

БІЗНЕС ПЛАН



таверна –ресторан
«Старий Олімп»

Резюме проекту



- ❧ Метою проекту є відкриття ресторанного закладу таверни-ресторану «Старий Олімп»
- ❧ Місце розташування Шевченківський район, вул. Ватутіна 10-11 – підвищена активність молоді, туристів (навчальні заклади, туристичні об'єкти, розважальні об'єкти) – сприятиме заповненню ресторанного закладу протягом усього дня.
- ❧ Концепція закладу: місце, де можна відпочити, приємно провести час, послухати живу інструментальну музику (пропонується проводити міні концерти джазових та блюзових виконавців)
- ❧ Заклад спрямований на широкий контингент споживачів, так як планується дві зали: 1 зал на 40 місць – таверна зі демократичними цінами, комплексними пропозиціями щодо сніданків, обідів, вечерь; великий асортимент напоїв; послуга «із собою»; 2 зал на 30 місць – ресторан розрахований на споживачів, котрі бажають провести приємно час.
- ❧ Також пропонується надавати послуги: організація банкетів (на 30-40 чоловік) та міні-банкетів (на 8-18 чоловік), доставка обідів у офіси, виїзний кейтеринг
- ❧ Прогноз окупності 3-4 роки

Основні тенденції розвитку світового ресторанного бізнесу у світі



Фермерське меню, «нова хвиля» азіатської кухні, забуті рецепти і продукти, бурячна олія, пересувний ресторан, моно-ресторани, сет-меню

- ❧ Стилістика і манера обслуговування, одяг офіціантів, дизайн інтер'єру і якісно приготовлена їжа залишаються і будуть важливими складовими загальної атмосфери у закладі та впливатимуть на рівень задоволеності обслуговування гостей.
- ❧ Використання сет-меню, як знаку якості та характерної риси закладу. В ресторанах з авторською кухнею шеф-кухарі створюють спеціальні дегустаційні меню, за допомогою яких гості мають можливість отримати уявлення про продукти.
- ❧ Наголос на органічні, натуральні та свіжі продукти. Обов'язкове використання стандартів в приготуванні страв, відсутність хімічних добавок, принцип продуктів «з землі до столу»
- ❧ Відкрита кухня та приготування страв безпосередньо на очах у споживача. При приготуванні використовується мінімум обробки.
- ❧ Подальший акцент на здоровому харчуванні сприятиме зростанню кількості суп-барів, вегетаріанських ресторанів.

Основні тенденції ресторанного бізнесу у світі

Основні шляхи розвитку світової ресторанної кухні:

- облаштування ресторанів у несподіваних місцях: в ТЦ, аеропортах, вокзалах, музеях , крейсерах тощо;
 - поява нової форми вибору страв (мініатюрні дегустаційні порції) замість багатосторінкового меню;
 - визначення курятини основним видом м'яса для ресторанної кузні завдяки можливості її швидкого приготування;
 - заміна високовартісних морепродуктів і делікатесних сортів риби на більш прийнятні за ціною рибопродукти з оселедця, сардини або анчоуса;
 - введення до складу ресторанного меню переважно місцевих вин, живого пива, натуральні соки, молочні коктейлі замість міцних спиртних напоїв;
 - розповсюдження спеціалізованих ресторанів для обслуговування певного контингенту споживачів (вегетаріанців, ваганів);
 - поява «моно-ресторанів» - ресторанів одного продукту, де , наприклад, подають тільки печену картоплю, хумус, вафлі, тощо;
 - Застосування технологій, які дозволяють впливати не тільки на смак і нюх, але й на інші рецептори людини;
 - Пошук нових сполучень аутентичного гастрономічного досвіду, притаманного азіатській кухні, з майстерністю європейських кухарів у приготуванні вишуканих справ
- Оцінювання ресторану як повноцінного твору мистецтва, де важливим є не тільки майстерність шеф-кухаря, але й інтер'єр та дизайн закладу.

Основні тенденції ринку ресторанного бізнесу в Україні



Ринок ресторанних послуг України має величезний потенціал і перспективи розвитку, а перейняття зарубіжного досвіду.

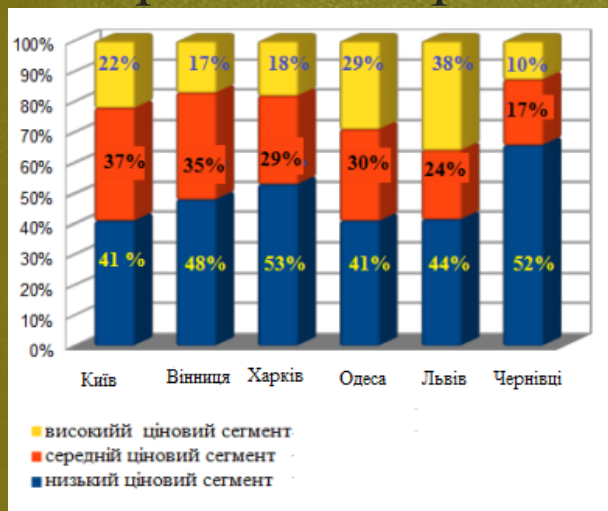


Рис.1. Поділ підприємств ресторанного бізнесу у розрізі сегментів у 2015р.

