

Харківський національний університет імені В.Н.Каразіна  
Факультет міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу  
Кафедра міжнародної електронної комерції та готельно-ресторанної справи

**ДО ЗАХИСТУ**

завідувачка кафедри міжнародної  
електронної комерції та готельно-  
ресторанної справи  
доц. Данько Н.І.

---

## **Кваліфікаційна робота бакалавра**

на тему: «Організаційно-проектні рішення ресторану української кухні у  
стилі корейського BBQ в м. Чернівці»

Виконала:  
студентка 4 курсу, групи УГР-41  
спеціальності 241 Готельно-ресторанна  
справа  
ОПП «Готельно-ресторанна справа»  
Верешко Юлія Андріївна

---

Керівник:  
к. т. н., доц. Червоний В. М.

---

Рецензент:

---

**Підсумкова оцінка:**  
за шкалою ЗВО: \_\_\_\_\_  
кількість балів: \_\_\_\_\_

Голова Екзаменаційної комісії

---

(підпис)

(прізвище та ініціали)

Харків – 2024 року

**Міністерство освіти і науки України**  
**ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
**імені В. Н. Каразіна**

**Факультет міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу**  
**Кафедра міжнародної електронної комерції та готельно-ресторанної справи**

**ЗАВДАННЯ ДО КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ БАКАЛАВРА**

Студентки Верешко Юлії Андріївни  
 Курсу IV групи УГР-41

Тема кваліфікаційної роботи «Організаційно-проектні рішення ресторану української кухні у стилі корейського ВВQ в м. Чернівці»  
 затверджена наказом від «12» квітня 2024 року № 4002-5/809

1. Графік виконання робіт:

Назва розділів роботи	Дата закінчення	Відмітка про виконання (підпис керівника)
1. Теоретичні основи організації закладу ресторанного господарства	29.04.2024	
2. Бізнес-план створення нового закладу ресторанного господарства	13.05.2024	
3. Обґрунтування організаційно-проектних рішень	31.05.2024	

2. Термін подання дипломної роботи на кафедру 01 червня 2024 р.

3. Термін та результати попереднього захисту (допуск/недопуск до захисту, ступінь готовності роботи у відсотках) ....

КЕРІВНИК РОБОТИ:

к. т. н., доцент Віталій ЧЕРВОНІЙ

Дата видачі завдання

01 грудня 2023 р.

Завдання прийняте до виконання

Юлією ВЕРЕШКО

Завідувачка кафедри  
 міжнародної електронної комерції  
 та готельно-ресторанної справи,

к. е. н., доц. Наталя ДАНЬКО

## АНОТАЦІЯ

**Верешко Ю.А.** Організаційно-проектні рішення ресторану української кухні у стилі корейського ВВQ в м. Чернівці.

Роботу присвячено розробці ресторану української кухні у стилізації корейського ВВQ у м. Чернівці. Висвітлено особливості національної української кухні та особливості організації закладів ресторанного господарства у стилі корейського ВВQ. Проаналізовано сучасний стан закладів ресторанного господарства у м. Чернівці, розроблено організаційно-проектні рішення нового ресторану, визначено основні фінансові результати його діяльності.

*Ключові слова:* ресторан, українська кухня, корейське ВВQ, організаційно-проектні рішення, виробничий план, організація роботи, фінансові результати, оподаткування, точка беззбитковості.

## ANNOTATION

**Vereshko Y.** Organisation of a restaurant of Ukrainian cuisine in the style of Korean BBQ in Chernivtsi.

The work is devoted to the development of a restaurant of Ukrainian cuisine in the style of Korean BBQ in Chernivtsi. The features of the national Ukrainian cuisine were highlighted. The current state of restaurant establishments in Chernivtsi was analyzed, organizational and design solutions for a new restaurant were developed, and the main financial results of its activity were determined.

*Keywords:* restaurant, Ukrainian cuisine, Korean BBQ, organizational and design solutions, production plan, organization of work, financial results, taxation, break-even point.

## ЗМІСТ

ВСТУП .....	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ОРГАНІЗАЦІЇ ЗАКЛАДУ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА .....	8
1.1 Характеристика та розвиток української кухні.....	8
1.2 Характеристика корейського ВВQ .....	12
1.3 Огляд розвитку ресторанного господарства в Україні за останні роки ....	15
Висновки до розділу 1 .....	19
РОЗДІЛ 2. БІЗНЕС-ПЛАН СТВОРЕННЯ НОВОГО ЗАКЛАДУ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА.....	21
2.1 Розробка концепції закладу та аналіз потенційного ринку цільової аудиторії .....	21
2.2 Виробничий план відкриття закладу.....	25
2.3 Організація роботи працівників на кухні .....	41
2.4 Організація роботи працівників у торгівельній залі .....	43
Висновок до розділу 2.....	43
РОЗДІЛ 3. ОБҐРУНТУВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРОЄКТНИХ РІШЕНЬ	45
3.1. Фінансові результати діяльності ресторану .....	45
3.2. Обґрунтування системи оподаткування .....	50
3.3. Оцінка прибутковості та точки беззбитковості .....	52
Висновки до розділу 3 .....	57
ВИСНОВОК.....	58
СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ.....	60
ДОДАТКИ.....	64

## ВСТУП

Галузь ресторанного господарства вже довгий час залишається найприбутковішою сферою у світовій економіці, що створює нові робочі місця, привертає увагу туристів та займає велику частину бюджету у розвинутих країнах світу. Особливо ресторанний бізнес має великий потенціал для України, оскільки буде приносити великий стабільний дохід власникам бізнесів та поповнювати бюджет країни через податкову систему.

**Актуальність роботи.** З початком повномасштабного вторгнення росії в Україну все більше українців почали цікавитися українською культурою, особливо українською кухнею, популяризувати її, через що збільшився попит на українські заклади ресторанного господарства не тільки в Україні, а й за кордоном.

Українська кухня є дуже різноманітною залежно від регіону, що не викликає перенасичення у населення та свідчить про довготривалу актуальність даного тренду. Через велику внутрішню міграцію в країні відбувається обмін культурними традиціями між різними областями і на Заході України відкривається багато закладів, які були популярними на Сході.

Останні роки східно-азійська культура набуває широкого розповсюдження серед європейської молоді за допомогою аніме та к-попу, а також великого впливу Китаю на міжнародний економічний ринок. Все більше молодих людей опановують корейську, японську або китайську мови, вивчають східну культуру та мріють поїхати туди працювати, навчатися або подорожувати. Зараз стають популярними ресторани корейського BBQ, особливістю яких є приготування страв власноруч у себе на столі за допомогою влаштованого грилю.

Таким чином, з'явилася ідея об'єднати концепцію корейського ресторану та українську кухню для надання нового досвіду споживання всім знайомим стравам української кухні.

Розвиток української національної кухні описано в роботах Брайченко О., Гримич М., Лильо І., Резніченка В., Артюх Л., Борисенко В. та інших дослідників і журналістів.

**Метою роботи** є розробка організаційно-проектних рішень нового закладу ресторанного господарства у місті Чернівці, в якому будуть поєднуватися дві етнічні культури – українська та корейська.

Для досягнення цієї мети у роботі вирішували наступні завдання:

- вивчити особливості української національної кухні;
- вивчити особливості стилю корейського BBQ;
- описати стан розвитку ресторанного господарства в Україні;
- розглянути перспективи відкриття ресторанного господарства у Чернівцях;
- розробити організаційно-проектні рішення нового закладу та розрахувати економічні показники його діяльності.

**Об'єктом дослідження** кваліфікаційної роботи є ресторан української кухні у стилі корейського BBQ в м. Чернівці.

**Предметом дослідження** є теоретичні та практичні знання з історії української кухні, її стану в Україні, можливостей її розвитку, особливості стилю корейського BBQ, а також організаційно-проектні рішення закладу ресторанного господарства.

**Практичну та теоретичну основу** дослідження складають роботи закордонних та вітчизняних науковців, а також Інтернет джерела, що знаходяться у відкритому доступі. У роботі були використані теоретичні та емпіричні методи дослідження, а саме порівняння та аналіз, дедукція й індукція, логічний і статистичний метод.

**Результати досліджень** та розробок сприятимуть розвитку національного продукту, приверненню уваги до української кухні, розширенню закладів ресторанного господарства з незвичною концепцією, підтриманню економіки міста й країни.

**Структура роботи.** Робота складається зі вступу, трьох розділів, загального висновку, списку використаних джерел та додатків. Загальний обсяг роботи становить 83 сторінки, додатки займають 19 сторінок. Список використаних джерел містить 42 найменування.

## РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ОРГАНІЗАЦІЇ ЗАКЛАДУ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

### 1.1 Характеристика та розвиток української кухні

Їжа завжди відігравала важливу роль у житті людей. За столом люди налагоджують дружні стосунки, святкують визначні події, споживання їжі є приводом зустрітися з друзями або познайомитися з кимось. Зазвичай одна вечеря за столом може визначити, якою ти є людиною, як ти розмовляєш з людьми, виражаєш свої емоції та споживаєш їжу за трапезою. Їжа поєднує людей за смаками, уподобаннями, переконаннями та ідентичністю [2]. За обіднім столом люди вирішують багато важливих речей, що мають великий вплив на світ, за столом лідери різних країн створюють нові міжнародні відносини та домовляються щодо співпраці задля покращення своїх країн.

Вона є важливим елементом традиційної та матеріальної культури народу, що сформований особливостями регіону, побутом населення, їх смаків та уподобань [3]. Тому формування етнічної кухні є довгим історичним процесом, на який впливає багато факторів, таких як зміна клімату, політичні конфлікти, міграція та зміна правителів і територій. Дане питання все ще розглядається науковцями, зокрема етнографами, істориками та мовознавцями [8].

Українська кухня є барвистою, різноманітною та сучасною. З кожним сезоном асортимент страв змінюється разом зі смаками, що не дозволяє набриднути споживачу. Одна і та сама страва зі зміною сезону буде смакувати по-різному, що і створює унікальність української кухні. Різні кліматичні умови в регіонах України, тісні міжкультурні відносини з сусідніми країнами посприяли тому, що у наш час ми можемо захоплюватися українською гастрономією, вивчати її та створювати новітні українські страви [1].

Українська кухня є досить унікальною та відомою у світі багатьма стравами. Наприклад, український борщ став спадщиною ЮНЕСКО, а українські сирники можна скуштувати не тільки на рідній землі, а й у різних

куточках світу, таких як Америка, Канада, Балі, Британія, Австралія тощо. Доктор історичних наук Ігор Лильо, що досліджує історію їжі, описує Українську кухню так: «Зрідка трапляється смак, коли хочеться зупинити час і безконечно насолоджуватись моментом. Закрити очі і уявляти людину чи цілу культуру, що його створила. Так можна відчувати й Україну» [4].

Україна знаходиться у східній Європі, у зоні помірного клімату з холодними зимами, що унеможлиблює забезпечувати родину увесь рік свіжими овочами, фруктами, м'ясом та рибою [11]. Цей фактор сприяв розвитку консервування продуктів, появі культури сушіння, в'ялення, квашення, соління та копчення або вудження. Як наслідок, дані технології одними з основних рис української кухні.

Історики свідчать, що раніше, до створення штучних підсолоджувачів та додавання цукру у продукти у великій кількості, ферментована злакова та рослинна їжа сприймалася населенням як солодощі. Здавна українці вирощували на своїх полях ячмінь, просо, жито, овес та пшеницю, з яких варили кашу та пекли хліб. До завезення картоплі з нової землі, у меню українців переважно були страви зі злакових, тоді виробляли наїдки з ферментованого борошна чи крупи, які внаслідок бродіння мали кисло-солодкий смак [18]. Наприклад, овес, висівки запарювали окропом, додавали залишки черствого хліба і лишали в теплому місці для заквашування, а через 1–2 дні цю суміш варили.

