформлення закладу здатне занурити відвідувача у відповідну культуру та відтворити неповторну атмосферу [23; 24].

Кафе «Kolonist. Wine & Dine» розташоване на території діючої виноробні та органічно вписується у навколишній ландшафт. Будівля виконана у традиційному бессарабському стилі: білені стіни, теракотова черепична покрівля, відкрита тераса з дерев'яними колонами. Безпосередньо перед закладом розташовані виноградники, що формують природну панораму та підкреслюють автентичність концепції. Озеленення території включає стрижені декоративні кущі, квіткові клумби з сезонними рослинами та горщики з геранню вздовж тераси. Доріжки та підходи вимощені натуральним каменем. Вивіска закладу розміщена на фасаді над входом; передбачено зовнішній бігборд з фірмовою символікою виноробні «Колоніст» вздовж під'їзної дороги. Штучне освітлення — садибні ліхтарі у стилі старовини. Огородження — легкий дерев'яний паркан, що не перекриває вид на виноградники.

Інтер'єр торгової зали формує атмосферу бессарабського маєтку з виразним характером. Стіни вкриті теракотовою штукатуркою, що створює відчуття об'єму та природного тепла. Акцентом слугують авторські панно з бессарабськими фольклорними мотивами. Біла стеля з темними дерев'яними балками задає ритм простору, а підлога з керамічної плитки вкрита вовняними килимами з геометричним орнаментом. Меблі виконані з масиву темного

дерева; крісла оббиті тканиною з бессарабським орнаментом у червоних та бежевих тонах, що одночасно забезпечує комфорт і підтримує етно-стилістику. Декоративний ансамбль доповнюють вбудовані скляні винні шафи з підсвічуванням, колекційна чорна кераміка, вишиті рушники та живописні полотна з краєвидами Буджаку. Освітлення побудоване на поєднанні багатоярусних плетених абажурів з натуральної лози та прихованого LED-підсвічування — разом вони створюють тепле інтимне світло, ідеальне для неспішної вечері з вином.

Тераса є ключовим конкурентним елементом концепції, де природний краєвид виноградників стає частиною гастрономічного досвіду. Простір вирішено у природній палітрі бежевого, коричневого та теракоти. Підлога вкрита плиткою під природний пісковик; опорні конструкції з темного дерева з перголами, вкритими виноградною лозою, забезпечують природне затінення. Меблі — плетені крісла з білими подушками та дерев'яні столи — формують легку літню атмосферу. Підвісні плетені абажури з лози, горщики з живими квітами доповнюють образ. Вечірнє освітлення — гірлянди з ретро-лампами у поєднанні з настінними ліхтарями — перетворює терасу на затишний лаунж під відкритим небом.

Дегустаційна зала є серцем концепції — простором, де традиція, мистецтво та виноробська культура зливаються воедино. Домінантою інтер'єру є аркова склепінчаста стеля з унікальним авторським розписом: мотиви виноградних лоз плавно переходять у різнокольорові хвилясті візерунки, підсилені прихованим LED-підсвічуванням по периметру. Стіни вирішені у фактурній штукатурці з арковими нішами з дикого каменю. Смисловим центром зали є масивний камін ручної роботи. Фонова стіна оформлена як «Винна бібліотека» — вбудовані дерев'яні шафи зі скляними дверима та теплим підсвічуванням повністю заповнені колекційними пляшками вина «Колоніст». Столи накриті лляними ранерами з вишивкою, на кожному — дегустаційний набір келихів. Каскадні плетені абажури вздовж центральної осі створюють м'яке освітлення, що відповідає камерному характеру дегустаційних вечорів.



Рис. 2.2 Дизайн інтерєру приміщень камерного кафе «Kolonist. Wine & Dine»

Одяг персоналу витримано в єдиному фірмовому стилі: темні брюки або спідниця, біла сорочка та фартух з вишитим логотипом «Kolonist» у бессарабських мотивах. Рекламні матеріали — меню, карта вин, пакування — виконані у теракотово-золотій палітрі з графічними елементами бессарабської орнаментики, що забезпечує цілісність бренду на всіх рівнях комунікації.

2.5. Розрахунок інвестиційних витрат

Розрахунок інвестицій у реконструкцію закладу виконується за формулою [17]:

$$I_p = B \cdot П, \quad (2.12)$$

де B — вартість 1 м² реконструкції, у.о.; $П$ — площа об'єкта, м².

Кафе «Kolonist. Wine & Dine» передбачає комплексне облаштування усіх приміщень закладу: ремонт і оздоблення торгової зали, літньої тераси та дегустаційної зали, ремонт виробничих приміщень та технічне оснащення, що відповідає ставці 400 у.о./м². Курс НБУ на дату розрахунку: 1 USD = 43,51 грн (станом на 16.04.2026). Загальна площа підприємства становить 359 м².

$$I_p = 400 \cdot 359 \cdot 43,51 = 6\,248\,036 \text{ грн}$$

Розрахунок інвестицій у додаткові основні засоби виконується за формулою:

$$I_{OЗ} = B_y + B_M + B_T, \quad (2.13)$$

де V_y — покупна вартість устаткування, грн.; V_m — вартість монтажу (10 % від V_y), грн.; V_t — транспортні витрати (5 % від V_y), грн.

Результати розрахунків покупної вартості устаткування зведено в таблицю 2.13.

Таблиця 2.13

Розрахунок покупної вартості устаткування

Найменування	Кількість	Вартість одиниці, тис. грн.	Вартість всього, тис. грн.
1	2	3	4
Стіл 2-місний 600×600, темне дерево	3	4,187	12,561
Стіл 4-місний 1100×700, темне дерево	19	13,450	255,550
Стілець дерев'яний з тканиною оббивкою	62	4,700	291,400
Крісло плетене ротанг для тераси	20	8,000	160,000
Барна стійка дерев'яна	1	35,000	35,000
Сервант офіціанта	3	3,781	11,343
Блендер DRAGONE VV	1	14,529	14,529
Слайсер TOPAZ 195	1	24,124	24,124
Соковижималка J 80 Ultra	1	88,403	88,403
Фризер для морозива SPM GT PUSH	1	97,233	97,233
Холодильна шафа Tefcold SDU1280	1	44,182	44,182
Стіл виробничий СРП-15/6	2	3,577	7,153
Стіл виробничий СРП-12/6	1	4,226	4,226
Ванна мийна (55 дм ³) BM-1/530	1	3,221	3,221
Раковина для миття рук 410×320×200	1	2,202	2,202
Стелаж виробничий СК-15/5	1	9,954	9,954
Стелаж виробничий СК-12/5	1	8,643	8,643
Бачок для сміття, 50 л	1	1,082	1,082
Всього:			1 070,806

$$V_m = 1\,070,806 \cdot 0,10 = 107,081 \text{ грн}$$

$$V_t = 1\,070,806 \cdot 0,05 = 53,540 \text{ грн}$$

$$I_{03} = 1\,070,806 + 107,081 + 53,540 = 1\,231,427 \text{ грн}$$

Інвестиції в рекламу та маркетинг визначаються відповідно до стратегії просування закладу. Для камерного кафе при виноробні з акцентом на дегу-стаційний туризм передбачено комплекс заходів, наведених у таблиці 2.14.

Таблиця 2.14

Інвестиції в рекламу та маркетинг

Найменування заходу	Вартість заходу, тис. грн.
1	2
1. Брендбук та айдентика	15,000
2. Дизайн інтер'єру ($200 \text{ грн/м}^2 \times 359 \text{ м}^2$)	71,800
3. Контекстна реклама	7,500
4. Реклама в соціальних мережах	16,000
5. Дизайн поліграфії (меню, карта вин)	7,500
6. Друк поліграфії	7,500
7. СЕО-оптимізація сайту	7,500
8. Колаборація з інфлюенсерами	20,000
Всього:	167,800

Таблиця 2.15

Загальні інвестиції для реалізації концепції

Показник	Сума, тис. грн.
1	2
1. Витрати на реконструкцію / будівництво	6 248, 036
2. Витрати на устаткування	1 070,806
3. Витрати на монтаж	107,081
4. Витрати на транспортування	53,540
5. Витрати на рекламу та маркетинг	167,800
Всього:	9 268, 507

Загальний обсяг інвестицій (табл. 2.15) для реалізації концепції кафе «Kolonist. Wine & Dine» становить 9 268 507 грн (або близько 211 тис. у.о. за курсом НБУ). Основна частка витрат припадає на будівництво та облаштування приміщень — 84,9 % від загального обсягу, що обумовлено преміальним рівнем дизайнерського рішення та концепцією «Арт-Етно Шику».