У процесі дослідження було встановлено, що за період 2009-2013 роки найбільш стійкими тенденціями зростання виявлено у групі “ресторани”.

Темпи змін кількості підприємств ресторанного господарства в Україні за період 20011— 2014 рр

Підприємства	Од.			Темп змін, %		
	2011	2012	2013	2014 до 2011	2014 до 2012	2014 до 2013
Ресторани	526	698	708	132,7	101,4	134,6
Кафе	3022	3034	2868	100,4	94,5	94,9
Бари	628	814	754	119,4	92,6	110,6
Ідальні та постачання їжі	488	843	455	98,8	94,4	93,2

Основні тенденції ринку ресторанного бізнесу в Україні



Серед ресторанів національної кухні в Україні перевага надається українській – 36,8%. Проте значна увага приділяється і французькій кухні – 21%; італійській, кавказькій, японській по 7,9%; всі інші – 18,5%.



Рис.2 Структура національних кухонь ресторанного господарства України



Рис. 3. Порівняння обороту ресторанного господарства за січень-червень 2013 року і січень-червень 2014 року

Оборот ресторанного господарства (з урахуванням обороту фізичних осіб-підприємців) за січень-червень 2014 року проти січня-червня 2013 року збільшився на 1,3% і становив 443,4млн. грн .

Тенденції ринку ресторанного бізнесу в м. Чернівці



❧ Чернівці одне із п'яти найкомфортніших міст в Україні протягом останніх 8 років за даними www.focus.ua.

❧ На сучасному етапі розвитку міста Чернівці все частіше з'являються нові житлові масиви, нові сучасні центри розваг та відпочинку, торговельно-розважальні комплекси, сучасні готелі – разом із цим розвивається ресторанний бізнес.

❧ В місті Чернівці за даними Головного управління статистики налічується 386 заклади, котрі надають послуги харчування, розраховані на 31 тис. місць із різною спрямованістю і діяльністю, в тому числі заклади які розташовані у готельних комплексах та торговельно-розважальних центрах.

Показники розвитку споживчого ринку та сфери надання послуг

Показники	Од. вим	2012р. факт	2013р. факт	2014р Факт	2015р факт	2016 р. прог ноз	2016р. у % до 2015 р.
Обсяг роздрібного товарооб., ресторанного господарство	млн грн.	3386,5	3651,5	4562,1	5300,0	6200,0	101,0*

За даними таблиці можна зробити висновки, що товарооборот закладів ресторанного бізнесу за період 2012 – 2015 рр. має загальну тенденцію до зростання.

Тенденції ринку ресторанного бізнесу в м. Чернівці



Структура ресторанного бізнесу у м. Чернівці

Найменування об'єктів закладів ресторанного господарства	Показники за роками		
	2015	2014	2013
Загальна кількість закладів ресторанного господарства	386	362	329
Кількість закладів ресторанного господарства за спеціалізацією:			
- ресторани	126	120	114
- кафе, кафетерії, кав'ярні	132	127	118
- піцерії	15	14	12
- заклади швидкого харчування	10	10	8
- їдальні	14	16	16
-бари	78	72	61
- доставка готових страв	4	3	1
- кафе-магазин	3	-	-

Як видно із таблиці загальна кількість об'єктів ресторанного бізнесу з року в рік зростає.

Так, станом на листопад 2015 рік кількість об'єктів ресторану становить 386, що на 24 заклади більше, ніж у 2014 році та на 57 закладів – ніж у 2013 році.