Основою ферментованих продуктів та напоїв був і досі лишається «солод» – пророщені зерна ячменю чи жита. А от такі назви, як вівсяний кисіль, путря (страва на основі ячної крупи), кваша, зубці (страва на основі ячменю), киселиця та інші, давно зникли з гастрономічного лексикону українців. Залежно від консистенції та глибини смаку зготовані зернові могли бути як основною стравою (звичайна каша, яку заправляли олією), так і десертом (поливали медом чи рослинним молоком із конопляного насіння) [23].

Також в Україні шанували єдиний на той час солодкий інгредієнт – мед. Його їли у сирому виді, робили напої або робили фрукти, зварені у меді. З середини 19 століття Україна почала виробляти цукор з буряку, що розширило асортимент солодоців в українській кухні [12]. Почали з'являтися варення, зацукровані фрукти, пастила, печиво або навіть шматки рафінаду їли з чаєм.

Як вже раніше згадувалося, ферментовані продукти є досить популярними серед населення через свій цікавий різко-кислий смак. І основним найулюбленішим напоєм для людей залишається квас, що навіть використовують для приготування страв. Раніше українці виробляли вдома житній та буряковий кваси, але у наш час можна скуштувати квас тільки промислового виробництва, який дуже відрізняється від класичного квасу, що так любили наші предки. Саме протягом 20 століття домашній квас почав зникати з побуту українців, а буряковий взагалі зник з ужитку [7]. Але навіть зараз кулінарні ентузіасти не втрачають можливості відновити виробництво домашнього квасу, особливо експериментують з ферментацією буряка на своїх кухнях.

Також неможливо пройти повз виробництва квашених овочів – капусти, огірків, помідорів, баклажанів та перців. Їх використовують як закуску або як інгредієнт інших страв [28]. У різних регіонах, з урахуванням особливостей вирощуваної сировини, можна знайти дуже незвичні квашені продукти. Наприклад, на півдні – це квашений кавун, на півночі – квашена капуста з журавлиною, а на Одещині – гострі квашені баклажани. Дуже популярним був квашений буряк. Ще кілька десятиліть тому цей корисний овоч був усім для українців – напоєм, закускою, а особливо основним інгредієнтом усім відомого борщу.

На рівні з виробництвом квашених продуктів українці люблять соління, що створило найулюбленішу закуску усіх століть – сало [32]. Також українці солили м'ясо та рибу, щоб подовжити термін їх зберігання. Даний спосіб консервації сировини подарував ще більшу різноманітність страв. Українці додавали засолене м'ясо та рибу у борщі або у кулеші. Особливо

велика практика засолювання риби спостерігалася у селах біля Дніпра. Мешканці тих регіонів рибу чистили, мили, засипали великою кількістю солі та розташовували на житній соломі. Потім розігрівали піч за допомогою дров, вичищали від попелу і клали у тепле місце цю засолену рибу з соломною, де вона знаходилася до остигання печі [21]. Таким чином отримували в'ялену або просто сушену рибу. Потім взимку цю заготовлену рибу використовували як основу бульйону для борщів та інших супів. В наш час багато людей споживають засолену та сушену рибу у чистому вигляді як закуски до алкогольних напоїв.

Також існувала інша технологія соління риби, яку використовували для оселедця, якого везли з Дунаю та Балтійського моря. Зазвичай його вживали у натуральному вигляді з додаванням оцту та олії. Перед засоленням оселедець зазвичай вимочували у молоці або воді. Дунайський оселедець досі ціниться дуже високо та залишається національним надбанням. На півдні України готували добре просоленого коропа або ляща, яких заправляли олією та маринованою цибулею.

Ще одним способом подовження літнього врожаю було сушіння, що подарувало нам сухофрукти, які надають незвичний трохи копчений смак стравам, бо зазвичай українці для сушіння свого врожаю використовували печі. Таким чином, українці створили узвар, мали змогу робити пироги та вареники, а також використовували сушені фрукти як корисні солодощі до чаю та універсальний перекус [5].

У наш час в українців з'явився новий тренд, який частково повертає цінність створення унікальних страв з автентичним не промисловим смаком – крафтові та фермерські продукти. Люди стали цікавитися особливістю використання натуральної сировини. Зараз вони активно відроджують старі рецепти, цікавляться особливістю української кухні, що підвищує свідомість молоді щодо українського етносу та змушує пишатися не тільки нашими людьми, а й нашими стравами [33].

Українська кухня продовжує набирати популярність, попит на українські страви зростає і це вказує на актуальність відкриття ще більшої кількості закладів ресторанного господарства, що спеціалізуються на автентичній українській кухні, яка так близька, але водночас ще не відома українцям.

## 1.2 Характеристика корейського ВВQ

Всесвітня популярність корейської поп музики (к-поп) та корейських фільмів та серіалів призвела до значного підвищення інтересу до корейської культури, особливо до кухні, що є її невід'ємною частиною. Формування національної їжі та смаків населення відбувалося під впливом інших країн (Китай та Японія), що володіли територіями сучасної Кореї у різні історичні періоди, кліматичних умов та особливостей і розташування півострову. Ознайомившись із особливостями корейської кулінарії, можна звернути увагу на важливість існування великої кількості ферментованої їжі, такої як кімчі та джан, значення паст і соусів з соєвих бобів (канджан, донджан та кочуджан) у раціоні пересічного корейця. Кожний прийом їжі в цій країні включає споживання рису, морепродуктів, або риби, або м'яса, та великої кількості свіжих та маринованих овочів, салатів з них, а також ферментованих продуктів. Даний раціон являється основним секретом довголіття та здорового вигляду населення [38].

Незважаючи на оточення півострова морями, корейці відомі своєю любов'ю до м'ясних страв та алкоголю. Це одна з націй, що любить випити, тому питання зловживання алкоголем в країні піднімається кожен рік. Згідно із аналізом Департаменту здоров'я Південної Кореї, більше 50% населення віком від 19 до 60 років ходить випивати кожного вечора [40]. За рік нацією споживається приблизно 3 млрд. пляшок корейського алкоголю соджу [35]. Дана залежність пов'язана з їхнім стилем життя, де робота та кар'єра забирає найбільшу частину часу, що призводить до постійного стресу та неможливості

розслабитися, тому алкоголь став найшвидшим способом відволіктися після роботи, щоб наступного дня піти працювати знову.

Така любов до алкогольних напоїв та м'ясних страв призвели до відкриття ресторанів у стилі корейського BBQ. Для корейців це виявилось найкращим способом проводити свої вечори в колі друзів або колег по роботі. Похід у подібні ресторани вважається важливим для спілкування з керівництвом та підтримки бойового духу серед колективу. Даний метод можна назвати «тім-білдінг по-корейські».

Організація корейського барбекю є досить нескладною, що можливо зробити навіть в себе вдома. На грилі, який влаштований у центр кожного стола, гості смажать замовлене м'ясо та овочі. У ресторані наявний великий асортимент різного типу м'яса, надаються у великій кількості сезонні овочі та закуски, а також є можливість замовити додаткові страви у доповнення до барбекю.

Даний тип закладів дуже популярний серед молодого покоління через великі порції за доступну ціну, можливість зібратися великою компанією та випити. Смаження м'яса у себе за столиком тільки збуджує апетит та змушує замовити ще щось у доповнення, що є дуже привабливим для молодого організму [35].

Можна виділити основні компоненти барбекю, без яких даний тип ресторану неможливий у Кореї [39].

М'ясо. Зазвичай кожний ресторан пропонує багато різних видів м'яса, наприклад, свинячу очеревинку, мариновану яловичину, маленькі реберця, свинячу шкіру та інше.

Ссам. Так називають приготоване м'ясо з овочами та з соєвою пастою, загорнуте у листя салату, буролістка або кунжутного.

Соуси. До м'яса та овочів ідеально підходить соус з соєвої пасти та пасти з червоного гострого перцю.

Напої. Кожен корейський барбекю не може пройти без соджу – традиційного корейського алкогольного напою, або корейського вина чи пива.

Доповнення. На завершення барбекю корейці люблять їсти Донджан Чигге – корейський густий суп з ферментованої соєвої пастки, овочів та протеїнового інгредієнту, що поєднують з рисом та кімчі.

До популярних замовлених страв у корейських барбекю ресторанах відносяться:

- пібімбаб – страва з рису, овочів та м'яса, що сервірується у глибокій місці та перемішується при споживанні;
- бульгогі – тонко нарізана маринована яловичина, що готується на грилі;
- галбі – мариновані яловичі реберця;
- чапче – смажена скляна локшина з солодкої картоплі, змішана з маринованим м'ясом та великою кількістю овочів [39].

Основною перевагою даних типів закладу є швидкість обслуговування. Майже усі страви подаються сирими та готуються гостями на столі, що зменшує час підготовки кожного замовлення. Прийняття замовлення відбувається також у швидкому темпі через невеликий асортимент страв – певна кількість різного м'яса (зазвичай ресторани обирають, на якому типі та на якій частині м'яса вони спеціалізуються та роблять це фішкою ресторану) та закуски. Пропозиція закусок та овочів залежить від сезону та наявності у закладі. Усі інші страви-доповнення включені до меню також у невеликому асортименті. Крім того, можна врахувати, що офіціанти не витрачають час на сервірування стола, а здійснюють тільки його прибирання, бо усі потрібні столові прилади знаходяться у шухляді у кожному столі. Офіціанти пропонують тільки серветки та фартух, щоб захистити одяг від плям.

Усі ці фактори призводять до того, що корейські барбекю ресторани можуть запропонувати своїм клієнтам швидке обслуговування, приємну атмосферу та свіжоприготовлену їжу прямо на столі. Саме тому ці заклади

залишаються одними з найпопулярніших місць для відвідування та проведення часу компанією.

### **1.3 Огляд розвитку ресторанного господарства в Україні за останні роки**

Наприкінці 2019 року увесь світ зіткнувся із Covid-19, що сильно вплинуло на людські життя наступні три роки. Багато бізнесів у той час закрилося, а люди втратили свої робочі місця. З березня 2020 року в Україні були запровадженні радикальні карантинні обмеження, до чого ресторатори не були готові, навіть доставкою їжі ресторани не могли покрити усі збитки. Згідно із зібраною інформацією з аналітичного сайту [opendatabot.ua](http://opendatabot.ua), у перші тижні запроваджених обмежень загальна кількість працюючих ресторанних господарств зменшилася на 66%, а оборот впав на 75% [25].

З часом бізнес почав поступово відновлюватися, але було неможливо відновитися до постковідних часів. Це все викликано фінансовими факторами, бо населення було не спроможне дозволити користуватися послугами закладів ресторанного господарства, а також люди боялися заразитися коронавірусом, відвідуючи публічні місця [10].

В даних умовах ресторатори були вимушені оперативно змінити формат обслуговування задля підвищення кількості відвідувань та збереження бізнесу. На прикладі декількох ресторанних господарств як Kyiv Food Market, «Молодість» і ресторани мережі La Famiglia (Vino e Cucina, Vero Vero, «Хуторець на Дніпрі») можна побачити як заклади швидко переорієнтувалися на видачу замовлень та доставку. Співвласник закладів «Китайський привіт», «В'єтнамський привіт», «Тайський привіт» Міша Кацурін під час інтерв'ю The Village розповідав як на початку карантину вони видали плату авансом стільки, скільки змогли працівникам, а потім відправили їх на канікули за свій рахунок, бо бізнес був тимчасово призупинено, оскільки вони не могли гарантувати подальшу виплату заробітної плати. Щоб не втрачати працівників, вони пропонували їм підробити кур'єрами доставки по району.