РОЗДІЛ 3. ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ РОЗДІЛ

3.1. Розробка та характеристика раціональної організаційної структури управління підприємства ресторанного господарства

Формування ефективної організаційної структури управління є необхідною умовою успішного функціонування закладу ресторанного господарства, оскільки вона визначає порядок підпорядкованості, розподіл повноважень та відповідальності між посадовими особами, а також забезпечує координацію виробничих, торговельних і адміністративних процесів. Для проектування організаційної структури управління кафе «Kolonist. Wine & Dine» застосовано метод аналогій, що передбачає використання досвіду закладів зі схожими характеристиками: камерний формат обслуговування, поєднання ресторанної та дегустаційної діяльності, обслуговування офіціантами. Зазначений метод дозволяє адаптувати перевірені управлінські рішення до специфіки конкретного підприємства та оцінити ступінь раціональності обраних організаційних форм [17; 25].

Для кафе «Kolonist. Wine & Dine» обрано лінійно-функціональний тип організаційної структури управління, що є найбільш поширеним серед підприємств ресторанного господарства малого та середнього масштабу. Зазначений тип структури поєднує принципи єдиначальності лінійного управління з функціональною спеціалізацією окремих підрозділів, що дозволяє ефективно організувати роботу в умовах чітко розмежованих напрямів діяльності: виробництво, обслуговування гостей та адміністрування.

На користь лінійно-функціональної структури свідчать такі аргументи. По-перше, вона забезпечує чітку вертикаль управління та однозначне розмежування відповідальності між рівнями, що є критично важливим для закладу з трьома самостійними зонами обслуговування (торгова зала, літня тераса, дегустаційна зала). По-друге, функціональна спеціалізація керівників середньої ланки — виконавчого шеф-кухаря, адміністратора залу та старшого бармена — дозволяє сформувати компетентний менеджмент за кожним напрямом.

мом без надмірного ускладнення апарату управління. По-третє, структура передбачає гнучку взаємодію між підрозділами через функціональні зв'язки, що є особливо важливим з огляду на концепцію фудпейрингу: сомельє, який перебуває в лінійному підпорядкуванні головному менеджеру, здійснює постійну функціональну координацію з виконавчим шеф-кухарем при розробці гастрономічних пар та з адміністратором залу при організації дегустаційних вечорів.

Серед недоліків лінійно-функціональної структури слід зазначити можливе перевантаження керівників середньої ланки в пікові години та певну інертність при необхідності оперативного перерозподілу персоналу між зонами. Для мінімізації зазначених недоліків у структурі передбачено посаду помічника менеджера, який виконує координаційні функції та забезпечує безперервність управління у разі відсутності головного менеджера.

Організаційна структура управління закладу включає п'ять рівнів ієрархії та охоплює апарат управління, виробничий підрозділ, підрозділ обслуговування, барний підрозділ і допоміжний персонал.

На першому (вищому) рівні управління перебуває власник підприємства, який здійснює стратегічне керівництво, визначає загальний напрям розвитку виноробного кафе, затверджує концептуальні рішення та контролює фінансові результати діяльності.

Другий рівень управління представлений головним менеджером (управляючим) — який забезпечує операційне управління закладом у цілому, координує роботу всіх структурних підрозділів, відповідає за виконання виробничої програми, якість обслуговування та дотримання стандартів концепції. Головний менеджер підпорядковується безпосередньо власнику.

Третій рівень управління представлений помічником менеджера, який безпосередньо підпорядковується головному менеджеру. Помічник менеджера виконує адміністративно-координаційні функції, забезпечує оперативний контроль за роботою підрозділів та заміщує управляючого під час його відсутності.

Четвертий рівень управління є операційним і включає три самостійних структурних підрозділи, підпорядкованих помічнику менеджера. Виконавчий шеф-кухар очолює виробничий підрозділ: у його підпорядкуванні перебувають помічник шеф-кухаря, лінійні кухарі та допоміжний персонал кухні. Виконавчий шеф-кухар відповідає за технологічний процес, відповідність страв стандартам фудпейрингових пар та якість готової продукції. Адміністратор залу координує підрозділ обслуговування: головний офіціант і підпорядковані йому офіціанти та прибиральник забезпечують якісний сервіс у торговій залі, на терасі та у дегустаційній залі; кількість офіціантів визначена з норми 16–20 місць на одного офіціанта, що для 80 посадкових місць складає 4 особи у зміні. Головний бармен очолює барний підрозділ, у складі якого — бармен, сомельє та робочий бару. Сомельє є ключовою функціональною одиницею концепції закладу: він відповідає за формування винної карти, розробку гастрономічних пар і проведення дегустаційних програм, а також здійснює постійну функціональну взаємодію з виконавчим шеф-кухарем при узгодженні фудпейрингових рішень [25].

Таким чином, організаційна структура управління кафе «Kolonist. Wine & Dine» забезпечує чітку вертикаль підпорядкованості, раціональний розподіл функцій між підрозділами та ефективну координацію в межах реалізації концепції фудпейрингу.

Схему організаційної структури управління кафе «Kolonist. Wine & Dine» наведено у Додатку Д.

3.2. Штатний розпис та розрахунок оплати праці

Вихідною інформацією для розробки штатного розпису є загальна чисельність операційного та допоміжного персоналу, визначена у підрозділі 3.1. Загальна чисельність працівників кафе «Kolonist. Wine & Dine» становить 30 осіб. Розподіл персоналу за категоріями є таким: адміністративно-управлінський персонал — 1 особа (3.3 %), виробничий персонал — 11 осіб (36.7 %), торговий та обслуговуючий персонал — 18 осіб (60.0 %). Підвище-

на частка виробничого та торгового персоналу обумовлена специфікою закладу: наявністю трьох зон обслуговування та необхідністю забезпечення якісного персонального сервісу відповідно до концепції фудпейрингу [17].

Штатний розпис працівників кафе «Kolonist. Wine & Dine» наведено в табл. 3.1.

Таблиця 3.1

Штатний розпис працівників закладу ресторанного господарства

Посада, тарифний розряд	Кількість посадових одиниць	Зайнятість (постійно/тимчасово)
1	2	3
Адміністративно-управлінський персонал:		
Головний менеджер (управляючий)	1	постійно
Бухгалтер	1	неповна зайнятість
Разом		2
Працівники виробництва:		
Виконавчий шеф-кухар	1	постійно
Лінійний кухар	8	постійно
Мийник кухонного посуду	2	постійно
Разом		11
Торговий, обслуговуючий персонал:		
Адміністратор залу	2	постійно
Офіціант	8	постійно
Прибиральник	2	постійно
Бармен	2	постійно
Сомельє	1	неповна зайнятість
Робочий бару	2	постійно
Разом		17
РАЗОМ по закладу		30

На основі штатного розпису розраховано фонд оплати праці за день та за місяць. Тарифи заробітної плати визначено відповідно до актуальних даних ринку праці в ресторанному господарстві [26]. Операційний персонал, що працює за графіком 2/2 (два робочі дні — два вихідні), забезпечує повне охоплення всіх робочих змін впродовж місяця, що відповідає режиму роботи закладу 10:00–22:00. Головний менеджер та виконавчий шеф-кухар

працюють за графіком 5/2. Сомельє та бухгалтер залучаються за графіком 3/7 (3 дні на тиждень — 12 робочих днів на місяць) як тимчасовий персонал. Розрахунок фонду оплати праці зведено у табл. 3.2.