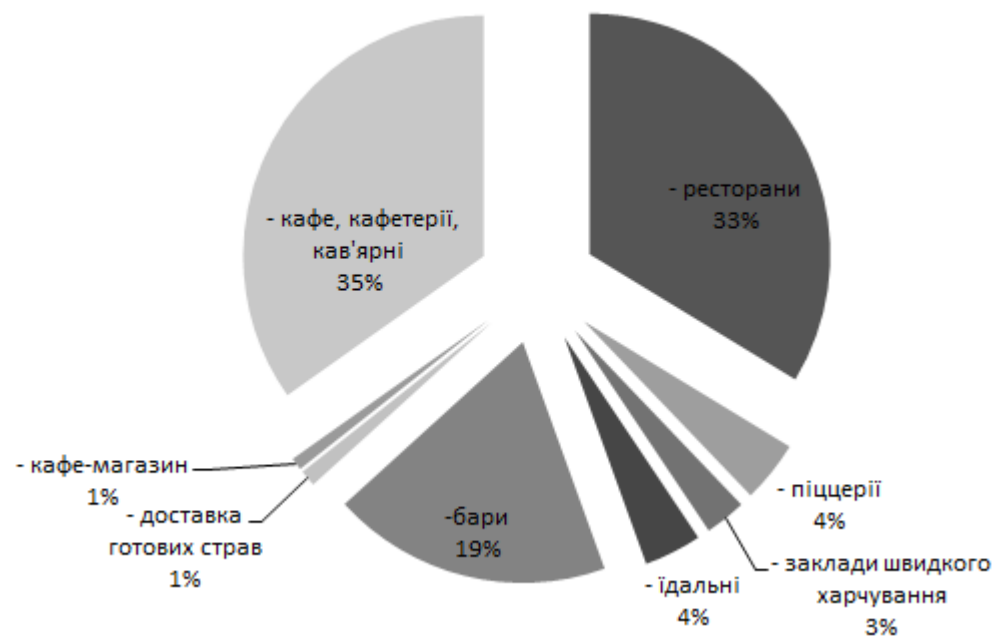
Таким чином спостерігається позитивна тенденція. В продовж 2013 – 2015 року з'явилися нові типи закладів, такі як кафе-магазини: магазин-кав'ярня «Lucaffe», кафе-магазини «Чудо-піч» та «Пальміра». Також можна визначити, що у Чернівцях найбільше закладів типу ресторан повного обслуговування, так як більшість із них розташовані у туристичній частині міста

Тенденції ринку ресторанного бізнесу в м. Чернівці



Структура закладів ресторанного господарства у м. Чернівці

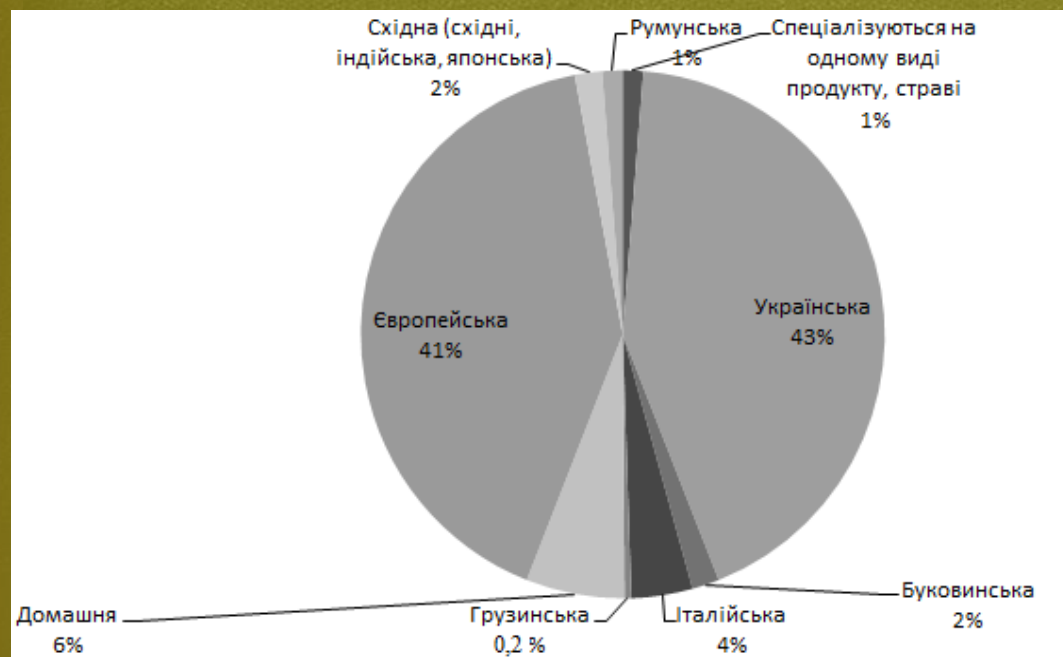
Середній чек на одну особу в таких закладах може становити від 250 -450 грн



Тенденції ринку ресторанного бізнесу в м. Чернівці



☞ Спеціалізація закладів ресторанного господарства за видом кухні



У м. Чернівці надають перевагу українській, європейській кухні.

Варто зазначити, що ресторани заклади пропонують у своєму асортименті і українську кухню, і європейську.

Ресторани які спеціалізуються виключно на українській кухні, такі як: «Ресторан 2000 у Чернівцях», «Смерека», «Камуфляж», «Мілена». У ресторанних закладах представлені такі національні кухні як буковинська у «День і ніч», «Ресторан Палаццо Чернівці» та інші. Кав'ярня-ресторан «Бухарест» представляє румунську кухню. Крім того в Чернівцях є заклади із італійською, японською, східною, індійською, грузинською кухнями.