Люди з різних департаментів допомагали розвезити їжу. З часом вони змогли перенести роботу у режим take-away, гарантуючи безпеку працівникам та клієнтам, а також підписали договір із такими компаніями доставок як Glovo, Uber Eats та Raketa [13].

З орендою приміщень також було складно, але багато орендодавців йшли на зустріч і дозволяли заморозити платежі або відтермінувати їх настільки, наскільки можливо.

В даній ситуації опинилося багато власників ресторанного господарства, і їх основним виходом із цього положення була доставка та самовивіз замовлень. В той час усі заклади почали популяризувати доставку та мотивувати людей замовляти їжу. Таким чином люди, що втратили роботу, змогли влаштуватися доставщиками їжі.

Наприкінці 2021 та на початку 2022 року ситуація стала стабілізуватися та покращуватися, обмеження почали пом'якшуватися, і люди були взмозі вільно ходити по закладах ресторанного господарства. Бізнес почав працювати на повну та був готовий вийти на рівень допандемійних часів.

На жаль, у лютому 2022 році відбулося повномасштабне вторгнення росії в Україну, що призвело до вимушеної евакуації закладів або повної зупинки роботи та фізичного зачинення ресторанів [22].

Війна принесла багато негативних наслідків у розвиток ресторанного господарства – постійний обстріл інфраструктури, зруйнування великої кількості будівель ресторанів, анексія бізнесів на окупованих територіях, впровадження комендантської години, постійні повітряні тривоги, змінення напрямлення закладів на волонтерські роботи та обслуговування військових частин, зменшення працівників через мобілізацію або переїзд, зменшення кількості споживачів та фінансової підтримки за рахунок інвестицій [22]. Багато закладів переїхало в інші безпечніші міста, наприклад, харківська мережа ресторанів «True Price» відкрила свій заклад у Києві [19]. Багато переселенців почали відкривати в інших містах заклади із ностальгічною атмосферою їхнього міста. Наприклад, заклад «Ха» у Києві, який відкрили

люди з Харкова, що втратили власний бізнес. Заклад пропонує своїм гостям відому квадратну піцу з харківської мережі ресторанів швидкого харчування «Буфет» [24].

Згідно із індексу активного бізнесу UBI (Ukrainian Business Index), що зображає активність бізнесів, спроможність нарощувати товарообіг та створювати робочі місця, станом на червень 2022 року ресторани та кав'ярні становлять 40.26 зі 100 можливих, що означає одну з найвищих активностей порівняно з іншими сферами. Хоча показник менший 50 зі 100 не є ознакою позитивного розвитку бізнесу [37].

За дослідженнями компанії Poster після вторгнення росії в Україну, протягом трьох місяців було відчинено приблизно 70% закладів, але за рік з 2022 по 2023 кількість ресторанних закладів на ринку зменшилося з 36 000 до 32 000 [29]. При цьому кількість зареєстрованих ФОП та ТОВ за КВЕД, що відносяться до ресторанного бізнесу, збільшилося порівняно з пандемічним 2019 роком, що наведено на рис. 1.1.

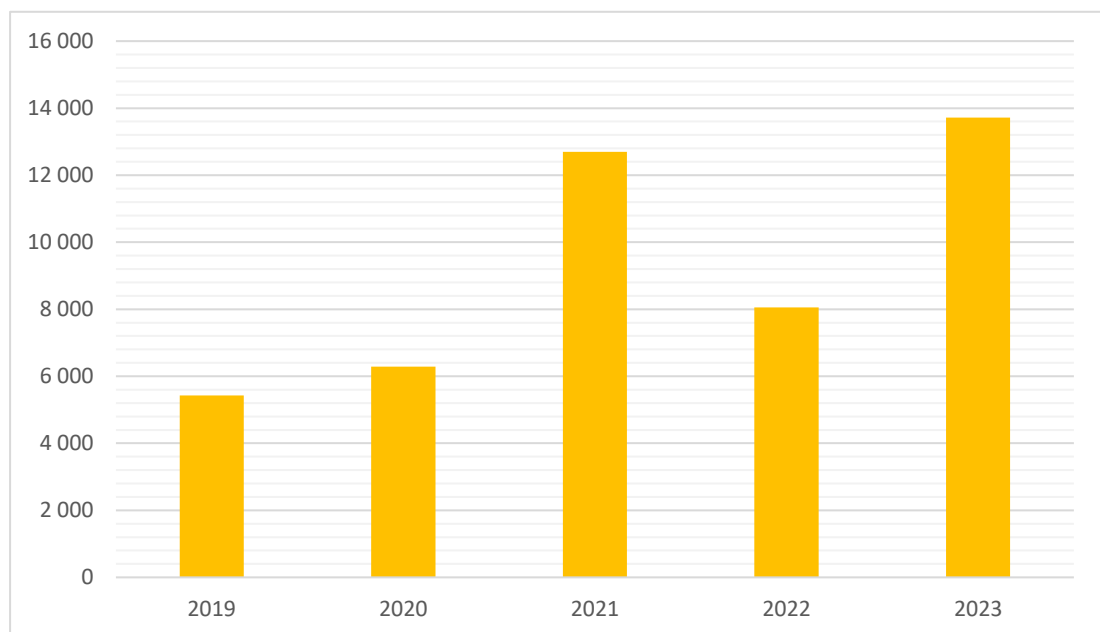


Рис. 1.1. Кількість зареєстрованих ФОП та ТОВ з КВЕД з 2019 по 2023 роки [29]

Війна не може впливати позитивно на стан країни, тому в Україні існує багато проблем та ризиків, з якими ресторатори борються кожен день, що

призводить до неефективності інституційних чинників розвитку готельно-ресторанного бізнесу.

Зараз прослідковується зниження розвитку галузі, де влада і громада не звертають увагу на розвиток ресторанного господарства, не відбувається вдосконалення законодавства, що призводить до занепаду та відсутності розвитку даної галузі.

Зменшилась стимуляція розвитку бізнесу, через зменшення кількості людей на ринку праці стало складніше підтримувати якість обслуговування споживачів. Через збільшення уваги держави до воєнного конфлікту виникають проблеми із контролюванням гігієни, безпеки харчування та порушення прав гостей закладів.

Після початку війни багато невеликих бізнесів зачинилося, в той же час компанії з великими мережами по Україні та закордоном мають більшу можливість монополізувати даний ринок в країні.

Постійні обстріли електростанцій викликають перебої з електропостачанням та нестабільність режиму вимикання світла, що призводить до складнощів зберігання сировини у закладах та обслуговування клієнтів.

Хоча, з іншого боку, люди в Україні все ще мають право на життя та розваги для підтримання ментального здоров'я, тому заклади ресторанного господарства дуже необхідні населенню, щоб відволіктися від жахів війни та мати можливість зайвий час побачитися із родиною та друзями за межами дому. Також готельно-ресторанний бізнес все ще залишається одним з основних, що надає робочі місця населенню. Існує багато варіантів підтримки бізнесу, у тому числі відкриття закладів на більш безпечних територіях країни, де кількість населення зростає через міграцію з небезпечних та окупованих територій.

Також війна принесла обізнаність світу про Україну, що мотивує багато іноземних туристів та журналістів приїжджати в країну, але вони віддають перевагу залишатися на заході країни на кордоні з Європою. Так,

Великобританія закликає своїх громадян не їздити у міста України, що знаходяться близько до кордону з Білорусією, окупованими територіями та росією [37]. В той же час багато прикладів відвідування нашої країни закордонними волонтерами, журналістами, приватними особами, що хочуть допомогти та підтримати українців.

Таким чином найпривабливішими територіями України для туристів є західна частина, що знаходиться на кордоні з європейськими країнами. Тому місто Чернівці можна розглядати як одне з актуальніших міст для відкриття нових закладів, що матимуть потенціал серед місцевих та приїжджих.

## **Висновки до розділу 1**

Їжа відіграє важливу роль у житті людей, навіть у важкі часи, тому створення і відкриття нових закладів ресторанного господарства в нашій країні має продовжуватися. Національна кухня є важливим елементом традиційної та матеріальної культури народу, вона має зберігатися і розвиватися. Різні кліматичні умови в регіонах України, тісні міжкультурні відносини з сусідніми країнами сприяли створенню унікальної, різноманітної, яскравої кухні, страви якої відомі у світі. Ми продовжуємо захоплюватися українською гастрономією, вивчати історію, відроджувати забуті технології та створювати новітні українські страви.

Аналіз світових тенденцій свідчить про інтенсивне зростання інтересу до корейської культури, особливо до кухні, що є її невід'ємною частиною. Одним з цікавих стилів в ресторанному господарстві цієї країни є корейське BBQ. Він характеризується тим, що в центр кожного столу вмонтований гриль, на якому відвідувачі власноруч смажать замовлені продукти – м'ясо та овочі. Даний тип закладів дуже популярний серед молодого покоління через великі порції за доступну ціну, можливість зібратися великою компанією та весело провести час разом. Основною перевагою даних типів закладу є швидкість обслуговування. Майже всі страви подаються сирими та готуються гостями на

столі, що зменшує час підготовки кожного замовлення. Об'єднання корейського стилю з традиційною українською кухнею може дати цікавий результат.

Зважаючи увагу на усі фактори, що принесла із собою війна в Україну, можна зробити висновок, що відкриття нового ресторанного бізнесу є дуже ризикованою справою, але все ще може бути прибутковою для власника. Задля зменшення ризиків потрібно детально розглядати місце для відкриття бізнесу. Як показує практика, найкращими місцями для початку є міста, ближчі до кордону з Європейськими країнами через нижчу можливість окупації даних територій та не таких частих обстрілів порівняно, наприклад, з Харківським регіоном. Тому в даній роботі створено концепцію та розроблено організаційно-проектні рішення ресторану української кухні у стилі корейського ВВQ для відкриття його в місті Чернівці.

## РОЗДІЛ 2. БІЗНЕС-ПЛАН СТВОРЕННЯ НОВОГО ЗАКЛАДУ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

### 2.1 Розробка концепції закладу та аналіз потенційного ринку цільової аудиторії

Заклади ресторанного господарства класифікуються на такі, що реалізують продукцію і організують її споживання у торговельному залі, та ті, що реалізують продукцію за його межами. На рисунку 2.1 наведено загальну класифікацію закладів ресторанного господарства.



Рис. 2.1 Загальна класифікація закладів ресторанного господарства

Основним та найвідповідальнішим етапом розробки ресторанного господарства є бізнес-план, що являється концепцією розвитку підприємницької діяльності. Метою бізнес-плану є аналіз, оцінювання,

позиціонування, контроль та регулювання діяльності в умовах невизначеності й динамічності зовнішнього та внутрішнього середовища [6].

Основою концепції розробленого закладу є корейське BBQ, але з певними модифікаціями. Метою є популяризація української кухні через стиль популярних ресторанів корейської кухні. На мою думку, даний стиль надання послуг є актуальним та здатним конкурувати із закладами швидкого харчування, що зможе зберегти культуру вживання їжі у спокійній атмосфері, а не на ходу, як звикло сучасне покоління.

Заклад матиме 40 посадкових місць та знаходитиметься у центрі міста Чернівці. Обрання міста зумовлено безпечністю його розташування на території України. Згідно із статистикою [Air-alarms.in.ua](http://Air-alarms.in.ua), з початку повномасштабного вторгнення у Чернівецькій області пролунало 501 повітряна тривога, що є у вісім разів менше ніж у Харківській області (4 133 рази) [31]. Таким чином, Чернівецька область приймає багато переселенців зі сходу країни, що потенційно збільшує кількість потенційних клієнтів.

Назвою закладу було обрано – «Ukrainian BBQ», що поєднує у собі стиль закладу та українську кухню.

Бізнес-ідеєю ресторану є розробка унікального закладу, що запровадить новий спосіб споживання їжі.

Даний проєкт передбачає досягнення декількох цілей.