Таблиця 3.2

Фонд оплати праці

№	Посада	Графік роботи	Кількість працівників всього	Кількість працівників за зміну	Заробітна плата за день, грн.
1	2	3	4	5	6
1	Головний менеджер (управляючий)	5/2	1	1	1400
2	Виконавчий шеф-кухар	2/2	1	1	1500
3	Лінійний кухар				
	– холодного цеху	2/2	2	1	1000
	– гарячого цеху	2/2	4	2	1000
	– цеху напівфабрикатів	2/2	2	1	1000
4	Мийник кухонного посуду	2/2	2	1	600
5	Адміністратор залу	2/2	2	1	900
6	Офіціант	2/2	8	4	800
7	Прибиральник	2/2	2	1	550
8	Бармен	2/2	2	1	800
9	Сомельє	2/2	1	1	900
10	Робочий бару	2/2	2	1	600
11	Бухгалтер	3/7	1	1	700
Всього заробітна плата за день, грн.					13 223
Всього заробітна плата за місяць, грн.					396 700

Таким чином, середньоденний фонд оплати праці кафе «Kolonist. Wine & Dine» становить 13 223 грн, загальний фонд оплати праці за місяць — 396 700 грн. Зазначені показники є базою для подальшого розрахунку операційних витрат підприємства. Найбільшу питому вагу у структурі фонду займає виробничий персонал, що обумовлено специфікою концепції фудпейрингу. Залучення сомельє та бухгалтера на умовах неповної зайнятості дозволяє оптимізувати витрати без втрати якості обслуговування.

3.3. Моделювання основних і додаткових послуг підприємства

Заклади ресторанного господарства надають споживачам комплекс різноманітних послуг, які за своїм характером поділяються на: послуги харчування; послуги з виготовлення кулінарної продукції; послуги з реалізації продукції; послуги організації обслуговування споживачів; послуги з організації дозвілля; інформаційно-консультативні послуги та інші послуги. Для кафе «Kolonist. Wine & Dine» зазначена класифікація є особливо актуальною з огляду на багатоформатність закладу: поряд з основною функцією харчування тут реалізуються дегустаційні, освітні та культурно-розважальні послуги, безпосередньо пов'язані з діяльністю виноробні «Колоніст» [1; 17].

Процес обслуговування в кафе «Kolonist. Wine & Dine» охоплює п'ять функціональних зон: зону прийому та очікування, торгову залу, відкриту терасу, дегустаційну залу та виробничу зону. Поелементну структурно-технологічну схему надання послуг закладом наведено у табл. 3.3.

Таблиця 3.3

Поелементна структурно-технологічна схема надання послуг закладом ресторанного господарства

Зона	Елемент процесу	Засоби забезпечення процесу		Учасники
		Просторові	Матеріально-технічні	
1	2	3	4	5
Первинного обслуговування	Надання попередніх послуг	• автостоянка • вхідна зона • вестибюль • гардероб • санвузол	• стійка адміністратора • м'які меблі • зона очікування • вішалка для верхнього одягу • санітарні прилади	Адміністратор залу Головний офіціант Відвідувач
Послуг харчування і відпочинку	Надання і споживання послуг харчування, обслуговування і відпочинку	• торговельна зала • відкрита літня тераса • бар	• меблі та обладнання торговельного залу • столовий посуд • столові набори • столова білизна • барне обладнання • елементи інтер'єру	Адміністратор залу Головний офіціант Офіціант (×4 зміна) Бармен Сомельє Відвідувач

Продовження таблиці 3.3

1	2	3	4	5
Допоміжна	Забезпечення процесу обслуговування	• торговельна зала • роздавальна зона • сервізна • бар • мийна столового посуду • приміщення офіціантів • дегустаційна зала	• торговельно-технологічне устаткування • устаткування для забезпечення дегустаційних заходів • декантери, підставки для вина • дегустаційні набори келихів	Сомельє Виконавчий шеф-кухар Головний офіціант Відвідувач
Дозвілля	Надання послуг з організації дозвілля	• дегустаційна зала • відкрита тераса з видом на виноградники	• меблі для банкетних заходів • презентацийне обладнання • аудіо-система	Сомельє Адміністратор залу Відвідувач
Інформаційно-консультативна	Консультавання Навчання принципам фудпейрингу	• торговельна зала • дегустаційна зала	• фудпейринг-карта • карта вин «Колоніст» • технологічне устаткування • меблі	Сомельє Виконавчий шеф-кухар Відвідувач
Інших послуг	Надання інших послуг	• торговельна зала • бар	• фірмова упаковка для продажу вин на винос	Бармен Сомельє Відвідувач

Організація процесу обслуговування у закладі здійснюється в декілька послідовних етапів. На першому етапі гість прибуває до закладу та зустрічається адміністратором залу або головним офіціантом, який супроводжує його до обраного місця в одній із трьох зон. На другому етапі офіціант презентує авторське меню та фудпейринг-карту, при потребі залучає сомельє для консультації щодо вибору вина. На третьому етапі здійснюється прийом замовлення, приготування страв виконавчим шеф-кухарем та подача їх у відповідній послідовності відповідно до принципів фудпейрингу. Завершальним етапом є розрахунок та прощання з гостем. У разі проведення дегустаційного вечора або гастрономічного сету весь процес координує сомельє у взаємодії з виконавчим шеф-кухарем.

Ключовою конкурентною перевагою у сфері послуг є інтеграція дегустаційної діяльності в основний ресторанний формат. Дегустаційна зала функціонує як окремий простір для проведення тематичних вечорів, невеликих банкетів, консультацій сомельє та майстер-класів з фудпейрингу. Поряд з основними та додатковими послугами заклад пропонує й інші: бронювання столиків, відпуск страв на виніс, реалізацію мерч-продукції та доступ до Wi-Fi. Продаж пляшкових вин «Колоніст» та можливість екскурсії виноробнею формують повноцінний туристичний продукт і забезпечують синергію між гастрономічним закладом та виноробним виробництвом.

Основні та додаткові послуги, які надаються в закладі представлені в графічній частині кваліфікаційної роботи в додатку Е.

3.4. Організація охорони праці персоналу, протипожежної системи безпеки, цивільної оборони

Організація охорони праці персоналу. На підприємстві передбачаються заходи щодо профілактики травматизму, попередження інфекційних захворювань та харчових отруєнь шляхом створення нормальних санітарно-гігієнічних умов у виробничих і торговельних приміщеннях, організації робочих місць та проведення інструктажів персоналу відповідно до вимог НПАОП 55.01-1.02-96 «Правила охорони праці для підприємств громадського харчування» [27].

Заходи і засоби захисту працівників у виробничих приміщеннях закладу наведено у табл. 3.4.

Таблиця 3.4

Заходи і засоби захисту працівників у виробничих приміщеннях закладу

Найменування приміщень	Найменування речовин/клас небезпеки	ГДК у повітрі робочої зони, мг/м ³	Загальний характер дії	Заходи і засоби захисту працівників
1	2	3	4	5
Гарячий цех	Акролеїн / 2	0,2	Може подразнювати оболонку верхніх дихальних шляхів та очей	Респіратори, захисні маски, захисні окуляри

1	2	3	4	5
Гарячий цех, мийні столового та кухонного посуду, тари	Окис вуглецю / 4	20	Може мати загальну токсичну дію при проникненні через верхні дихальні шляхи	Респіратори, захисні маски, захисні окуляри
Комора сухих продуктів, борошняний цех	Пил борошна / 4	6	Може викликати алергійний стан верхніх дихальних шляхів і бронхів, руйнування зубної емалі	Респіратори, захисні маски, комбіновані рукавички для рук, спецодяг
Комора сухих продуктів, борошняний та кондитерський цех	Пил цукру / 4	6	Може руйнувати зубну емаль і подразнювати шкірний покрив	Респіратори, захисні маски, комбіновані рукавички для рук, спецодяг
Мийна столового та кухонного посуду, комора і мийна тари	Пари синтетичних мийних засобів / 3	5	Можуть викликати алергію при проникненні через верхні дихальні шляхи та при ураженні шкірних покривів	Респіратори, захисні маски, захисні окуляри комбіновані рукавички для рук, спецодяг

Освітлення виробничих та торговельних приміщень відповідає вимогам ДБН В.2.5-28-2006 «Природне і штучне освітлення» [28]. Прийняті рівні освітленості: охоронне освітлення площадок — 0,5 лк; робоче освітлення у виробничих приміщеннях — 200–300 лк, у торговій залі — 150–200 лк. Аварійне евакуаційне освітлення забезпечує освітленість у приміщеннях — не менше 0,5 лк, на відкритих площадках — не менше 0,2 лк.