Тенденції ринку ресторанного бізнесу в м. Чернівці



☞ значною популярністю серед чернівчан та гостей міста користуються тематичні ресторани, вони пропонують обмежену кількість страв, ставлячи головним завданням створити певний настрій та атмосферу.

☞ Таким прикладом можуть слугувати такі заклади як «Карінтія», «Габсбург», «Цісар» - в них створена атмосфера ностальгії за габсбурзьким періодом. ☞ Популярний тематичний заклад «Literature Safe», розташованому в арт-центрі Українська книга, прикрашений портретом Франца Йосифа і фотографіями старих Чернівців, тим не менше, змістовою домінантою тут є власне багатомовна література як прикметна культурна риса Буковини. В кав'ярні регулярно проводяться популярні літературні вечори, а також і зустрічі під патронатом Meridian Czernowitz, міжнародного фестивалю поезії, який за словами його президента Святослава Померанцева прагне поєднати привабливу архітектурну спадщину Чернівців з «її сучасною інтелектуальною компонентною»

Тенденції ринку ресторанного бізнесу в м. Чернівці



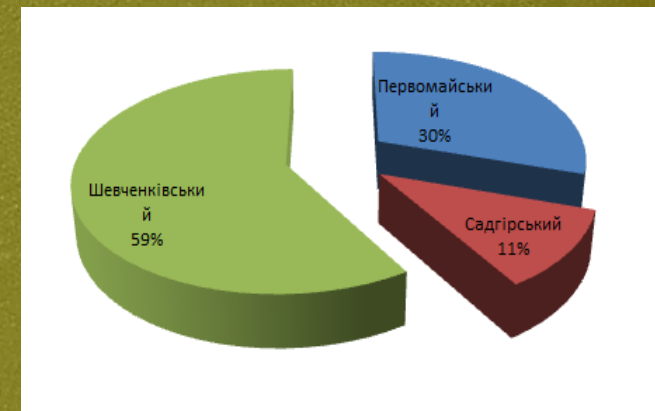
- ❧ У Чернівцях користуються найбільшою популярністю недорогі кафе та кав'ярні, дорогі ресторани утримують свою цільову аудиторію; більшість мешканців міста віддають перевагу українській та європейській кухням, також туристи відвідують ресторани буковинської та румунської кухонь. Також затребуваними на сьогоднішній день є тематичні заклади, котрі створюють незвичну атмосферу, тим самим привертаючи увагу відвідувачів.
- ❧ Отже, таким чином у Чернівцях є перспективно створювати недорогі заклади, в котрих буде створена тематична концепція, котра виділить заклад з поміж інших та запам'ятається відвідувачам закладу.

Аналіз району розміщення таверни-ресторани



Кількість населення, яке проживає у
різних районах м. Чернівці

№ п/ п	Найменування району	Кількість населення, чол. тис.
1	Первомайський	76,7
2	Садгірський	28,8
3	Шевченківський	150,8



Також необхідно проаналізувати структуру населення
чоловіки складають 46% і 54% - жінки.

Аналіз Шевченківського району міста Чернівців

☞ Перспективним районом для розміщення ресторанного закладу є Шевченківський район