- Популяризація української кухні.
- Надання різноманітного асортименту страв тільки зі свіжої сировини.
- Ознайомлення споживачів з іншим стилем обслуговування, що поки не є популярним в Україні.
- Створення комфортної атмосфери, що сприятиме зниженню стресу та кращого перетравлення їжі.

Особливістю закладу є те, що гості будуть смажити м'ясо власноруч. Гості матимуть на вибір різні види м'яса (курка, свинина, яловичина) або різноманітні ковбаси, також буде опція веганських страв для смаження, до

кожної основної страви буде запропонований вибір від п'яти до десяти закусок та салатів в залежності від розміру основної страви, що входить у вартість страви. Окремо можна буде замовити алкогольні та безалкогольні напої власного виробництва, особливо різні сорти пива від українських та іноземних виробників. На рисунку 2.2 наведено приклад планування торговельної зали.

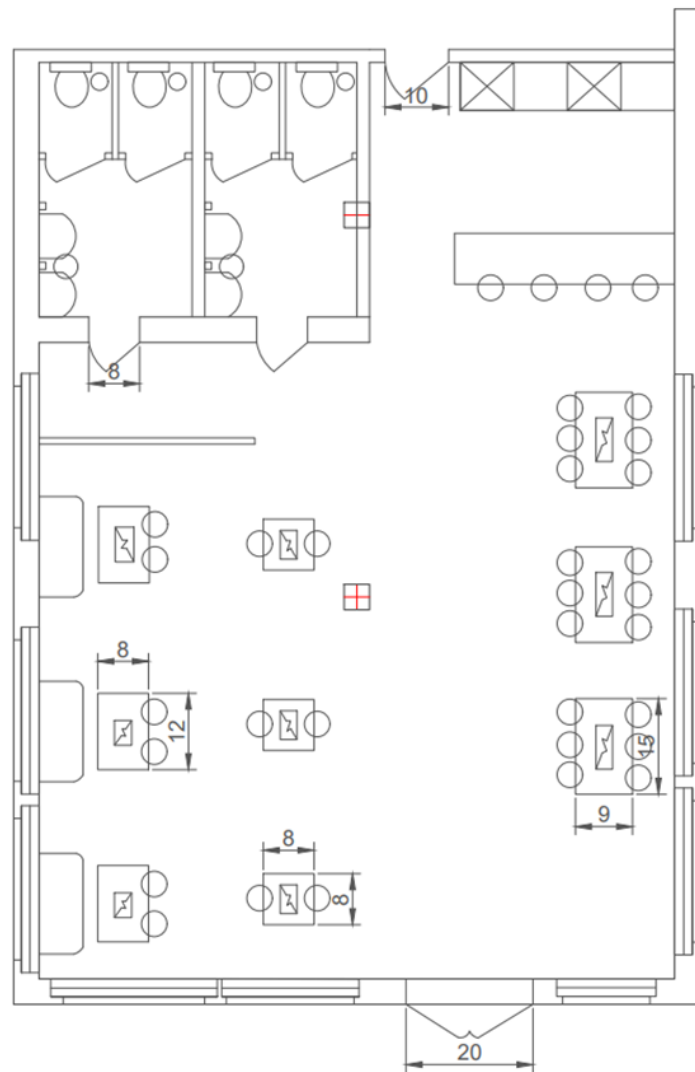


Рис. 2.2 Приклад планування торговельної зали ресторану

Розроблено автором

Інтер'єр закладу буде виконаний з дерева з використанням натуральних кольорів, переважно зеленого, бо він має заспокійливу дію, з великою кількістю вікон по периметру приміщення зали. В закладі буде три шестимісні столи, три чотиримісні столи та три двомісні столи, також буде чотири посадкових місця біля барної стійки, де гість може замовити напої та закуски

до них. На кожному столі буде встановлена поверхня для смаження із безшумною витяжкою, щоб позбутися запаху смаженого. Саме приміщення буде додатково вентилюватися. Також передбачено два санвузли на дві кабінки, один чоловічий, а другий жіночий. У торговельній залі буде багато свіжих рослин та квітів, особливо між столами, щоб створити відчуття усамітнення. Ціллю є створити атмосферу, наближену до природи, щоб у клієнтів не було відчуття, що вони сидять у приміщенні.

Кожен стіл буде сервіруватися закусочними тарілками, щипцями для смаження м'яса, столові прилади знаходитимуться у ящику, розташованому з торця столу. Також на столі будуть серветки, спеції та соуси.

Гостей зустрічатиме працівник на вході та проведжатиме до вільного столику, на столі вже буде знаходитися меню у вигляді QR-коду, в якому гість самостійно обирає страву та надсилає замовлення на кухню. Якщо потрібна допомога офіціанта, то гість може визвати його за допомогою кнопки на столі. На кухні сервірується м'ясо для смаження на великій спільній тарілці та закуски. Спочатку офіціант приносить замовлені напої, потім поступово десять закусок, а потім вже м'ясо. За цей час поверхня для смаження має бути розігріта та готова до смаження м'яса. Під час вживання основної страви гість може покликати офіціанта, щоб він прибрав зайвий посуд або приніс те, чого не вистачає. Після завершення трапези не потрібно кликати офіціанта для безготівкової оплати рахунку, на столі буде спеціальний QR-код від мобільного банкінгу Монобанку, в якому додаток за допомогою системи Shake to Pay отримає рахунок із програмного забезпечення закладу. Потім гість у своєму банкінгу повинен підтвердити оплату, де буде зображено його чек із замовленнями, також за бажанням можна додати чайові і сплатити рахунок, також буде можливість залишити відгук, який покращить уявлення про якість обслуговування у закладі.

Контингентом потенційних споживачів є люди старше 18 років, тобто люди, що повертаються після роботи або навчання з університету, група молодих людей, що шукають місце для гарного проведення часу, бо заклад

буде знаходитися у центрі міста, де молодь гуляє та проводить час по вечорах. Час роботи закладу буде з 11 до 23 години щодня крім понеділка – вихідний.

## 2.2 Виробничий план відкриття закладу

Задля організації роботи закладу та гарантії високої якості обслуговування гостей потрібен розрахунок прогнозованої кількості споживачів за допомогою динаміки завантаженості торговельної зали. Враховуючи концепцію закладу, передбачається більша завантаженість о другій половині дня, коли люди закінчують роботу або навчання та йдуть відпочивати у центр міста. Тому ресторан працюватиме з 11 години ранку для організації ланчів та вечері. У період з одинадцятої до третьої години дня очікуватиметься менша тривалість відвідування, бо зазвичай люди мають невеликий проміжок часу на перерві. Після четвертої години тривалість буде поступово збільшуватися до кінця роботи закладу, бо зазвичай увечері люди більше приділяють часу для споживання їжі.

Прогнозовану кількість споживачів у закладі ресторанного господарства розраховували за формулою

$$N_{ч} = P \cdot \varphi \cdot K_{з}, \quad (2.1)$$

де:  $N_{ч}$  – кількість споживачів, що обслуговуються за 1 год роботи зали;

$P$  – місткість зали (кількість місць);

$\varphi$  – оборотність місця у залі за годину;

$K_{з}$  – коефіцієнт завантаження зали, частка від од.

Загальну прогнозовану кількість споживачів за день розраховували за формулою

$$N_{д} = \sum N_{ч}$$

Результати розрахунків наведені у таблиці 2.1.

Таблиця 2.1

## Прогнозована динаміка завантаженості ресторану на 40 місць

Години роботи, год	Тривалість відвідування, хв	Оборотність місця за годину, разів	Коефіцієнт завантаження зали, частка від одиниці	Кількість споживачів, осіб
<b>Кількість посадкових місць</b>				<b>40</b>
11.00-12.00	30	2	0,1	8
12.00-13.00	30	2	0,3	24
13.00-14.00	30	2	0,2	16
14.00-15.00	30	2	0,1	8
15.00-16.00	60	1	0,1	4
16.00-17.00	60	1	0,2	8
17.00-18.00	150	1	0,3	12
18.00-19.00	150	1	0,3	12
19.00-20.00	150	0,4	0,9	14
20.00-21.00	150	0,4	0,8	13
21.00-22.00	120	0,5	0,6	12
22.00-23.00	60	1	0,3	12
<b>Усього споживачів за день</b>				<b>143</b>
<b>Оборотність місця протягом дня</b>				<b>3</b>

Розроблено автором

За результатами розрахунку можна передбачити приблизну кількість відвідувачів у закладі за день – 143 споживачі. Даний показник знадобиться для розрахунку приблизної кількості використаної сировини за добу, потрібної кількості посуду та іншого інвентарю, а також для розрахунку кількості потрібних працівників у зміну.

Згідно із приблизної кількості споживачів та загальної кількості посадкових місць можна підібрати інвентар та меблі для торгівельної зали, що наведено у таблиці 2.2.

Таблиця 2.2

## Перелік обладнання торгівельної зали

Найменування	Марка, виробник	Кількість од., шт.	Призначення
Стільниця для барної стійки	-	1	Розміщення гостей
Стілець барний	Lovko №3 чорний	4	Розміщення гостей
Холодильний стіл	Тесnodom TF 03 MID GN 3 двері, Італія	1	Зберігання інгредієнтів та напоїв
Барна станція з мийкою	-	1	Приготування напоїв
Кавомашина	Simonelli Aurelia II 4GR, Італія	1	Приготування Еспресо та кавових напоїв
Кавомолка	Remida MST-64 P TN, Італія	1	Приготування меленої кави
Льодогенератор	Whirlpool AGB 024, Італія	1	Охолодження напоїв
Ларі морозильні	Crystal EKTOR 46 SGL, Греція	1	Зберігання заморожених продуктів та лікерів

Розроблено автором

Розрахунок денного обсягу реалізації продукції по групах відбувається на основі моніторингу конкурентного середовища шляхом визначення споживаної кількості страв за одне відвідування закладу та прогнозованої чисельності споживачів за зміну роботи зали. У таблиці 2.3 наведено групи страв, що реалізуються у ресторані. За допомогою коефіцієнтів споживання страв та норми споживання напоїв і хлібобулочних виробів та кількості відвідувачів за день визначали приблизну кількість страв та продукції, що буде вироблена за день.

Для визначення денної кількості групи страв використано наступну формулу:

$$n = N \cdot m, \quad (2.2)$$

де:  $n$  – денна кількість страв групи, страв;

$N$  – прогнозована кількість споживачів за зміну роботи зали, осіб;

$m$  – коефіцієнт споживання страв.

Таблиця 2.3

## Прогноз денного обсягу реалізації продукції по групах

Група страв	Од. виміру	Пивний ресторан на 40 місць			
		Кільк-сть відвідувачів за день	Коефіцієнт споживання страв	Норма споживання	кіль-ть страв і продукції
Холодні закуски	страв	143	1,9		272
Гарячі закуски	страв	143	0,8		114
Основні гарячі страви	страв	143	1,2		172
Солодкі страви	страв	143	0,4		57
<b>Всього</b>					<b>615</b>
Гарячі напої	л	143		0,05	7
Холодні напої	л	143		0,19	27
Хліб та хлібобулочні вироби	г	143		100	14300
Пиво	л	143		0,2	29
Вино	л	143		0,05	7
Ігристі вина	л	143		0,05	7
Горілка, коньяк	л	143		0,025	4

Розроблено автором

За результатами розрахунків приблизна денна кількість реалізованої продукції складає 615 страв, 47 л алкогольних напоїв, 34 л гарячих та холодних напоїв та 143 кг хлібу та хлібобулочних виробів. Далі дані розрахунки знадобляться для визначення добового використання сировини, але перед цим потрібно зробити розрахункове меню.