Параметри мікроклімату у виробничих приміщеннях встановлюються відповідно до ДСН 3.3.6.042-99 «Санітарні норми мікроклімату виробничих приміщень» [29] та наведені у табл. 3.5.

Таблиця 3.5

Норми мікроклімату виробничих приміщень

Виробничі приміщення	Холодний період			Теплий період		
	Температура, °С	Відносна вологість, %	Швидкість руху, м/с	Температура, °С	Відносна вологість, %	Швидкість руху, м/с
1	2	3	4	5	6	7
Гарячий цех	17-19	60-40	0,3	20-22	60-40	0,3
Холодний цех	19-21	60-40	0,2	21-23	60-40	0,2

1	2	3	4	5	6	7
Мийна столо- вого та ку- хонного по- суду	19-21	60-40	0,2	21-23	60-40	0,2
Торгова зала, дегустаційна зала	21-23	60-40	0,1	22-24	60-40	0,2
Комора суших продуктів	21-23	60-40	0,1	22-24	60-40	0,2

Робота виробничого обладнання (холодильні агрегати, вентиляційні системи, фрізер, механічне обладнання) супроводжується шумом. Відповідно до ДСН 3.3.6.037-99 «Державні санітарні норми виробничого шуму, ультразвуку та інфразвуку» допустимий рівень шуму у виробничих приміщеннях не повинен перевищувати 80 дБА [30]. Проектом передбачено: встановлення обладнання на віброізолюючих підкладках; застосування шумопоглинальних покриттів; технічне обслуговування обладнання у встановлені терміни.

При роботі теплового устаткування гарячого цеху (плити, жарова поверхня, конвектомат) виникає теплове випромінювання. Відповідно до вимог проектом передбачено підтримання теплових випромінювань на рівні не вище 200–210 Вт/м²: встановлення теплоізоляційних екранів; забезпечення припливно-витяжної вентиляції; дотримання регламентованих перерв для виробничого персоналу.

Приміщення закладу належать до таких категорій небезпеки ураження електричним струмом відповідно до НПАОП 40.1-1.21-98 «Правила безпечної експлуатації електроустановок споживачів» [31] : приміщення з підвищеною небезпекою — гарячий цех, холодний цех, мийна (наявність вологи); приміщення без підвищеної небезпеки — торгова зала, адміністративні приміщення, дегустаційна зала. Проектом передбачено: заземлення всього електрообладнання; встановлення пристроїв захисного відключення (ПЗВ); ізоляція струмовідних частин; проведення планових електротехнічних перевірок.

Організація протипожежної системи безпеки. Протипожежні заходи реалізуються відповідно до НАПБ Б.03.002-2007 «Норми визначення катего-

рій приміщень, будинків та зовнішніх установок за вибухопожежною та пожежною небезпекою» та ДБН В.1.1-7-2002 «Пожежна безпека об'єктів будівництва» [32; 33].

Системою автоматичної пожежної сигналізації обладнуються: гарячий цех, холодний цех, мийні, комора, торгова зала, дегустаційна зала, адміністративні приміщення. Переносними вогнегасниками типу ВП-5 (порошкові) забезпечуються всі виробничі та торговельні приміщення. Розрахункова кількість вогнегасників — з розрахунку 1 вогнегасник на 70 м² площі: загальна площа закладу 359 м² → потреба становить 6 вогнегасників (з округленням у більший бік).

Евакуація людей з приміщень закладу передбачається через два евакуаційні виходи: основний — через головний вхід з торгової зали на вулицю; запасний — через службовий вихід з виробничого блоку. Відстань від найвіддаленішого робочого місця до евакуаційного виходу не перевищує 25 м, що відповідає вимогам ДБН В.1.1-7-2002 [33]. Евакуаційні шляхи позначаються відповідними покажчиками та забезпечуються аварійним освітленням.

Цивільна оборона. На виконання Закону України «Про правові засади цивільного захисту» у закладі за типовою структурою створюється система цивільного захисту [34]. Начальником цивільного захисту призначається власник підприємства, який несе відповідальність за планування та здійснення заходів цивільного захисту. На базі структурних підрозділів закладу формуються такі служби цивільного захисту: служба охорони громадського порядку (відповідальний — головний менеджер); служба першої медичної допомоги (відповідальний — адміністратор залу); протипожежна служба (відповідальний — виконавчий шеф-кухар); служба матеріального забезпечення (відповідальний — помічник менеджера).

Відповідно до вимог Кодексу цивільного захисту України (Закон України № 5403-VI від 02.10.2012) та Порядку використання захисних споруд цивільного захисту, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України № 138 від 10.03.2017, кафе «Kolonist. Wine & Dine» розташоване у с. Криничне

Одеської області [35;36]. Власних захисних споруд цивільного захисту (бомбосховищ, протирадіаційних укриттів) на балансі підприємства не передбачено. У разі оголошення сигналу повітряної тривоги персонал та відвідувачі закладу діють відповідно до затвердженої інструкції з цивільного захисту: евакуація здійснюється до найближчого укриття, визначеного органами місцевого самоврядування Білгород-Дністровського району Одеської області. На підприємстві забезпечується наявність аптечки першої допомоги, запасу питної води та ліхтарів аварійного освітлення відповідно до вимог цивільного захисту в умовах воєнного стану.

3.5. Організація охорони навколишнього середовища

На виконання статті 10 Закону України «Про охорону навколишнього природного середовища» [37] проект кафе «Kolonist. Wine & Dine» відповідає екологічним вимогам. Відповідність проекту забезпечується шляхом розроблення матеріалів оцінки впливу на навколишнє середовище (ОВНС) згідно з ДБН А.2.2-1-2003 [38]. У складі підрозділу розглядаються потреби закладу в ресурсах, можливі впливи на довкілля, а також заходи щодо поводження з відходами.

Кафе «Kolonist. Wine & Dine» розташовується на існуючій території виноробні «Колоніст» за адресою: Одеська область, Болградський район, с. Криничне, вул. Болградська, 4. Додаткового вилучення земельних ділянок не передбачається — заклад розміщується в межах вже сформованої забудови виноробного підприємства, загальна площа будівлі становить 359 м². Електропостачання здійснюється від діючих мереж централізованого електропостачання населеного пункту, теплопостачання — від власних теплових вузлів і камінного опалення дегустаційної зали, газопостачання — для теплового обладнання гарячого цеху від мережі газопостачання. Водопостачання закладу здійснюється від централізованої системи, водовідведення — до централізованої каналізаційної мережі; якість питної води відповідає вимогам ДСанПіН 2.2.4-171-10 [39]. Основна сировина для виробничої програми — продукти харчування місцевого та регіонального походження і вина виноробні «Коло-

ніст» власного виробництва; перевага надається постачальникам Болградського району, що суттєво скорочує транспортне навантаження на довкілля. Доступ до закладу забезпечується автомобільним транспортом; на території виноробні облаштовано паркінг для відвідувачів, завезення сировини здійснюється за узгодженим графіком.

Особливої уваги потребує екологічна специфіка локації. Заклад розташований на березі озера Ялпуг — найбільшого прісноводного озера України, що визначає підвищені екологічні вимоги до господарської діяльності підприємства. Уся виробнича діяльність закладу здійснюється з дотриманням вимог Водного кодексу України [40] в частині охорони водних об'єктів та прибережних захисних смуг. Скидання неочищених стічних вод у відкриті водойми або на рельєф категорично забороняється; усі стічні води від мийних операцій, санітарного вузла та виробничих процесів відводяться виключно до централізованої каналізаційної мережі. Вплив на атмосферне повітря зумовлений викидами теплового обладнання гарячого цеху та вентиляційними викидами, для мінімізації яких передбачено встановлення витяжних систем з жировловлювачами. Вплив на ґрунт є мінімальним за умови герметичності каналізаційної системи та належного поводження з відходами. Соціальний вплив — позитивний: створення 31 робочого місця, розвиток гастрономічного туризму в Придунайській Бессарабії та популяризація регіональної виноробної культури.