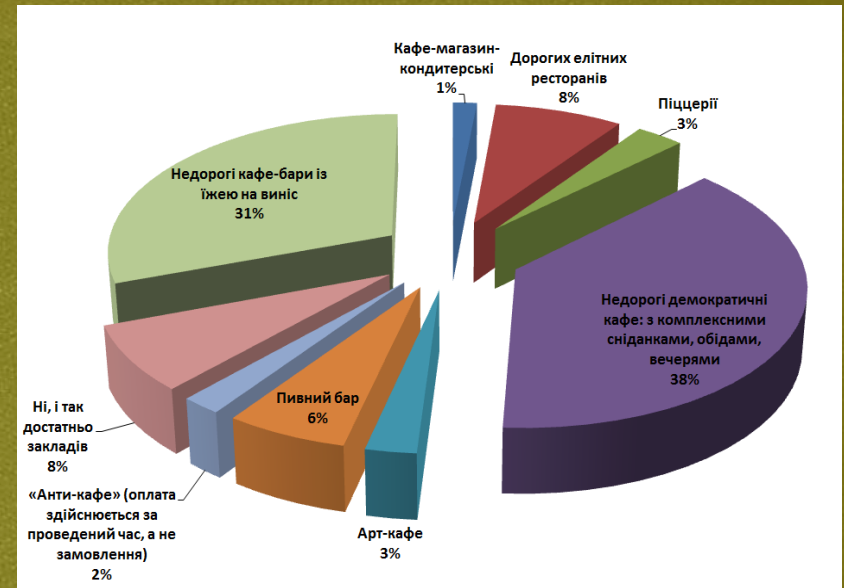
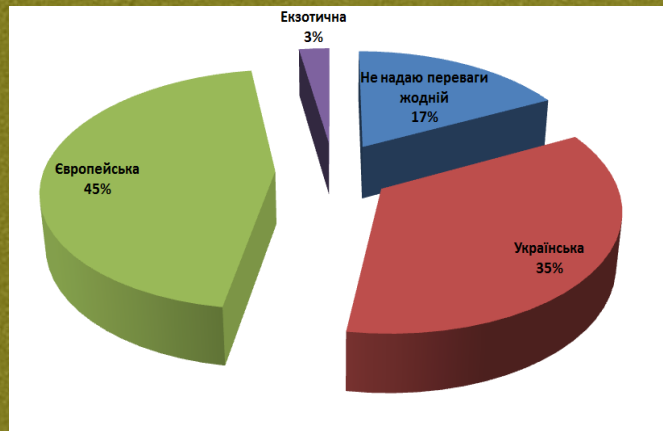
№	Об'єкти, які розташовані у районі	Характеристика
1	Промислові об'єкти	У районі відсутні пром.об'єкти, але розташована невеличка кількість невеликих виробничих підприємств
2	Торгово-розважальні центри, ресторани, заклади, магазини.	150 об'єктів громадського харчування та понад 500 об'єктів торгівлі, торгові комплекси «Колос» та «Майдан», 11 ринків та мікроринків.
3	Офісні центри, установи, організації	фінансові та банківські установи, підприємства транспорту та зв'язку, 25 закладів охорони здоров'я, розвинута мережа сфери послуг, туристичних агенцій
4	Навчальні заклади	26 дитячих дошкільних установ 16 шкіл, 5 середніх спеціальних навчальних закладів, 3 заклади професійно-технічної освіти, 3 гімназії, один ліцей 6 вищих навчальних закладів, серед яких Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича;
5	Культурні місця	Філармонія, обласний драматичний театр, два будинки культури, два кінотеатри, три театральні заклади, літній театр, обласний театр ляльок та театр-студію «Голос».
6	Пам'ятки архітектури	30 пам'ятників історії та культури
7	Скупчення туристів	Центральна площа (Площа Ринок), центральний парк культури та відпочинку імені Т. Шевченка, парки ім. Ю. Федьковича, Жовтневий, ім. Шіллера, численні сквери та зелені рекреаційні зони району.

Потенційними відвідувачами ресторанного закладу будуть:



✧ жителі району, працівники установ, організацій, невеликих виробничих підприємств, студенти та працівники коледжів, вищих навчальних закладів, також потенційними гостями можуть бути туристи, які відвідують пам'ятки архітектури, культурні місця тощо.

Аналіз анкетування



Питання	Варіанти відповідей	Кількість відповідей	Відповіді у відсотках, %
Якого ресторанного господарства не вистачає у районі	Ні, і так достатньо закладів	15	7,5
	Дорогих елітних ресторанів	16	8
	Недорогі демократичні кафе: з комплексними сніданками, обідами, вечереями	75	37,5
	Недорогі кафе-бари із їжею на виніс	60	30
	Піццерії	6	3
	Пивний бар	12	6
	Кафе-магазин-кондитерські	3	1,5
	Арт-кафе	5	2,5
Якій кухні відаєте перевагу	«Анти-кафе» (оплата здійснюється за проведений час, а не замовлення)	4	2
	Не надаю переваги жодній	35	17,5
	Українська	70	35
	Європейська	90	45
	Екзотична	5	2,5



Отже, у результаті анкетного опитування було визначено, що заклад, який планується відкрити (таверна-ресторан «Старий Олімп»), в якому буде два поверхи із двома залами:

- 1 поверх – перша зала: таверна на 40 місць, у якій передбачається широкий асортимент напоїв, комплексні сніданки, обіди, вечері, крім того буде запропоновано обіди на виніс та доставка замовлень у офіси;
- 2-поверх- друга зала: ресторан із стравами європейської кухні на 30 місць, для відвідувачів, котрі мають бажання приємно провести час – буде доцільно та перспективно.