Розрахункове меню закладу є переліком найменувань страв із зазначенням виходу страви та їхньої кількості. У таблиці 2.4 наведено перелік найменувань страв, що будуть реалізовані у закладі протягом дня. Для визначення потрібної кількості кожної страви використовували розрахунки загальної кількості порцій за кожною групою страв, потім зазначали кількість страв у відсотковому співвідношенні, яку виявлено при аналізі потенційного контингенту та визначали, які страви будуть частіше замовлятися, а які не так часто.

Таблиця 2.4

## Розрахункове меню ресторану

Найменування страв	Вихід, г	Кількість страв, %	Кількість страв, порцій
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>
<i>Холодні закуски</i>			
Солоні огірки	70	12%	33
Огірки по-корейськи	70	10%	27
Морква по-корейськи	70	12%	33
Маринована редька	70	10%	27
Салат із свіжих помідорів та огірків	70	10%	27
Овочева нарізка із сезонних овочів	70	12%	33
Квашена капуста	70	12%	33
Маринований перець у томатному соусі	70	10%	27
Перетерте сало з часником	40	12%	33
<b>Всього порцій</b>	<b>272</b>		
<i>Гарячі закуски</i>			
Соте з овочів	70	25%	29
Тушкована капуста з яйцем	70	25%	28
Запечена спаржа	70	25%	29
Картопля по-селянськи	70	10%	11
Оладки з кабачків	70	15%	17
<b>Всього порцій</b>	<b>114</b>		
<i>Основні страви</i>			
Барбекю з яловичини	315	15%	23
Барбекю зі свинини	340	15%	24
Барбекю з курятини	350	10%	16
М'ясне асорті	1500	15%	23
Ковбасне асорті	320	15%	23
Морський коктейль	320	5%	8
Веганський набір	320	10%	16
Мариноване тофу	160	5%	8
Овочевий набір	204	10%	16
<b>Всього порцій</b>	<b>157</b>		
<i>Солодкі страви</i>			
Медовик	200	20%	11
Творожна запіканка з шоколадним соусом	200	15%	9
Сирники	200	15%	9
Третій пиріг із варенням з чорної смородини	150	20%	11
Млинці з маком та горіхами политі малиновим джемом	200	20%	11
Булочка з корицею та творожним кремом	150	10%	6
<b>Всього порцій</b>	<b>57</b>		

## Продовження табл. 2.4

1	2	3	4
<i>Хліб та хлібобулочні вироби</i>			
Хліб пшеничний	100	30%	43
Хліб житній	100	30%	43
Хліб із солодом	100	20%	28
Французька булка	100	20%	29
<b>Всього порцій на 100 г</b>		<b>143</b>	

Розроблено автором

Також у закладі будуть реалізовуватися великий асортимент алкогольних та безалкогольних напоїв, особливо пиво через прекрасне поєднання з м'ясом та лимонади власного виробництва. У таблиці 2.5 наведено карту напоїв.

Таблиця 2.5

## Карта напоїв назва закладу

№	Назва напою	Ємність пляшки або величина порції, л
1	2	3
<i>Пиво</i>		
<i>Крафтове</i>		
1	Lager	0,4
2	Wheat Bock	0,4
3	IPA	0,4
4	First Dnipro Brewery Fruit APA GPT	0,4
5	Mova Amber Ale	0,4
<i>Українське</i>		
6	Львівське 1715	0,33/0,5/1,0
7	Львівське Dunkel	0,33/0,5/1,0
8	Львівське Білий Лев	0,33/0,5/1,0
<i>Чеське</i>		
9	Krusovice Svetle	0,33/0,5/1,0
10	Krusovice Cerne	0,33/0,5/1,0
11	Pilsner Urquell	0,33/0,5/1,0
12	Velkopopovicky Kozel Dark	0,33/0,5/1,0
<i>Німецьке</i>		
13	Paulaner Original	0,33/0,5/1,0
14	Paulaner Weissbier	0,33/0,5/1,0
15	Warsteiner Premium Verum	0,33/0,5/1,0
16	Lowenbrau Original	0,33/0,5/1,0
17	Hofbrau Original	0,33/0,5/1,0
<i>Ірландське</i>		
18	Guinness	0,33/0,5/1,0
<i>Сидр</i>		
19	Somersby Яблуко	0,33/0,5/1,0

## Продовження таблиці 2.5

1	2	3
20	Somersby Чорниця	0,33/0,5/1,0
Вина		
<i>Білі</i>		
21	Chardonnay-Savignon Blanc	0,2
22	Reiseling Reserve	0,2
<i>Червоні</i>		
23	Cabernet	0,2
24	Pinot Noir	0,2
Ігристі вина		
25	Prosecco Canti	0,2
26	Gosset Extra Brut	0,2
Мінеральні води		
27	Вода мінеральна газована	0,5/1,0
28	Вода мінеральна не газована	0,5/1,0
Домашні лимонади		
29	Манго-Маракуйя	0,4/1,0
30	Малина-М'ята	0,4/1,0
31	Лимон-Імбир	0,4/1,0
32	Грейпфрут	0,4/1,0
Соки		
33	Яблучний	0,4
34	Апельсиновий	0,4
35	Мультифрукт	0,4
36	Журавлина	0,4
37	Вишня	0,4
Газовані безалкогольні напої		
38	Fanta	0,5
39	Coca-Cola	0,5
40	Sprite	0,5
41	Pepsi-Cola	0,5
42	Квас Тарас Чорний	0,5
43	Квас Тарас Світлий	0,5
Гарячі напої		
44	Чай (зелений, чорний, трав'яний, фруктовий)	0,4
45	Еспресо	0,03
46	Лате	0,3
47	Капучіно	0,15
48	Флет Вайт	0,3
49	Гарячий шоколад	0,4
50	Какао з маршмелу	0,4

Розроблено автором

Також у ресторані буде реалізуватися велика кількість холодних та гарячих закусок, а у вигляді основних страв виступатимуть напівфабрикати із

сирого м'яса, овочів та продуктів соєвого походження, що будуть готуватися безпосередньо гостем на електричній жарильній поверхні, що буде встановлена у кожний стіл у торговельній залі. Передбачатиметься реалізація невеликого асортименту гарячих та холодних солодких страв та хлібобулочних виробів.

Для визначення кількості сировини, що буде потрібна для реалізації страв у закладі, було проведено розрахунок добової кількості сировини за формулою

$$Q = (n \cdot gr) / 1000, \quad (2.3)$$

де: Q – добова кількість сировини

n – кількість порцій (виробів), шт.;

gr – норма витрат продукту на порцію/виріб (брутто), г.

Розрахунково-продуктову відомість за всіма групами страв наведено у додатку А.

Важливою складовою забезпечення виробничого процесу є формування товарних запасів. Для цього проводять оптимізацію обсягів сировинних і продуктових запасів за товарними групами. Організація продовольчого постачання здійснюється на основі дослідження каналів постачання та рейтингів постачальників. Характеристику основних постачальників сировини, продуктів та предметів матеріально-технічного забезпечення наведено у додатку Б.

У закладі ресторанного господарства планується цехова система:

- заготівельний м'ясо-рибний цех, де будуть виготовлятися напівфабрикати для реалізації торговельній залі;
- заготівельний овочевий цех;
- доготівельний цех для приготування гарячих та холодних закусок;
- кондитерський цех для приготування солодких страв та хлібобулочних виробів.

Також будуть складські приміщення для овочів та фруктів та бакалійних товарів. М'ясо, птиця, м'ясні вироби та риба зберігатимуться у холодильній камері. Уся білизна та посуд для торговельної зали буде зберігатися в окремому приміщенні біля самої зали поряд із мийною для столового посуду. Мийна для робочого інвентарю буде поряд із цехами для того, щоб не перехрещувалася із столовим посудом.

Овочевий цех – це заготівельний цех закладу, в якому здійснюють механічне кулінарне оброблення овочів, фруктів і зелені та виробляють овочеві напівфабрикати (очищені і нарізані овочі). Для подальших розрахунків складено схему виробничого процесу овочевого цеху (додаток В).

М'ясо-рибний цех – це заготівельний цех закладу, в якому здійснюється механічна обробка м'ясної та рибної сировини та підготовка до виносу у торговельну залу. Для подальших розрахунків розроблено схему виробничого процесу овочевого цеху (додаток Г).

На підставі виробничої програми закладу розроблено виробничу програму овочевого цеху (таблиця 2.6).

Таблиця 2.6

## Виробнича програма овочевого цеху

Назва сировини	Добова кількість, кг	Технологічна обробка	%, відходу	Вихід напівфабрикатів	Технологічна обробка	Призначення напівфабрикатів
1	2	3	4	5	6	7
Огірки	5,4	Миття	5	5,1	-	Огірки по-корейськи Салат із помідорів та огірків
Морква	4,3	Миття, очищення, доочищення, промивання	25	3,2	Нарізання	Морква по-корейськи Квашена капуста Маринований перець у томатному соусі Тушкована капуста з яйцем Соте з овочів Овочевий набір
Редька Дайкон	2,04	Миття, очищення, промивання	20	1,6	-	Маринована редька

## Продовження таблиці 2.6

1	2	3	4	5	6	7
Помідори	1,5	Миття, очищення	5	1,4	-	Свіжий салат з помідорів та огірків Соте з овочів Овочева нарізка Мариновані перці
Перець паприка	3,6	Миття, очищення	5	3,4	-	Овочева нарізка Маринований перець Соте з овочів
Салат	0,5	Миття, очищення ручне	5	0,5	-	Овочева нарізка
Рукола	0,5	Миття, очищення ручне	5	0,5	-	Овочева нарізка
Капуста білокачанна	4,5	Миття, очищення	20	3,6	Шинкування	Тушкована капуста з яйцем Квашена капуста
Часник	1,2	Очищення, миття	20	1,1	-	Солоні огірки Огірки по-корейськи Морква-по-корейськи Перетерте сало з часником Соте з овочів Тушкована капуста з яйцем Оладки з кабачків Маринади для м'яса
Баклажан	0,4	Миття, очищення ручне	5	0,4	Нарізання	Соте з овочів Веганський набір Овочевий набір
Цибуля ріпчаста	1,3	Очищення, миття	20	1,0	Нарізання	Соте з овочів Оладки з кабачків
Спаржа	2,6	Миття, очищення	15	2,2	-	Запечена спаржа
Картопля	0,9	Миття, очищення, доочищення промивання	20	0,7	Нарізання	Картопля по-селянськи
Кабачок	4,3	Миття, очищення ручне	15	3,7	Нарізання	Веганський набір Овочевий набір Оладки з кабачків

Розроблено автором

На підставі виробничої програми закладу розроблено та представлено у таблиці 2.7 виробничу програму м'ясо-рибного цеху.

Таблиця 2.7

## Виробнича програма м'ясо-рибного цеху

Назва сировини	Добова кількість, кг	Технологіч на обробка	%, відходів	Вихід напівфабрикатів	Технологіч на обробка	Призначення напівфабрикатів
Яловичина (вирізка, тонкий, товстий край)	32,2	Миття	0	32,2	Нарізання Виробництво фаршу	Барбекю з яловичина М'ясне асорті Ковбаси
Свинина (корейка, ошийок)	32,7	Миття	0	32,7	Нарізання Виробництво фаршу	Барбекю зі свинини М'ясне асорті Ковбаси
Курятина (філе)	19,5	Миття, Зачищення	12	17,16	Нарізання	Барбекю з курятини, М'ясне асорті
Креветки королівські	0,8	Миття	0	0,8	-	Морський коктейль
Лосось	0,8	Миття, Зачищення	12	0,704	Нарізання	Морський коктейль
Щупальця восьминога	0,8	Миття	0	0,8	Нарізання	Морський коктейль
Сардини	0,96	Миття, Зачищення	12	0,845	-	Морський коктейль

Розроблено автором

Після визначення усіх технологічних процесів у заготівельних цехах підбираємо та наводимо у таблиці 2.8 устаткування згідно із наказом Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України від 3 січня 2003 року №2 «Про затвердження Рекомендованих норм технічного оснащення закладів громадського харчування» за допомогою каталогів обладнання. Нейтральне устаткування, таке як виробничі столи, полиці, шафи, стелажі тощо, обирали після вибору основного за технологічною необхідністю.