Поводження з відходами організовується відповідно до вимог Закону України «Про відходи» [41]. Харчові та органічні відходи кухні передаються спеціалізованим підприємствам для утилізації або компостування. Тверді побутові відходи (упаковка, скло, папір, пластик) підлягають роздільному збору з використанням маркованих контейнерів та передачі на переробку. Скляна тара від вин максимально повертається до виноробні для повторного використання або передається на переробку скла — це відповідає принципам циркулярної економіки та органічно вписується в концепцію закладу при виноробному підприємстві.

3.6. Організація роботи та розробка фінансової моделі підприємства

Перелік необхідної інформації для організації роботи кафе «Kolonist. Wine & Dine» відповідно до вимог чинного законодавства та загальноприйнятих стандартів у сфері готельно-ресторанного бізнесу наведено у табл. 3.6.

Таблиця 3.6

Перелік необхідної інформації для організації роботи закладу

Тип інформації	Обраний тип	Примітки
1	2	3
1. Організаційно-правовий статус закладу ресторанного господарства	Фізична особа-підприємець (ФОП) III групи	Спрощена система оподаткування, єдиний податок 5% від доходу
2. Основна форма утворення закладу	Заснування нового закладу	На базі існуючої інфраструктури виноробні «Колоніст»
3. Місія закладу	Створити простір, де гастрономія і виноробство розповідають єдину історію терруару Придунайської Бессарабії	Популяризація регіональної виноробної культури через авторське меню з фудпейрингом
4. Вимоги до обслуговування	Обслуговування офіціантами; стандарт часу подачі страви — до 25 хв.; обов'язкова презентація фудпейрингової концепції сомельє або офіціантом	Дотримання стандартів якості обслуговування, трудової та виробничої дисципліни

Для розрахунку товарообігу закладу визначається середня кількість чеків за день та середній чек. Відповідно до табл. 7.8 методичних вказівок для кафе з обслуговуванням офіціантами коефіцієнт, що враховує середнє завантаження, становить $k_{cz} = 0,71$. З огляду на концепцію вищого цінового сегменту (wine & dine формат із включеним вином), середній чек на гостя прийнято рівним 550 грн. Загальна прогнозована кількість споживачів за день — 280 осіб.

Розраховуємо товарообіг (виручка) ресторану на день і місяць, грн.

$$T_{об} (\text{день}) = K_{ч} * Ч_{с}, \quad (3.1)$$

де $T_{об}$ - товарообіг (виручка) кафе, грн.; $K_{ч}$ – середня кількість чеків на

день, шт.; $Ч_c$ – середній чек, грн.

$$K_q = N_d \cdot k_{cz}, \quad (3.2)$$

де N_d – загальна прогнозована кількість споживачів за день, осіб; k_{cz} – коефіцієнт, що враховує середнє завантаження закладу.

$$T_{об} (\text{місяць}) = T_{об} (\text{день}) \cdot 30. \quad (3.3)$$

$$K_q = 280 \cdot 0,71 = 198,8 \approx 199 \text{ шт.}$$

$$T_{об} (\text{день}) = K_q \cdot Ч_c = 199 \cdot 550 = 109\,450 \text{ грн}$$

$$T_{об} (\text{місяць}) = 109\,450 \cdot 30 = 3\,283\,500 \text{ грн}$$

Розрахунок операційних витрат за місяць наведено у табл. 3.7. Оскільки товарообіг перевищує 21 720 грн на день, пенсійний фонд розраховується для двох ФОПів. Послуга «їжа з собою» у закладі відсутня, тому відповідна стаття витрат не розраховується.

Таблиця 3.7

Розрахунок операційних витрат за місяць

№	Види витрат	Сума за місяць, грн.	Розрахунок
1	2	3	4
1	Зарплатня персоналу	396 700	Табл. 3.2
2	Податки по зарплатні персоналу (ПДФО та Військовий збір)	77 356	$396\,700 \times 19,5\%$
3	Єдиний податок ФОП III група	164 175	$3\,283\,500 \times 5\%$
4	Пенсійний фонд (ЄСВ для ФОП)	1902,34	22% від мінімальної з/п в Україні ($8647 \times 0,22$)
5	Оренда приміщення	—	Приміщення є власністю власника, орендна плата не нараховується
6	Комунальні витрати / інтернет / охорона / пожежна	65 670	$3\,283\,500 \times 2\%$
7	Господарське / інше / канцтовари	16 418	$3\,283\,500 \times 0,5\%$
8	Упаковка (їжа з собою)	—	Послуга відсутня
9	Поточний ремонт (обладнання, амортизація)	32 835	$3\,283\,500 \times 1\%$
10	Списання (по продуктах)	32 835	$3\,283\,500 \times 1\%$
11	Різне	32 835	$3\,283\,500 \times 1\%$
12	Реклама (операційні витрати щомісяця)	65 670	$3\,283\,500 \times 2\%$

Продовження таблиці 3.7

1	2	3	4
13	Foodcost (собівартість продуктів)	985 050	3 283 500 × 30%
ВСЬОГО		1 871 446	

Термін окупності проекту можна розрахувати за формулою:

$$T_{\text{ок}} = I_3 / (Ч_{\text{п}} \cdot 12), \quad (3.4)$$

де I_3 – загальні інвестиції для реалізації концепції (табл. 2.15); $Ч_{\text{п}}$ – чистий прибуток (табл. 3.8.).

$$T_{\text{ок}} = 9268,507 / (1412,054 \cdot 12) = 0,55 \approx 0,6$$

Таблиця 3.8

Фінансові показники

№	Показник	День	Місяць
1	2	3	4
1	Кількість чеків за день	199 шт.	$199 \times 30 = 5\,970$
2	Середній чек, грн.	550	550
3	Виручка (товарообіг), грн.	109 450	3 283 500
4	Точка беззбитковості, грн.	62 382	1 871 446
5	Чистий прибуток, грн.	47 068	1 412 054
6	Термін окупності		0,6 року

В результаті впровадження нової концепції кафе «Kolonist. Wine & Dine» загальною кількістю 80 місць плануються такі фінансові показники:

1. Інвестиції, які треба вкласти в проект, складають 9 268,507 тис. грн.
2. Кількість чеків за день – 199, середній чек 550 грн.
2. Товарообіг за місяць – 3 283,500 тис. грн.
3. Точка беззбитковості – 1 871,446 тис. грн.
4. Чистий прибуток за місяць – 1 412,054 тис. грн.

Термін окупності складає 0,6 року, що є привабливим за нормативом для впровадження інноваційних рішень для сучасного підприємства. Таким чином, зроблені розрахунки економічних показників свідчать про інвестиційну привабливість проекту.

ВИСНОВКИ І РЕКОМЕНДАЦІЇ

Практична значимість кваліфікаційної роботи бакалавра полягає у розробці нової концепції камерного кафе «Kolonist. Wine & Dine» при виноробні «Колоніст» у с. Криничне Одеської області з інтеграцією фудпейрингу в меню, що сприятиме розвитку гастрономічного туризму в Придунайській Бессарабії та підвищенню інвестиційної привабливості регіону.

У першому розділі роботи проаналізовано ринок ресторанного господарства в Одеській області та Болградському районі, визначено попит на послуги дегустаційного туризму, проведено аналіз конкурентного середовища. На основі наукових досліджень принципів фудпейрингу та регіональної виноробної культури розроблено нову концепцію кафе «Kolonist. Wine & Dine» — перший в Придунайській Бессарабії заклад при виноробні, де кожна страва є гастрономічною парою до конкретного вина виноробні «Колоніст», а регіональна кухня болгарських колоністів переосмислена у сучасному авторському форматі. Сформовано унікальну торгову пропозицію закладу в концепції «Арт-Етно Шик».