Аналіз конкурентів та потенційних споживачів таверни-ресторану «Старий Олімп»



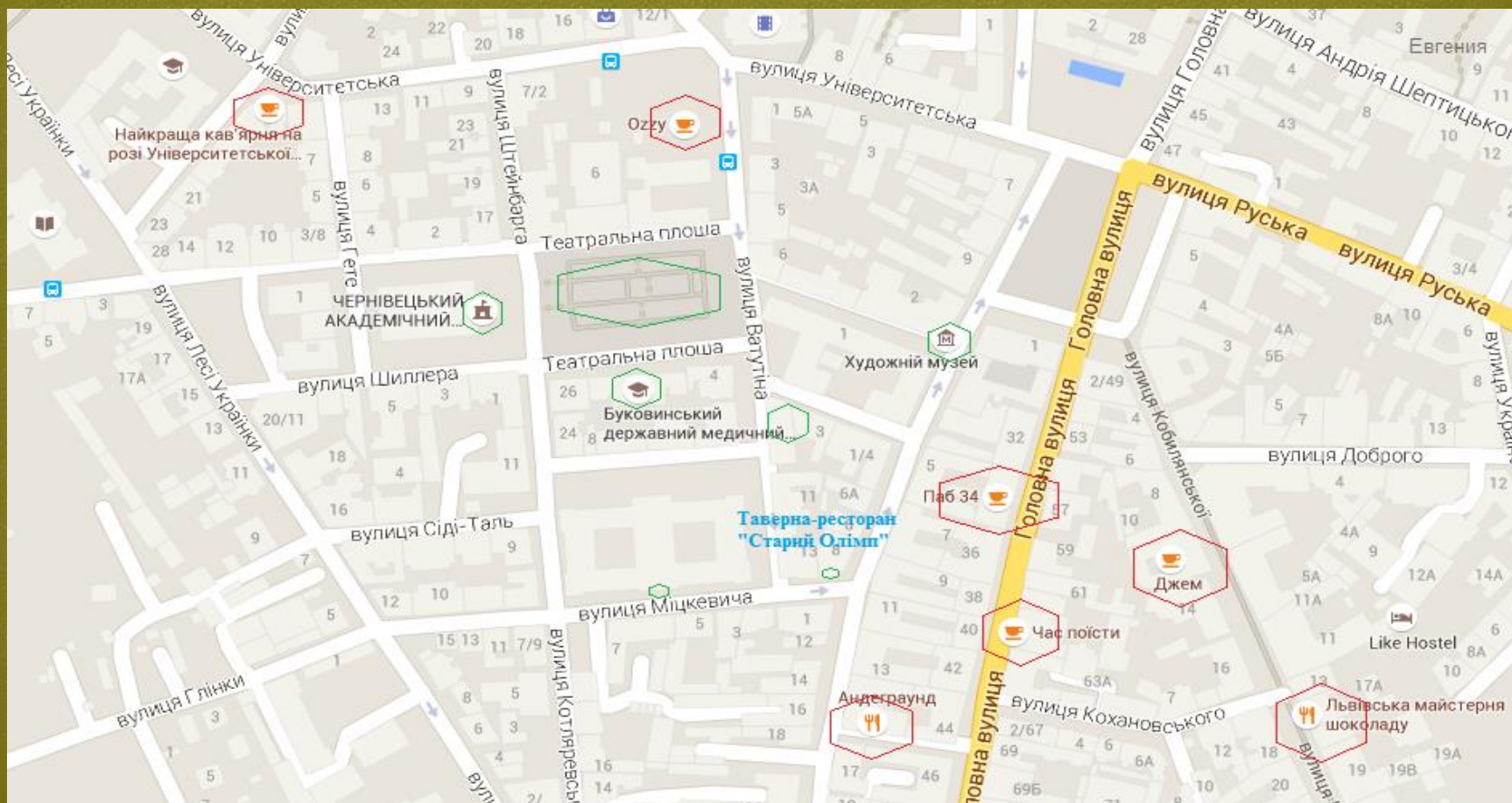
Конкуренти	Потенційні споживачів
Найбільшу конкуренцію становить заклад «Паб 34» та бар-ресторан «Гасбубург»; кафе швидкого обслуговування «Час поїсти», «Джем», «Ватра», кафе «Квінто», ресторани «Маестро», «Андеграун», «Вавілон»; піццерія «Піцца парк», кав'ярня «Львівська майстерня шоколаду», кав'ярня «Ozzy», «Найкраща кав'ярня на розі Університетської і Сковороди», ресторан японської кухні «Кіото», елітний ресторан «Панська гуральня»	Працівники та відвідувачі укрсоцбанку, студенти, викладачі Буковинського Державного Фінансово-економічного університету, студенти, викладачі, працівники Буковинського Державного медичного університету; працівники та відвідувачі Чернівецької філії UnitGredit банку; відвідувачі, працівники Чернівецького Академічного обласного драматичного театру ім. Ольги Кобилянської та Академічного палацу; глядачі та працівники Чернівецького кінопалацу, та туристи, що відвідують визначні місця архітектури

Основними параметрами вибору конкурентів визначити наступні:



- ❧ 1) належність до певного сегменту ринку, пов'язаного з обслуговуванням певного континенту споживачів;
- ❧ 2) місце розташування в одному районі, віддаленість один від одного не більше чим на відстані 500-600 метрів;
- ❧ 3) наявність власної кухні та глибина асортименту продукції власного виробництва не менше 25 страв;
- ❧ 4) однакові методи та форми обслуговування споживачів(цей параметр є найбільш відносним)