Таблиця 2.8

## Перелік обладнання заготівельного цеху

Найменування	Марка, виробник	Кількість од., шт.	Призначення
Картоплечистка	Profi Line 226834 5 Кг, Нідерланди	1	Очищення коренеплодів
М'ясорубка	EWT INOX TK12B, Китай	1	Виробництво січеного м'яса
Овочерізка	Fimar TV3000, Італія	1	Нарізання овочів відповідно до технологічного процесу
Слайсер	ESSEDUE 300 NEW, Італія	2	Нарізання овочів, м'яса та риби
Шафа холодильна	G-GN1200TN-FC Forcold, Італія	2	Тимчасове зберігання напівфабрикатів
Стіл холодильний	Tecnodom TF 03 MID GN 3 двері, Італія	2	Тимчасове зберігання напівфабрикатів
Ваги фасувальні	Днепровес ВТД-ФЛ, Україна	3	Зважування сировини для фасування

Розроблено автором

У додатку Ж наведено приклад планувального рішення виробничих приміщень ресторану «Ukrainian BBQ».

Виробничу програму цехів з виготовлення кулінарної продукції розробляли на основі виробничої програми закладу і оформлювали у вигляді таблиці 2.9.

Таблиця 2.9

## Виробнича програма доготівельного цеху

№ рецептури	Найменування страв	Вихід, г	Кількість страв, порцій
фірмова	Солоні огірки	70	33
фірмова	Огірки по-корейськи	70	27
фірмова	Морква по-корейськи	70	33
фірмова	Маринована редька	70	27
фірмова	Салат із свіжих помідорів та огірків	70	27
фірмова	Овочева нарізка із сезонних овочей	70	33
фірмова	Квашена капуста	70	33
фірмова	Маринований перець у томатному соусі	70	27
фірмова	Перетерте сало із часником	40	33
фірмова	Соте з овочів	70	29
фірмова	Тушкована капуста із яйцем	70	28
фірмова	Запечена спаржа	70	29
фірмова	Кабачкова ікра	70	11
фірмова	Оладки з кабачків	70	17

Розроблено автором

На основі даних виробничої програми і схеми виробничого процесу цехів з виробництва кулінарної продукції склали перелік технологічних ліній виробництва кулінарної продукції, які наведені у таблиці 2.10.

Таблиця 2.10

## Організація технологічних процесів готової кулінарної продукції

Технологічні лінії	Технологічні операції	Назва страви, напівфабрикату	Години виконання робіт	Кількість за години максимального завантаження, порції (л, кг)	Посуд, його площа, м <sup>2</sup>	Необхідне устаткування (тип)	Кваліфікація працівників
1	2	3	4	5	6	7	8
Приготування гарячих закусок	Тушкування овочів	Соте з овочів	9.00-11.00	20,3 кг	деко	пароконвектомат	кухар V розряду
		Тушкована капуста	9.00-11.00	19,60 кг	деко	пароконвектомат	кухар V розряду
		Ікра кабачкова	9.00-11.00	19,60 кг	казан, 0,054	плита електрична	кухар V розряду
	Запікання спаржі	Спаржа	на замовлення	0,07 кг	деко	пароконвектомат	кухар V розряду
	Смаження оладків	Оладки з кабачків	на замовлення	0,07 кг	сковорода, 0,054	плита	кухар V розряду
Приготування холодних закусок	Нарізка овочів	Салат із свіжих помідорів та огірків	на замовлення	0,07 кг		стіл виробничий	кухар III розряду
		Овочева нарізка із сезонних овочей	на замовлення	0,07 кг		стіл виробничий	кухар III розряду
Приготування холодних закусок	Нарізка овочів	Огірки по-корейськи	11.00-12.00	18,90 кг		стіл виробничий	кухар III розряду
		Морква по-корейськи	12.00-13.00	23,10 кг		стіл виробничий	кухар III розряду
		Маринована редька	11.00-12.00	18,90 кг		стіл виробничий	кухар III розряду

## Продовження таблиці 2.10

1	2	3	4	5	6	7	8
		Квашена капуста	13.00-15.00	23,10 кг		стіл виробничий	кухар III розряду
		Маринований перець у томатном у соусі	15.00-17.00	18,90 кг		стіл виробничий	кухар III розряду
	Маринування	Морква по-корейськи	13.00-14.00	23,10 кг	Каструля, 0,054	стіл виробничий	кухар V розряду
		Маринована редька	12.00-13.00	18,90 кг	Каструля, 0,054	стіл виробничий	кухар V розряду
		Квашена капуста	15.00-17.00	23,10 кг	Каструля, 0,054	стіл виробничий	кухар V розряду
		Маринований перець у томатном у соусі	17.00-18.00	18,90 кг	Каструля, 0,054	стіл виробничий	кухар V розряду
	Подрібнення сала, часнику	Перетерте сало із часником	18.00-20.00	13,20 кг	Чаша блендера	Блендер	кухар V розряду

Розроблено автором

Згідно із технологічними процесами у доготівельному цеху підбираємо обладнання та зводимо його у таблицю 2.11.

Таблиця 2.11

## Перелік обладнання доготівельного цеху

Найменування	Марка, виробник	Кількість од., шт.	Призначення
Пароконвектомат	fx101e3, Італія, Angelo Po	1	Запікання сировини
Плита електрична 6-ти	RM GASTRO SPT7120/21E, Чехія	1	Смаження напівфабрикатів
Стіл з бортом з полкою	DINOX, Україна	1	Нарізання сировини
Блендер	Remida FR-B1 X1, Італія	1	Подрібнення
Стіл холодильний	Tecnodom TF 03 MID GN 3 двері, Італія	2	Тимчасове зберігання
Ваги фасувальні	Днепровес ВТД-ФЛ, Україна	3	Зваження сировини для фасування

Розроблено автором

Кількість порцій одного виду страв за години максимального завантаження розраховували за формулою

$$N_{\max} = K \times N_{\text{день}}, \quad (2.4)$$

де:  $N_{\max}$ . – кількість порцій одного виду страв за години максимального завантаження, шт.;

$N_{\text{день}}$  – кількість порцій одного виду страв за день, шт.;

$K$  – коефіцієнт перерахунку, що визначали як співвідношення прогнозованої кількості відвідувачів, які користуються послугами закладу протягом години максимального завантаження ( $N_{\max}$ ) до загальної кількості відвідувачів за день ( $N_{\text{день}}$ ) за формулою

$$K = N_{\max} / N_{\text{день}} \quad (2.5)$$

У таблиці 2.12 наведено розрахований за формулами графік погодинної реалізації продукції закладу. У додатку Д наведено графічне зображення погодинної реалізації за групами страв.

Таблиця 2.12

## Графік погодинної реалізації продукції закладу

	Години роботи												Всього
	11-12	12-13	13-14	14-15	15-16	16-17	17-18	18-19	19-20	20-21	21-22	22-23	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Кількість споживачів	8	24	16	8	4	8	12	12	14	13	12	12	143
Коефіцієнти перерахунку	0,06	0,17	0,11	0,06	0,03	0,06	0,08	0,08	0,10	0,09	0,08	0,08	1,00
<b>Холодні закуски</b>													<b>272</b>
Солоні огірки	2	5	4	2	1	2	3	3	3	3	2	3	33
Огірки по-корейськи	1	5	3	2	1	2	2	2	3	2	2	2	27
Морква по-корейськи	2	5	4	2	1	2	3	3	3	3	2	3	33
Маринована редька	1	5	3	2	1	2	2	2	3	2	2	2	27



Закінчення таблиці 2.12

<i>I</i>	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Млинці з маком та горіхами політі малиновим джемом	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	11
Булочка з корицею та творожним кремом	0	1	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	6
<b>Всього</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	
<b>Хліб та хлібобулочні вироби</b>													<b>143</b>
Хліб пшеничний	2	7	5	2	1	2	4	4	4	4	4	4	43
Хліб житній	2	7	5	2	1	2	4	4	4	4	4	4	43
Хліб із солодом	2	5	3	2	1	2	2	2	3	2	2	2	28
Французька булка	2	5	3	2	1	2	2	2	3	3	2	2	29
<b>Всього</b>	<b>8</b>	<b>24</b>	<b>16</b>	<b>8</b>	<b>4</b>	<b>8</b>	<b>12</b>	<b>12</b>	<b>14</b>	<b>13</b>	<b>12</b>	<b>12</b>	

Розроблено автором

### 2.3 Організація роботи працівників на кухні

Наступним кроком було визначення потрібної кількості працівників на кухню для забезпечення безперебійної роботи ресторану. Для цього використовували формулу

$$N = \frac{\sum t_{з} \times \alpha}{3600 \times T} = \frac{\sum n \times (K_{тр} \times 100) \times \alpha}{3600 \times T}, \quad (2.6)$$

де:  $\sum t_{з}$  – сума витрат часу на виготовлення страв, с;

$n$  – кількість страв даного виду, які готуються протягом дня;

$K_{тр}$  – коефіцієнт трудомісткості виготовлення страви;

$K_{труд} \cdot 100$  – норма часу на виготовлення страви, с;

$\alpha$  – коефіцієнт, який враховує режим роботи закладу та відсутність працівників внаслідок поважних причин (1,14 – при 8-годинному робочому дні та двох вихідних; 1,58 – при тривалості робочого дня 11 год. 30 хв. і роботі через день);

T – тривалість зміни;

N – загальна кількість працівників цехів.

Розрахунок кількості робітників у закладі:

Тривалість зміни – 12 год ( $\alpha=1,58$ )

Зміна працівника у секундах – 43 200 сек.

$$N = \frac{109360 \times 1,58}{43200} = 4$$

Згідно із розрахунками потрібно всього 4 працівники на одну зміну, отже, всього потрібно 8 працівників.

Для виконання виробничої програми необхідні: 1 робочий в овочевий заготівельний цех, 1 робочий у м'ясо-рибний заготівельний цех, 1 робочий у доготівельний цех та 1 робочий у кондитерський цех.

Робочий день у цеху розпочинається о 10 годині ранку, щоб був час усім кухарям підготуватися до відкриття закладу. Кухарі вмикають устаткування, проводять ревізію напівфабрикатів, щоб визначити план дій перед відкриттям закладу, та підготовчі операції до приготування.

У кожному цеху працює один кухар, наявність перерви залежить від завантаження зали. Відповідно до графіку погодинної реалізації продукції, що наведений у додатку Д, перерва можлива у період з 15 по 18 годину приблизно 30 хвилин. Графік виходу працівників на роботу наведено у додатку Е. Графік має змішану форму, такий метод обумовлений тим, що у п'ятниці та вихідні передбачена більша кількість гостей ніж протягом робочого тижня, тому кількість годин скорочено до 7. В інші дні робітники працюють з вівторка по четвер 13 годин з 30 хвилинною перервою та усі вони мають вихідний у понеділок. Всього у робітників наявно три дні вихідних на тиждень.

## 2.4 Організація роботи працівників у торгівельній залі

Потрібна кількість персоналу у торгівельній залі залежить від кількості посадкових місць. Заклад, що розробляється передбачає 40 посадкових місць. Зазвичай на обслуговування 10-15 гостей потрібен 1 офіціант. Враховуючи, що більша частина обслуговування буде автоматизована розглянемо 15 гостей на одного офіціанта. Тоді потрібну кількість офіціантів розрахуємо таким чином:

$$40 \text{ посадкових місць} / 15 \text{ гостей} = 2,6 \text{ офіціантів}$$

Отже, всього потрібно два офіціанти на повний робочий день та один на не повний робочий день. Тоді зранку зміну буде відкривати один офіціант, а у більш завантажені години приходитиме ще один офіціант.