У другому розділі роботи розраховано виробничу програму холодного цеху, обґрунтовано вибір технологічного та немеханічного обладнання, визначено розрахункову площу цеху — 12 м². Надано пропозиції щодо дизайну закладу у трьох зонах обслуговування: торгова зала (40 місць), відкрита літня тераса (20 місць) та дегустаційна зала (20 місць) із загальною місткістю 80 посадкових місць та загальною площею 359 м². Проведено розрахунок інвестиційних витрат: вартість будівництва та облаштування — 7 869 280 грн, устаткування та меблі — 1 070 806 грн, маркетинг — 167 800 грн; загальний обсяг інвестицій становить 9 268 507 грн.

У третьому розділі розроблено лінійно-функціональну організаційну структуру управління закладом, що включає п'ять рівнів ієрархії. Розроблено штатний розпис: загальна чисельність персоналу — 31 особа, фонд оплати праці — 14 850 грн на день, 445 500 грн на місяць. Запропоновано заходи щодо охорони праці, пожежної безпеки відповідно до вимог чинного законо-

давства, а також організацію цивільного захисту персоналу в умовах воєнного стану. Наведено перелік необхідної інформації для організації роботи закладу та розраховано фінансову модель підприємства.

Розрахунок товарообігу і чистого прибутку підприємства дозволив визначити економічну ефективність від впровадження нової концепції кафе при виноробні. Товарообіг за місяць — 3 283,500 тис. грн., точка беззбитковості — 1 929,763 тис. грн. Чистий прибуток за місяць — 1 353,737 тис. грн. Інвестиції, які треба вкласти в проект, складають 9 268,507 тис. грн., термін окупності яких складає 0,6 року.

Таким чином, зроблені розрахунки економічних показників свідчать про інвестиційну привабливість проекту з розробки нової концепції камерного кафе «Kolonist. Wine & Dine» при виноробні «Колоніст» у с. Криничне Одеської області.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Офіційний сайт сімейної виноробні «Колоніст» (ТОВ «Велес» ТМ «Колоніст»). URL: <https://kolonist.com.ua> (дата звернення: 26.03.2026).
2. Відгуки відвідувачів виноробні «Колоніст» у Google Maps. URL: <https://www.google.com/maps/place/Kolonist+Winery> (дата звернення: 26.03.2026).
3. Офіційна сторінка сімейної виноробні «Колоніст» в Instagram. @kolonist_wine. URL: https://www.instagram.com/kolonist_wine/ (дата звернення: 26.03.2026).
4. Виноробня «Колоніст». Винний Гід України : веб-сайт. URL: <https://www.uabestwine.com/kolonist> (дата звернення: 26.03.2026).
5. Festival of Young Wine at Kolonist Family Winery. kolonist.com.ua : веб-сайт. URL: <https://kolonist.com.ua/tours/turi-2019/festival-molodogo-vina/> (дата звернення: 26.03.2026).
6. Програма травневих свят на виноробні «Колоніст» на 03 та 07 травня. kolonist.com.ua : веб-сайт. URL: <https://kolonist.com.ua/news/2015/programatravnevikhsvyatnavinorobnikolonistna03ta07travnya/> (дата звернення: 26.03.2026).
7. Ракша Л. Як змінився ресторанний ринок України. Підсумки 2024 року від Poster. Poster POS : веб-сайт. 2025. 13 січ. URL: <https://joinposter.com/ua/blog/management/pidsumky-2024-roku-vid-poster> (дата звернення: 01.04.2026).
8. Моргулець О. Б., Нищенко О. В. Готельно-ресторанний бізнес України у довоєнний, воєнний та післявоєнний період. *Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі*. 2023. № 8. С. 88–96. DOI: <https://doi.org/10.32782/tourismhospcee-8-12>
9. Pasichnyk N. Ukrainian wine: past, present and future. WSET Global. 2026. 19 March. URL: <https://www.wsetglobal.com/knowledge-centre/blog/2026/ukrainian-wine-past-present-and-future> (дата звернення: 01.04.2026).

10. Google Maps — відгуки та рейтинги туристичних об'єктів Одеської області. URL: <https://www.google.com/maps> (дата звернення: 01.04.2026).
Аналіз проведено авторкою.

11. Офіційний сайт виноробні та дегустаційного центру «Шабо». URL: <https://shabo.ua> (дата звернення: 01.04.2026).

12. Villa Tinta. Офіційний сайт ТМ Villa Tinta (ТОВ «Винхол Оксамитне»). URL: <https://villatinta.com.ua/degustacziyi-enotur/> (дата звернення: 06.04.2026).

13. Виноробня «Одесос». Виноробні України : веб-сайт. URL: <https://shop.theheartofwine.com/winery/odesos> (дата звернення: 01.03.2026) ;
Odesos Winery : веб-сайт. URL: <https://odesos.wine> (дата звернення: 06.04.2026).

14. Виноробня Manzul Winehouse. Агенція регіонального розвитку Одеської обл. : веб-сайт. URL: <https://rdaod.com.ua/business/manzul/> (дата звернення: 18.04.2026).

15. В гостях у Манзулів. Tasty-Drive : веб-сайт. URL: <http://www.tasty-drive.in.ua> (дата звернення: 11.04.2026).

16. Сімейна виноробня SHEVINO (Мар'яна та Наталія Шевченко). Travels in Ukraine : веб-сайт. URL: <https://travels.in.ua/uk-UA/object/3933/simeyna-vynorobnya-shevino-maryana-ta-nataliyi-shevchenko> (дата звернення: 18.04.2026).

17. Методичні вказівки до виконання кваліфікаційної роботи (ресторани) для студентів СВО «Бакалавр» зі спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа» денної та заочної форм навчання / уклад.: Т. П. Новічкова, Г. М. Ряшко, Т. Є. Лебеденко, К. С. Федосова, В. О. Кожевнікова, О. В. Ткачук. Одеса : ОНТУ, 2024. 96 с.

18. Горбенко М.П., Ткачук О.В., Новічкова Т.П., Коваленко Н.О. Вина України: розвиток локальних виноробень через інтеграцію в готельно-ресторанний бізнес. *Інтеграційні та інноваційні напрямки розвитку індустрії гостинності*: зб. тез доп. XIV Всеукр. конф. здобувачів і молодих учених.

Одеса, 15-16 травня 2025р. Одеса, 2025. С. 30-34.

19. Полтораки В. М. Буджак Фест: свято кожного дня. Їсторія / матеріали досліджень гастрономічної спадщини. Одеса, 2020. 32 с.

20. Збірник рецептур національних страв та кулінарних виробів, правових, нормативно-правових та інших актів для закладів ресторанного господарства. 5-те вид., переробл. та доповн. Автор-розробник і укладач О. В. Шалимінов. К: Арії, 2022. 992 с.

21. Ряшко Г.М., Новічкова Т.П. Проектування комплексних підприємств харчування при готелі: навч. посіб. Одеса: Чорномор'я, 2018. 300 с.

22. Фрізер для морозива SPM GT Push. URL: <https://proftehnika.ua/fryzer-dlia-morozyva-spm-gt-push/14354/> (дата звернення: 30.04.2026).

23. Шерстюк Р., Владимир О. Ейдетика на службі готельно-ресторанного бізнесу: смак, дизайн та етичність застосування. *International Science Journal of Management, Economics & Finance*. 2024. № 3(1). С. 47–61. DOI: [10.46299/j.isjmef.20240301.05](https://doi.org/10.46299/j.isjmef.20240301.05)

24. Ряшко Г. М., Асауленко Н. В., Новічкова Т. Удосконалення сервісу на підприємствах індустрії гостинності шляхом проектування дегустаційних залів. *Економіка харчової промисловості* . 2021. Т. 13, Вип. 1. С. 75-81. URL: <http://jnas.nbu.gov.ua/article/UJRN-0001260970> (дата звернення: 22.05.2026).

25. Сервіс та організація ресторанного господарства в закладах індустрії гостинності : навч. посіб. Т. Є. Лебеденко, Т. П. Новічкова, А. В. Єгорова та ін. Одеса : Маджента, 2021. 683 с.