Аналіз потенційних споживачів та конкурентів



Таверна-ресторан «Старий Олімп» розраховує пропонує:



- ❧ демократичні ціни, комплексні сніданки, обіди та вечері, а також обіди на виніс і доставка, має перспективи на привертання цільової аудиторії серед студентів, молоді віком від 18 до 30 років, середньостатистичного жителя міста, а також туриста.
- ❧ Крім того заклад пропонує послуги ресторану, споживачами яких можуть стати, як заможні туристи, відвідувачі Академічного обласного драматичного театру ім. Ольги Кобилянської та Академічного палацу; глядачі та працівники Чернівецького кінопалацу.
- ❧ *Варто зазначити, що ресторанні заклади, що можуть скласти конкуренцію знаходяться на віддаленні 500 метрів і більше.*

Маркетингова програма дій.



ЦІЛІ РЕСТОРАНУ



1. Забезпечити стабільне фінансове і матеріальне становище ресторану на цільових ринках.
2. Організувати ефективну рекламу послуг ресторану.
3. Збільшення прибутку для фінансування дослідницьких робіт.
4. Збільшення обсягів продажів.
5. Створити позитивний імідж закладу.
6. Зниження виробничих витрат.

Головною метою роботи ресторанного закладу є забезпечення максимальної задоволеності потреб відвідувачів.

Проведено SWOT аналіз

	Можливості	Загрози
Сильні сторони	1. Смачна кухня 2. оригінальний інтер'єр 3. зали, котрі розраховані на різних споживачів; 4. Демократичні ціни 5. Комплексні сніданки, обіди, вечері 6. Послуга їжа з собою	1. Заклад є новим. 2. Відсутність на початковому етапі постійних відвідувачів.
Слабкі сторони	1. Зробити гостей постійними відвідувачами. 2. Створити оригінальну пропозицію 3. Використання соц.мереж і геолокаційні сервіси.	Конкуренти тривалий час існують на ринку

Заходи щодо збільшення конкурентоспроможності закладу:



- ❧ - організація і створення команди із персоналу;
- ❧ - впровадження єдиного стилю роботи персоналу;
- ❧ - якісне надання послуг; контроль якості надання послуг (контроль підчас і після приготування, таємний гість;
- ❧ - постійне впровадження новинок, застосування програм лояльності для гостей, встановлення постійно діючих акцій, знижок;
- ❧ - постійне застосування рекламних акцій;
- ❧ - постійне проведення міні концертів живої музики;
- ❧ - постійне співпраця із туристичними агенціями, щоб забезпечувати послугами харчування туристів, які відвідують місто.

Рекламно- маркетингова політика

- ❧ При створенні інформаційних повідомлень для огляду у ЗМІ, потрібно звертати увагу різноманітність і кількість розважальних програм, концертів живої музики. Наприклад, концертні програми місцевих інструментальних груп, організація різних заходів.
- ❧ В таверні все повинно бути орієнтовано на публіку (особливість формату таверни): доставка страв і послуга «з собою» - розробляються фірмові ланч-бокси. Для дітей передбачено «невеликий куточок» із можливістю екскурсією по закладу.
- ❧ Надання послуг торт для іменинника, в честь події.
- ❧ Дисконтні картки, та флаєри зі знижками.

Цінова політика закладу:



- ☞ Має два типи, в залежності від залу:
 - ☞ Зал-таверна: демократичний, фактично середній чек до 40 - 65 грн за комплексний сніданок, обід чи вечерю; великий асортимент недорогих безалкогольних напоїв, слабоалкогольних та алкогольних напоїв. Націнка 200%.
 - ☞ Зал ресторан: ціни вище середнього середній чек становитиме від 160 грн.

Концепція таверни-ресторану «Старий Олімп»



- ❧ Назва «Старий Олімп» відображає походження самого формату закладу (таверни відкривалися у припортових містах, при великих шляхах, на перетині вулиць із великою кількістю перехожих, мандрівників у Греції, Іспанії, Македонії, Болгарії, в Україну формат таверна прийшов із Європи).
- ❧ Атмосфера закладу: спокійна та затишна; в залі все у приглушеному світлі «під масляні лампи», так як формат таверни крім їжі та напоїв тут пропонується розважальна програма із живої інструментальної музики. Приємний персонал, котрий буде вітати відвідувачів, називати їх по імені, цікавитись про їхні справи і грати радого хазяїна.