Також у закладі буде працювати один бармен на зміну, тому всього потрібно два співробітники на бар, що будуть працювати позмінно.

У додатку Е наведено графік виходу на роботу офіціантів та барменів.

### Висновок до розділу 2

Розроблено концепцію ресторану «Ukrainian BBQ», що поєднує у собі стиль корейського барбекю та українську кухню. Заклад матиме 40 посадкових місць та знаходитиметься у центрі міста Чернівці. Контингентом потенційних гостей будуть люди старше 18 років, які повертаються після роботи або навчання з університету, групи молодих людей, що шукають місце для гарного проведення часу, бо заклад знаходитиметься у центрі міста, де молодь гуляє та проводить час по вечорах. Час роботи закладу – з 11 до 23 години щодня крім понеділка.

На основі проведених розрахунків встановлено, що прогнозована кількість відвідувачів становитиме 143 людини, приблизна денна кількість реалізованої продукції складатиме 615 страв, 47 л алкогольних напоїв, 34 л

гарячих та холодних напоїв та 143 кг хлібу та хлібобулочних виробів. Розроблено розрахункове меню, на основі якого визначено необхідну кількість сировини, а також складено виробничі програми овочевого, м'ясо-рибного та доготівельного цехів.

Встановлено, що для безперебійної роботи ресторану необхідно 8 кухарів – по 4 у кожну зміну. Для роботи торгівельної зали було розраховано необхідну кількість офіціантів та барменів. На одну зміну потрібно одного офіціанта на повний робочий день та одного на неповний та одного бармена. Розроблено графіки погодинної реалізації продукції та виходу працівників на роботу.

## РОЗДІЛ 3. ОБҐРУНТУВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРОЄКТНИХ РІШЕНЬ

### 3.1. Фінансові результати діяльності ресторану

Відсутність управління витратами призводить до фінансових втрат ресторану та банкрутства. Тому є необхідними завжди контролювати фінансові показники, планувати усі витрати, а також потрібно прогнозувати прибутковість проєкту [20]. Опираючись на інформацію наведену у розділі 2 можна розрахувати передбачувані витрати на початку відкриття закладу та зрозуміти ціну проєкту.

Витрати можна розділити на одноразові, постійні та змінні. Одноразовими називають ті витрати, що здійснюються один раз і відсутні у майбутньому. Зазвичай це витрати на обладнання, посуду та інвентарю. Дані наведені у таблиці 3.1.

Таблиця 3.1

#### Одноразові витрати закладу «Ukrainian BBQ»

Параметр	Сума, грн
Кухонне обладнання	698 917
Касове обладнання	90 000
Оснащення торгівельної зали	406 691
Столовий посуд	29 500
Всього	1 225 108

Розроблено автором

Таким чином, для початкових інвестицій знадобиться 1 225 108 гривень.

До постійних відносять витрати на оренду приміщення, виплату заробітної плати робітникам, ремонт та обслуговування обладнання. Для визначення річної суми амортизації, використовуємо формулу 3.1, де ділиться вартість, що буде амортизуватися, тобто вартість обладнання, на строк корисного використання об'єкта основних засобів (в середньому цей показник – 10 місяців).

$$A = V_0/T, \quad (3.1)$$

де  $V_0$  – вартість обладнання;

$T$  – строк корисного використання об'єкта.

Ремонт та обслуговування обладнання буде складати:

$$A = 1\,225\,108 / 10 = 122\,511 \text{ грн}$$

На місяць витрати складатимуть:

$$122\,511/12 = 10\,210 \text{ грн}$$

Також до постійних витрат відносять заробітну плату. Згідно з розрахунком з попереднього розділу, в ресторані буде працювати 8 кухарів, 2 бармени, 2 офіціанти повний робочий день та 1 офіціант неповний робочий день. Згідно із веб-сайтом пошуку роботи work.ua в середньому заробітна плата в місті Чернівці у сфері готельно-ресторанного бізнесу складає: кухар – 25 тис. грн., офіціант – 20 тис. грн., офіціант на неповний робочий день – 15 тис. грн., бармен – 20 тис. грн., прибиральник – 10 тис. грн., посудомийник – 10 тис. грн., менеджер ресторану – 30 тис. грн [30]. Орієнтуючись на ці дані, розраховуємо заробітну плату персоналу ресторану (таблиця 3.2).

Таблиця 3.2

Заробітна плата персоналу ресторану

Персонал	Кількість	Заробітна плата грн/міс.	Всього
Кухар	8	25 000	200 000
Посудомийник	2	10 000	20 000
Прибиральник	2	10 000	20 000
Офіціант	2	20 000	40 000
Офіціант на неповний робочий день	1	15 000	15 000
Бармен	2	20 000	40 000
Менеджер	1	30 000	30 000
Всього			365 000

Розроблено автором

В середньому оренда приміщення у центрі міста Чернівці може складати 25 тис грн. Тоді постійні витрати на місяць складатимуть 395 210 грн на місяць. У таблиці 3.3 наведено усі постійні витрати закладу.

Таблиця 3.3

## Постійні витрати

Параметр	Сума на місяць, грн
Оренда приміщення	20 000
Фонд заробітної плати	365 000
Амортизація	10 210
Всього	395 210

Розроблено автором

Змінні витрати ресторану залежать від обсягу продажів та змінюються відповідно до активності бізнесу. До даних витрат входять: закупівля сировини (Food cost), тари одноразового використання для пакування їжі на доставку, а також комунальні платежі та маркетингові витрати.

Комунальні послуги є невід’ємною частиною роботи закладу, що забезпечує усі процеси приготування страв та обслуговування клієнтів. У таблиці 3.4 наведено ціни комунальних послуг станом на травень 2024 року.

Таблиця 3.4

## Вартість комунальних послуг

Послуга	Ціна, грн	Споживання на місяць	Ціна на місяць
Електроенергія	2,64 грн/кВт з ПДВ	2448 кВт	6 463
Водопостачання та водовідведення	24,5 грн/куб. м з ПДВ	82.5 куб. м	2 021
Вивіз сміття	170	-	170
Всього			8 654

Розроблено автором

Витрати на зв’язок та Інтернет приблизно складатимуть 640 грн/міс, на програмне забезпечення Poster для автоматизації та складського обліку закладів – 1450 грн/міс [41].

Приблизні витрати на побутову хімію 2 046 грн/міс, харчування персоналу 13 000 грн/міс, банківські послуги від банкінгу Monobank станом на 2024 рік складають по терміналу з орендою терміналу 680 грн/міс або QR-каси і терміналу у смартфоні 180 грн/міс від транзакції та 1.3% еквайрингової комісії з гривневих карток та 2% з іноземних карток [14]. Враховуючи очікуваний прибуток від надання основних послуг складатиме 772 200 грн на місяць та не усі клієнти будуть обирати безготівковий тип оплати, тоді приблизний дохід через транзакції може складати 540 540 грн на місяць та відсоток від транзакцій через банкінг складатиме 7 028 грн на місяць. Загальна сума за усі надані послуги банком складають 7 888 грн/міс, на рік – 94 656 грн.

Food cost – це вартість сировини, що використовується для приготування страв та напоїв у закладі. Він потрібен для визначення собівартості виготовленої продукції для ефективного контролю витрат та прибутку. Food cost для ресторанів в середньому складає від 25% до 40% від вартості страви у меню [34].

Середню собівартість страв визначали за формулою

$$\text{Середня собівартість страви} = \frac{\text{Загальні витрати на приготування страв}}{\text{Кількість виготовлених страв}} \quad (3.2)$$

В середньому ресторан витрачатиме за місяць:

- 1 804 037 грн на продукти
- 365 000 грн на заробітну плату кухарів
- 8 654 грн на електроенергію та воду
- 10 210 грн на амортизацію обладнання

Таким чином, витрати на місяць складатимуть:

$$1\,804\,037 + 365\,000 + 8\,654 + 10\,210 = 2\,187\,900 \text{ (грн)}$$

Приблизна кількість виготовлених страв та напоїв згідно із розрахунками завантаженості зали та асортиментом меню складатиме 10 612 одиниць.

Підставляючи усі дані в формулу 3.2, розраховуємо середню собівартість страви:

$$\text{Середня собівартість страви} = \frac{1\,804\,037}{10\,612} = 170 \text{ грн}$$

Таким чином, середня собівартість страв складатиме 170 грн.

Мінімальна ціна продажу страви у ресторані складатиме 420 грн.

Food cost ( $F_c$ ) визначаємо за формулою

$$F_c = \frac{\text{Собівартість страв}}{\text{Ціна продажу}} * 100\% \quad (3.3)$$

$$F_c = \frac{170}{420} * 100\% = 40\%$$

Також до необхідних змінних витрат відносяться маркетингові витрати, від яких залежить потік нових клієнтів у заклад. Для розрахунку бюджету на маркетингові витрати, потрібні показники кількості потенційних нових клієнтів на місяць, середній чек на особу, відсоток маржі (чистий прибуток від загального доходу), що зазвичай після усіх виплат складає 30%, та відсоток маркетингових відрахувань. Вони становлять:

- потенційні нові клієнти на місяць – 250 осіб
- середній чек на особу – 300 грн
- відсоток прибутку – 30%
- маркетингові відрахування – 15%

Отже, маркетингові витрати =  $250 * 300 * 0,3 * 0,15 = 3\,375$  грн/місяць.

Усі змінні витрати зводимо в таблицю 3.5.

Таблиця 3.5

## Змінні витрати

Послуга	Сума, грн/місяць
Food cost	2 187 900
Тара для доставки їжі	2 413
Комунальні платежі	8 654
Зв'язок, Банкінг, Інтернет та програмне забезпечення	9 118
Адміністративно-побутові витрати	15 000
Маркетинг	3 375
Всього	2 226 460

Розроблено автором

Отже, змінні витрати складатимуть приблизно 2 226 460 грн на місяць.

### 3.2. Обґрунтування системи оподаткування

Організаційно-правовою формою власності ресторанного підприємства є фізична особа-підприємець (ФОП). Для невеликих закладів 2 та 3 групи, де не ведеться бухгалтерський облік та облік витрат, встановлюється єдиний податок [15]. Розроблений бізнес працюватиме на загальній системі оподаткування як платник єдиного Організаційно правовою формою власності ресторанного підприємства є фізична особа підприємств (ФОП). Для невеликих закладів підходить єдиний податок для 2 та 3 групи, де не ведеться бухгалтерський облік та витрати [9]. Розроблений бізнес працюватиме на загальній системі оподаткування як платник єдиного податку 3 групи, що означає 3%+ПДВ (20%).

Таким чином 3 група ФОП може працювати з платниками Єдиного податку – ФОП і юрособами, нема ліміту кількості найманих працівників, обмеження по видами діяльності [27]. Також існують обмеження у річних надходження, що можуть складати не більше 8 млн 285 тис 700 грн.

Обов'язковим для виконання є сплатення Єдиного соціального внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування (ЄСВ) ФОПом та за його співробітника. Розмір внеску встановлюється самим платником, але не

може складати менше мінімальної ставки. Станом на 2024 рік мінімальна ставка ЄСВ складає 22% від заробітної плати [15].

Відкриття ФОП не займає багато часу. Всього потрібно мати додаток Дії, паспорт та ідентифікаційний номер. Заява розглядається продовж доби, але задля такої швидкої відповіді, потрібно обрати належні КВЕДи. Для ресторану «Ukrainian BBQ» обираються наступні КВЕДи:

- 56.10 Діяльність ресторанів, надання послуг мобільного харчування;
- 56.21 Постачання готових страв для подій;
- 56.29 Постачання інших готових страв;
- 56.30 Обслуговування напоями [15].