26. Вакансії у сфері «Готельно-ресторанний бізнес» в Одесі. Work.ua : веб-сайт. URL: <https://www.work.ua/> (дата звернення: 22.05.2026).

27. НПАОП 55.01-1.02-96. Правила охорони праці для підприємств громадського харчування. Київ, 1996.

28. ДБН В.2.5-28-2006. Природне і штучне освітлення. Київ : Мінбуд України, 2006.

29. ДСН 3.3.6.042-99. Санітарні норми мікроклімату виробничих при-

міщень. Київ : МОЗ України, 1999.

30. ДСН 3.3.6.037-99. Державні санітарні норми виробничого шуму, ультразвуку та інфразвуку. Київ : МОЗ України, 1999.

31. НПАОП 40.1-1.21-98. Правила безпечної експлуатації електроустановок споживачів. Київ, 1998.

32. НАПБ Б.03.002-2007. Норми визначення категорій приміщень, будинків та зовнішніх установок за вибухопожежною та пожежною небезпекою. Київ, 2007.

33. ДБН В.1.1-7-2002. Пожежна безпека об'єктів будівництва. Київ : Держбуд України, 2002.

34. Про правові засади цивільного захисту : Закон України від 24.06.2004 № 1859-IV.

35. Кодекс цивільного захисту України : Закон України від 02.10.2012 № 5403-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5403-17> (дата звернення: 24.05.2026).

36. Про затвердження Порядку використання захисних споруд цивільного захисту : постанова Кабінету Міністрів України від 10.03.2017 № 138. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/138-2017-п> (дата звернення: 24.05.2026).

37. Про охорону навколишнього природного середовища : Закон України від 25.06.1991 № 1264-XII (зі змінами).

38. ДБН А.2.2-1-2003. Склад і зміст матеріалів оцінки впливів на навколишнє середовище (ОВНС) при проектуванні і будівництві підприємств, будинків і споруд. Київ : Держбуд України, 2004.

39. ДСанПіН 2.2.4-171-10. Гігієнічні вимоги до води питної, призначеної для споживання людиною. Київ : МОЗ України, 2010.

40. Водний кодекс України : Закон України від 06.06.1995 № 213/95-ВР (зі змінами).

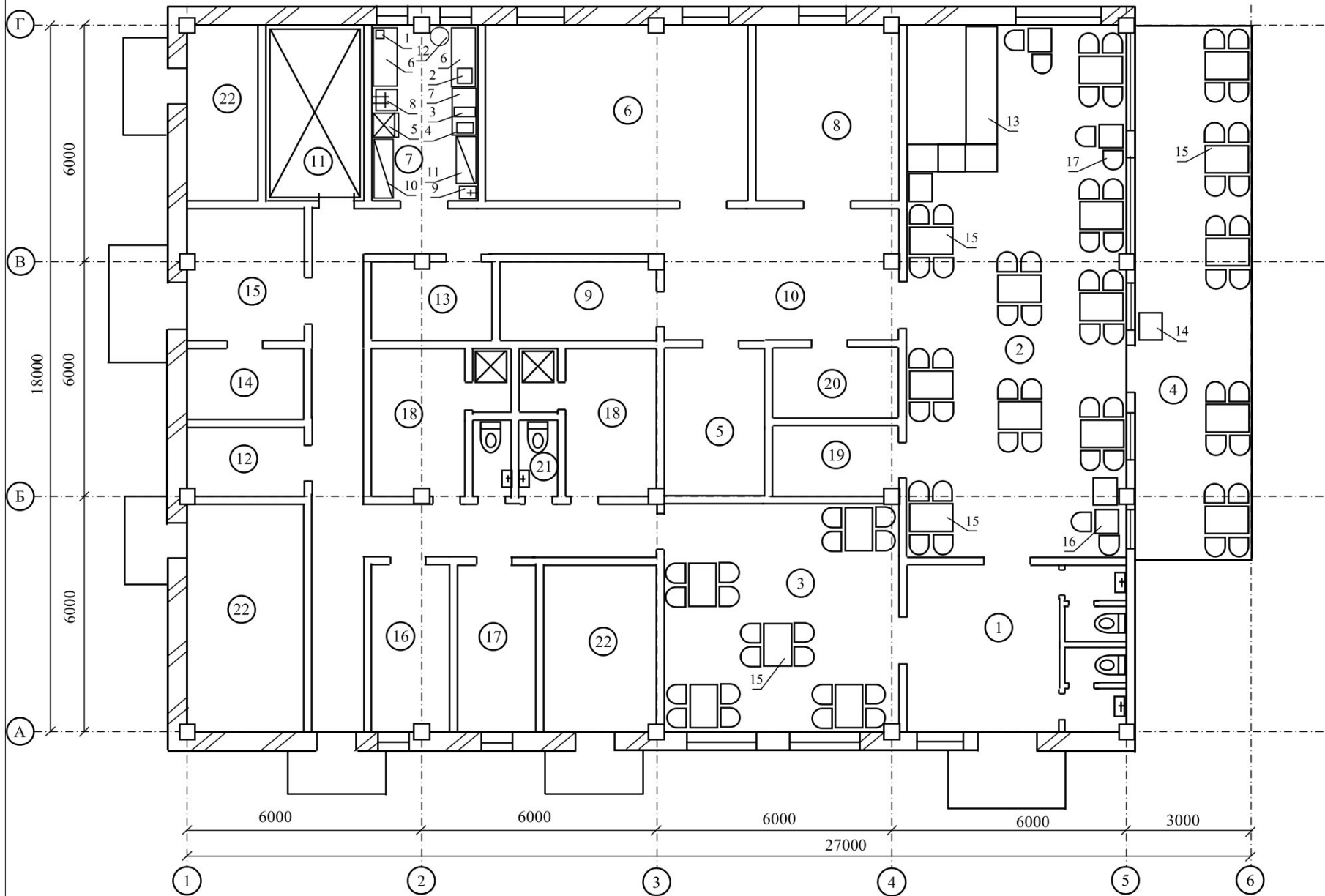
41. Про відходи : Закон України від 05.03.1998 № 187/98-ВР (зі змінами).

**Концепція камерного кафе при виноробні «Колоніст» у с. Криничне
Одеської області**

«Kolonist. Wine & Dine» — перше в Придунайській Бессарабії камерне кафе при виноробні «Колоніст», де кожна страва є гастрономічною парою до конкретного вина виноробні, а регіональна кухня болгарських колоністів переосмислена у сучасному форматі. Заклад розрахований на 80 посадкових місць. Орієнтований на середній та вищий ціновий сегмент — туристів і поціновувачів регіональної виноробної культури, для яких страви та вина разом розповідають єдину історію місця, часу збору та сорту.



					КРБ.ГРБ.1.177-03.1.41		
Зм.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата			
Студент.	Горбенко М.П.				Додаток А. Концепція камерного кафе при виноробні «Колоніст» у с. Криничне Одеської області	Літ.	Аркуш
Консульт.	Новічкова Т.П.						Аркушів
Керівник	Ткачук О.В.					82	87
Н. Контр.	Коваленко Н.О.					ОНТУ-2026	
Зав. Каф.	Лебеденко Т. Є.					Каф. ГРБ Група ГРС 402	



						КРБ.ГРБ.1.177-03.1.41			
						Розробка нової концепції камерного кафе при виноробні «Колоніст» у с. Криничне Одеської області з інтеграцією фудпейрингу в меню			
Зм	Кіл	Арк	Надок	Підпис	Дата	Кафе «Kolonist. Wine & Dine»	Стад.	Аркуш	Аркушів
Студент		Горбенко М.П.						83	87
Консульт.		Новічкова Т.П.							
Н. контр.		Коваленко Н.О.							
Керівник		Ткачук О.В				Додаток Б. План кафе, 1 поверх, М 1:100	ОНТУ—2026 каф. ГРБ гр. ГРС-402		
Завід.									
кафедри		Лебеденко Т.Є.							