Інтер'єрне і екстерне оформлення:

- ❧ Знайомство з таверною-рестораном «Старий-Олімп» починається ще здалеку – увагу привертатиме в «відкрита» зона, в осінньо-зимовий період буде застекленою, а також забезпечена системою опалення і пледами, котрі будуть лежати на плетених кріслах. Під стільці кріслам будуть круглі плетені столи. На столах будуть розташовані невеликі букети із квітами, солонки, перечниці, серветки. На вікнах домоткані штори із грубого темного текстилю. Над кожним столом – мідні лампи, що висітимуть на довгих ланцюгах. Також в оформленні будуть використовуватись живі квіти у горшках, картини, гобелени.
- ❧ будуть проходити живі міні концерти інструментальних груп, виконання музичних соло-програм.
- ❧ Папки меню і рахунків будуть виконані із картону, що буде оклеєний грубим не білим текстилем, у стиль шторам.
- ❧ В зал 1:
 - ❧ Основними матеріалами, що будуть використовуватись в дизайні «Старого олімпу» – світлий і темний ротанг, дерево, текстиль, мідь.
 - ❧ Основні кольори – солом'яно-жовтий, медово-коричневий, мідний, оранжевий, і синьо-блакитний.
- ❧ В залі 2: кольори та матеріали аналогічні до залу 1; крісла із темної шкіри, текстиль шоколадно-медового відтінку, тюлі: легка медового відтінку, штори – із шоколадного важкого текстилю.

Меню таверни-ресторану «Старий Олімп»



☞ Таверна

- ☞ Велику частину пропозицій складуть великі порції несолодких борошняних виробів, салати, овочевих закусок, основних страв з м'яса, птиці або риби.
- ☞ Асортимент із 4-6 найменувань комплексних сніданків, обідів та вечерь, а також пропозиції «з собою».

☞ Ресторан

- ☞ У залі ресторану також можна буде замовити із комплексного меню таверни, крім того у меню ресторану будуть представлені основні страви із риби, м'яса та птиці, салати, закуски, а також перші і другі страви.

**На сніданок будуть пропонуватися:
гарячі кренделі та бублики посипані кунжутом,
та зернятами із тикви та соняшника; слойоні
пиріжки зі різноманітними начинками**

**В якості основних страв страви із м'яса
яловичини, свинини та птиці, також для
ресторану буде використовуватись м'ясо
баранини.**

**На десерт у таверні-ресторан будуть
пропонуватися: кондитерські сетии із
декількох видів пахлави і молотих
сухофруктів, та горіхами, медом.**

**Широкий асортимент напоїв, також
планується сет-дегустації різних
слабоалкогольних та алкогольних напоїв.**

Принципи організації сервісу:

- ❧ Традиційне обслуговування офіціантами
- ❧ Також в обслуговування бере участь бармен, та офіціанти (1 особа за зміну), що відповідає за дегустаційні сеті напоїв.
- ❧ Кількість офіціантів виходить із розрахунку й офіціант на 10 чоловік: у:
 - ❧ Зал таверни 4 офіціанти + 1 бармент;
 - ❧ Зал ресторану 3 офіціанти

Пропонований бізнес план передбачає оренду 350 кв. м. будівлі, де згідно з нормами України, виходячи з 5 кв. м. на людину, 250 кв. м. піде на основний зал ресторану і 100 кв. м. на професійно оформлену кухню з урахуванням підсобок.

Обладнання



- ❧ Для повноцінної роботи ресторану, його необхідно забезпечити обов'язковим обладнанням: плитами, поверхнями для смаження, грилі.
- ❧ Ще необхідно придбати допоміжне обладнання: різні столи для оброблення м'яса, різання овочів, розкочування тіста; мийки різного призначення, кілька холодильників.

Персонал закладу:



- керуючий рестораном – головний керівник,
- бармени за барною стійкою,
- офіціанти – повинні бути професіонали своєї справи і які мають витримкою і ввічливістю відносно відвідувачів ресторану,
- офіціант, який відповідає за дегустаційні-сети
- шеф-кухар, який добре знає страви європейської кухні,
- кухарі високого класу.
- прибиральниця.

ФІНАНСИ.



❧ ПЕРВИННІ ВИТРАТИ, ЯКІ ВКЛЮЧАЮТЬ В СЕБЕ:

- ❧ - реєстрацію та оформлення різних документів;
- ❧ - ремонт приміщення, встановлення систем кондиціонування і вентиляції – 20000 доларів.
- ❧ - купівлю обладнання – 40000 доларів;
- ❧ - покупку меблів і предметів інтер'єру – 30000 доларів;
- ❧ Таким чином, початкові інвестиції складають порядку: 90000 – 100000 доларів.

В ЩОМІСЯЧНІ ВИТРАТИ ВХОДЯТЬ:



- ❧- оренда приміщення,
- ❧- оплата праці персоналу,
- ❧- витрати на експлуатацію приміщення,
- ❧- витрати на просування бізнесу.



**Повинне
пройти адаптаційний
період пізнавання і
прийняття ресторанного
закладу городянами та
гостями міста.**