Номер на плані	Найменування	Площа, м ²	Примітки
1	Вестибюль з санвузлами і гардеробом	26	
2	Зал кафе	80	
3	Дегустаційна зала	36	
4	Літня тераса	40	
5	Буфет	8,4	
6	Гарячий цех	31	
7	Холодний цех з ділянкою доробки напівфабрикатів	12	
8	Мийна столового посуду із сервізною	18,4	
9	Мийна кухонного посуду, мийна та комора тари напівфабрикатів	8	
10	Роздавальна	13,4	
11	Охолоджувальна камера	11,6	
12	Комора сухих продуктів	5,2	
13	Комора вино-горілчаних виробів	6	
14	Комора інвентарю, комора та мийна тари	6	
15	Завантажувальна	8	
16	Кабінет директора	9	
17	Приміщення персоналу	9	
18	Гардероб для персоналу	19	
19	Гардероб для офіціантів	6,2	
20	Білизняна	6	
21	Душові, вбиральні, кабінки для особистої гігієни жінок	7,4	
22	Технічні приміщення	41,8	

					КРБ.ГРБ.1.177-03.1.41			
Зм.	Кіл	№ докум.	Підпис	Дата				
Студент.		Горбенко М.П.			Додаток В. Експлікація приміщень підприємства	Літ.	Аркуш	Аркушів
Консульт.		Новічкова Т.П.					84	87
Керівник		Ткачук О.В				ОНТУ-2026, каф. ГРБ, гр. ГРС-402(А)		
Н. Контр.		Коваленко Н.О.						
Зав. каф.		Лебеденко Т.Є.						

Позиція на плані	Найменування	Позначення	Кіл-ть	Маса, кг	Примітки
1	Блендер	Sirman DRAGONE VV	1		
2	Слайсер	Sirman TOPAZ 195	1		
3	Соковижималка	Robot Coupe J 80 Ultra	1		
4	Фрізер	SPM GT PUSH	1		
5	Холодильна шафа	Tefcold SDU1280	1		
6	Стіл виробничий	СПП-15/6	2		
7	Стіл виробничий	СПП-12/6	1		
8	Ванна мийна (55дм ³)	ВМ-1/530	1		
9	Раковина для миття рук	410×320×200	1		
10	Стелаж виробничий	СК-15/5	1		
11	Стелаж виробничий	СК-12/5	1		
12	Бачок для сміття, 50 л	D = 448	1		
13	Барна стійка		1		
14	Сервант		3		
15	Стіл 4-місний	1100X700	19		
16	Стіл 2-місний	600X600	3		
17	Напівкрісло		82		

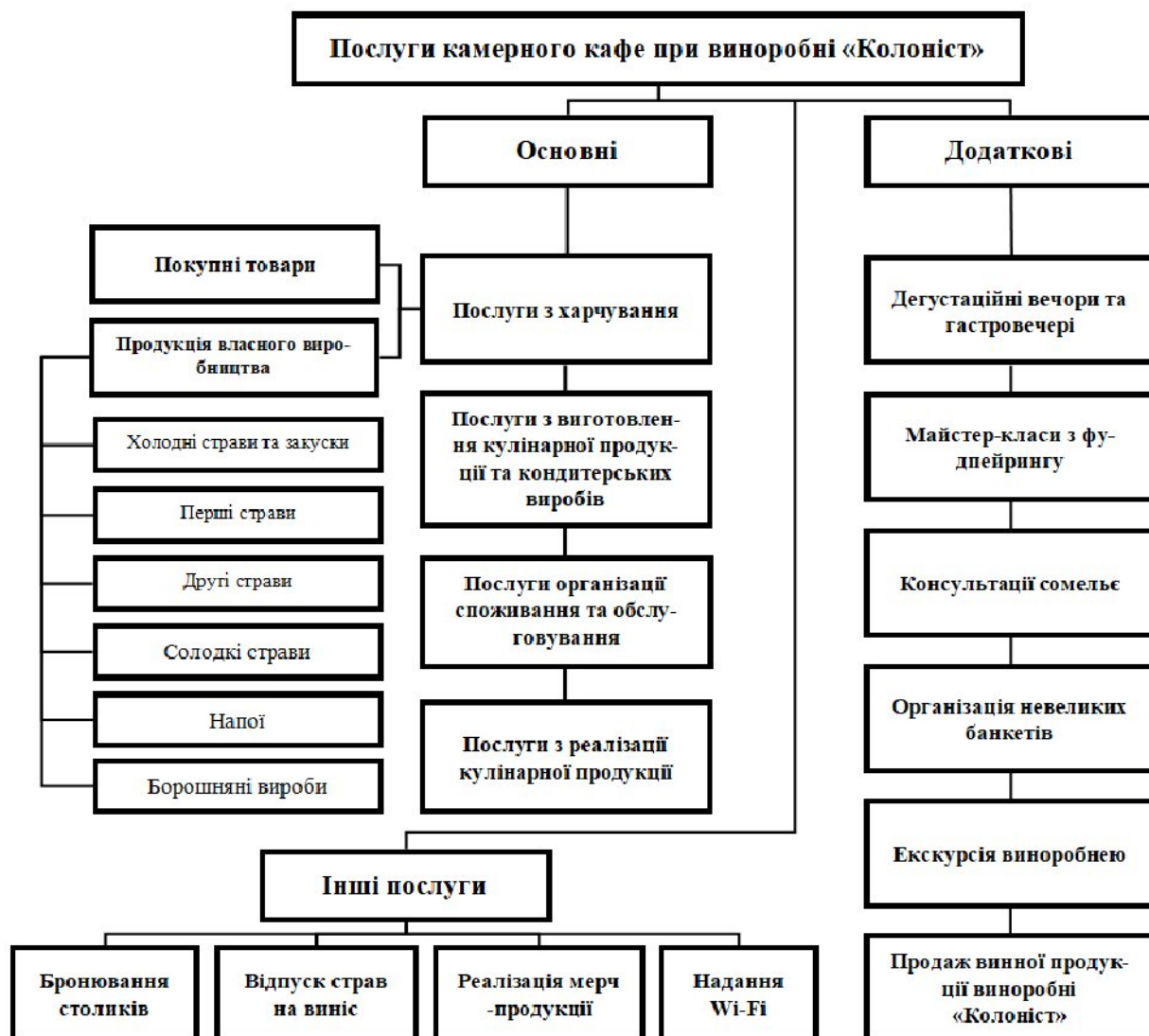
					КРБ.ГРБ.1.177-03.1.41					
Зм.	Кіл	№ докум.	Підпис	Дата						
Студент.	Горбенко М.П.				Додаток Г. Специфікація обладнання холодного цеху		Літ.	Аркуш	Аркушів	
Консульт.	Новічкова Т.П.								85	87
Керівник	Ткачук О.В.						ОНТУ-2026, каф. ГРБ, гр. ГРС-402(А)			
Н. Контр.	Коваленко Н.О.									
Зав. каф.	Лебеденко Т.Є.									

Структура управління камерного кафе при виноробні «Колоніст» у с. Криничне Одеської області



					КРБ.ГРБ.1.177-03.1.41			
Зм.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата				
Студент.	Горбенко М.П.				Додаток Д. Структура управління камерного кафе при виноробні «Колоніст» у с. Криничне Одеської області	Літ.	Аркуш	Аркушів
Консульт.	Новічкова Т.П.						86	87
Керівник	Ткачук О.В					ОНТУ-2026 Каф. ГРБ Група ГРС 402		
Н. Контр.	Коваленко Н.О.							
Зав. Каф.	Лебеденко Т. С.							

Послуги камерного кафе при виноробні «Колоніст» у с. Криничне Одеської області



					КРБ.ГРБ.1.177-03.1.41							
Зм.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата	Додаток Е. Послуги камерного кафе при виноробні «Колоніст» у с. Криничне Одеської області			Літ.	Аркуш	Аркушів		
Студент.		Горбенко М.П.										
Консульт.		Новічкова Т.П.								87	87	
Керівник		Ткачук О.В.						ОНТУ-2026 Каф. ГРБ Група ГРС 402				
Н. Контр.		Коваленко Н.О.										
Зав. Каф.		Лебеденко Т. Є.										