Звіт про доходи та витрати допомагає відстежувати фінансову діяльність ресторану, планувати бюджет на наступні роки, оцінювати окупність закладу, виявляти проблеми та особливо подавати фінансову звітність у податкову.

Необхідно обов'язково вести податкову звітність, щоб не мати проблем з податковою системою та забезпечити безперебійну роботу закладу, а також відслідковувати витрати закладу. Усі податкові операції повинні проходити через РРО для ресторанів або ПРРО. ПРРО або Програма реєстрації розрахункових операцій фіскалізує продажі, веде облік та надсилає їх у податкову систему без помилок та запізнь.

Також для продажу алкоголю у закладі, що передбачено меню, повинна бути ліцензія, яка дозволяє це робити на території ресторану. Для загальної системи оподаткування ліцензія розповсюджується на усі типу алкоголю, але для ФОП 3 групи дозволяється ліцензія на певні типи алкоголю. За інші види потрібно сплачувати 5% акцизу та подавати акцизну декларацію.

Існує непрямий додаток, що називається податок на додану вартість (ПДВ). Він зазвичай складає частину ціни товарів та сплачується споживачем, але власник закладу зобов'язаний перераховувати ПДВ до держбюджету. Це є зобов'язанням, якщо дохід закладу перевищує 1 млн. грн на рік або ця умова є

добровільною, якщо дохід наближається до 1 млн. грн за останні 12 місяців.  
ПДВ розраховується як:

$$\begin{aligned} & \text{всі податкові зобов'язання} + \text{податковий кредит} = \\ & = \text{сума, що потрібно сплатити} \end{aligned} \quad (3.4)$$

Одним із останніх важливих завдань для планування розвитку бізнесу є оцінка прибутковості та безбитковості ресторану.

### 3.3. Оцінка прибутковості та точки безбитковості

Задля оцінки прибутковості справи потрібно визначити доходи, розрахувати витрати (постійні, змінні, такі як маркетинг, реклама, адміністративні витрати та інші) та розрахувати розмір прибутку. Для цього визначали валовий дохід (Sales), чистий дохід (Net Sales), собівартість продукції (COGS), валовий прибуток (Gross Profit), адміністративні витрати та збут (SG&A), амортизацію, прибуток сплати відсотків та податків (EBIT), чистий прибуток без ПДВ (Net Profit) та податок на доходи (Income Tax).

Валовий дохід – це надходження прибутку від усіх видів діяльності у закладі харчування. У таблиці 3.6 наведено середній дохід ресторану за основні та додаткові послуги.

Таблиця 3.6

Дохід основних та додаткових послуг у ресторан «Ukrainian BBQ»

Послуги	Середній чек	Кількість діб	Кількість замовлень	Коефіцієнт навантаження	Кількість клієнтів	Дохід, грн
Основна послуга						
Надання харчування	700	30	-	0,4	143	3 003 000
Додаткова послуга						
Доставка їжі	500	30	4	0,4	20	60 000
Кейтерингові послуги	1200	-	6	0,5	65	468 000
Всього						3 531 000

Розроблено автором

Як видно з таблиці, середній дохід за надання основних послуг на місяць становить 3 003 000 грн., валовий дохід складає 3 531 000 грн/міс. Чистий дохід (Net Sales) є загальною сумою, що надходить до бізнесу за усі види діяльності та включає податки на додану вартість, що становить згідно з обраною формою оподаткування 20% для даного закладу, та заробітну плату.

$$\text{Net Sales} = \text{Gross Profit} - \text{Податки (ПДФ+ЄСВ)} \quad (3.5)$$

$$\text{Net Sales} = 909\,331 - 80\,300 - 706\,200 = 122\,831 \text{ грн/міс}$$

Тоді на рік чистий дохід складатиме 1 473 972 грн.

Собівартість продукції (COGS) – повна собівартість виробленого товару, що вироблявся протягом звітного періоду [20]. Включає заробітну плату з 22% ЄСВ, комунальні витрати та Food cost.

Валовий прибуток (Gross Profit) – це кошти, які залишаються після врахування усіх витрат без сплати податків, що пов'язані з наданням послуг у закладі. Валовий прибуток розраховували за формулою

$$\text{Gross Profit} = \text{Sales} - \text{Витрати на виробництво} \quad (3.6)$$

$$\text{Gross Profit} = 3\,531\,000 - 2\,226\,460 = 909\,331 \text{ грн/міс}$$

Адміністративні витрати та збут (SG&A) – це витрати, не пов'язані з виробництвом послуг, до них входять витрати на ПЗ, зв'язок, інтернет, банківські послуги, адміністративно-побутові та маркетингові витрати. Дані витрати становитимуть 27 493 грн на місяць та 329 916 грн на рік.

Амортизація - це розподіл фінансової підтримки речей, що мають властивість зношуватися та виходити з ладу під час довготривалої експлуатації (меблі, будівля, обладнання). Сума амортизації складатиме приблизно 10 210 грн на місяць та 122 520 грн на рік.

Прибуток сплати відсотків та податків (ЕВІТ) відбиває прибуток закладу до врахування витрат на обслуговування боргу та виплати податків та є необхідним для визначення ефективності роботи ресторану, його фінансової стійкості [36]. ЕВІТ визначали за формулою

$$\text{ЕВІТ} = \text{ЕВІТДА} - \text{Амортизація} \quad (3.7)$$

$$\text{ЕВІТДА} = 909\,331 - 27\,493 = 881\,838 \text{ грн/міс}$$

$$\text{ЕВІТ} = 881\,838 - 10\,209 = 871\,628 \text{ грн/міс}$$

Податок на доходи (Income Tax) – це податок на дохід підприємства, який стягується урядом залежно від рівня річного прибутку. Складає 3% від ЕВІТ.

$$\text{Income Tax} = 871\,628 * 12 * 0,03 = 313\,786 \text{ грн на рік.}$$

Чистий прибуток без ПДВ (Net Profit) – відображає прибуток після відрахування усіх податків, який компанія отримує за певний період часу. Даний показник відображає чистий фінансовий результат бізнесу після усіх витрат:

$$\text{Net Profit} = \text{Net Sales} - \text{Income Tax} \quad (3/8)$$

$$\text{Net Profit} = 122\,831 - (313\,786/12) = 96\,682 \text{ грн/міс}$$

У таблиці 3.7 зведено усі вище зазначені розрахунки.

## Звіт про доходи та витрати

Тип витрат	Сума грн/міс	Річна сума, грн
Одноразові витрати	1 225 108,00	-
Заробітна плата	365 000,00	4380000
Амортизація	10 209,23	122510,8
Оренда приміщення	20 000,00	240000
Постійні витрати	395 209,23	4742511
Тара для доставки	2 413,13	25717,56
Адмін витрати	15 000,00	180000
Банкінг та інф послуги	9 118,00	109416
Комунальні послуги	8 653,97	103847,6
Кількість продукції	12 870,00	154440
Середня собівартість страви	170,00	-
Food cost	2 187 900,00	26254800
Вартість продуктів	1 804 036,80	21648478
Мінімальна ціна продажу	420,00	-
Маркетинг	3 375,00	40500
Змінні витрати	2 226 460,10	26717521
Sales	3 531 000,00	42372000
Податок на зарплату 22	80 300,00	963600
Податок на дохід ПДВ 20	706 200,00	8474400
COGS	2 481 253,97	29775048
Gross Profit	909 330,67	10911644
Net Sales	122 830,67	1473968
Адмін послуги та збут	27 493,00	329916
EDITDA	881 837,67	10582052
EBIT	871 628,44	10459541
Income Tax	313 786,24	3765435
Net Profit	96 681,82	1160182

Розроблено автором

Після визначення прибутку ресторану розраховували прибутковість бізнес-ідеї. Задля цього використовували наступні показники: Sales, Gross Profit, Gross profit Margin (%), EBITDA, EBITDA Margin (%), EBIT, Net Income, Return on sales (%).

Gross profit Margin (%) – відсоток виручки, що залишається після вирахування прямих витрат на товари та послуги. Чим вищий показник маржі валового прибутку, тим більший відсоток виручки залишається для покриття

інших витрат, таких як зарплати, оренда, реклама, та створення чистого прибутку [41].

$$\text{Gross profit Margin} = \text{Gross Profit} / \text{Sales} * 100\% \quad (3.9)$$

$$\text{Gross profit Margin} = 909\,331 / 3\,531\,000 * 100\% = 25,75\%$$

ЕВІТДА Margin (%) – це фінансовий показник, який відображає частку ЕВІТДА у загальному обсязі продажів компанії. Використовується для оцінки операційної ефективності та рентабельності бізнесу [36].

$$\text{ЕВІТДА Margin} = \text{ЕВІТДА} / \text{Sales} * 100\% \quad (3.10)$$

$$\text{ЕВІТДА Margin} = 881\,838 / 3\,531\,000 * 100\% = 24,37\%$$

Return on sales (%) – це фінансовий показник рентабельності діяльності підприємства з урахуванням усіх витрат.

$$\text{Return on sales} = \text{ЕВІТ} / \text{Sales} * 100\% \quad (3.11)$$

$$\text{Return on sales} = 871\,628 / 3\,531\,000 * 100\% = 24,69\%$$

Одним з останніх критеріїв бізнес-плану є розрахунок точки беззбитковості, де визначається, через який час даний бізнес вийде «в нуль» і почне приносити власнику прибуток. Зазвичай точка беззбитковості досягається не більше ніж за 1 рік, але, як вважається, чим менший цей період, тим краще.

Знання цієї точки дозволяє встановити цілі продажів, оцінити необхідні інвестиції, визначити, скільки часу потрібно досягти прибутковості, та

оцінити фінансову стійкість проєкту. Вимірюється цей показник у натуральному та грошовому еквіваленті.

Розрахуємо точку беззбитковості у грошовому еквіваленті:

$$ТБ_{г} = \frac{\text{Прибуток на місяць} * \text{Постійні витрати}}{\text{Прибуток на місяць} - \text{Змінні витрати}} \quad (3.12)$$

Прибуток на місяць становить 3 531 000 грн, постійні витрати – 395 209 грн та змінні витрати – 2 226 460 грн.

$$ТБ_{г} = \frac{3\,531\,000 * 395\,209}{3\,531\,000 - 2\,226\,460} = 1\,069\,713 \text{ грн}$$

Таким чином, потрібно отримувати 1 069 713 грн чистого прибутку, щоб вийти на точку беззбитковості. Якщо поділити суму точки беззбитковості на місячний дохід, то строк виходу у точку беззбитковості складає 11 місяців.

### Висновки до розділу 3

З метою контролю фінансових показників, планування витрат і прогнозування прибутковості проєкту було визначено одноразові, постійні та змінні витрати ресторану, які склали 1 225 108 тис. грн, 395 210 грн на місяць та 2 226 460 грн на місяць відповідно.

Організаційно-правовою формою власності ресторану обрано ФОП (фізична особа-підприємець). Розроблений бізнес працюватиме на загальній системі оподаткування як платник єдиного податку 3 групи, що означає 3%+ПДВ (20%).

Щоб вийти на точку беззбитковості, потрібно отримувати 1 069 713 грн чистого прибутку, строк виходу у точку беззбитковості складає 11 місяців.

## ВИСНОВОК

1. Їжа відіграє важливу роль у житті людей, навіть у важкі часи, тому, не зважаючи на воєнний стан, створення і відкриття нових закладів ресторанного господарства в нашій країні має продовжуватися.

2. Національна кухня є важливим елементом традиційної та матеріальної культури народу, вона має зберігатися і розвиватися. Різні кліматичні умови в регіонах України, тісні міжкультурні відносини з сусідніми країнами сприяли створенню унікальної, різноманітної, яскравої кухні, страви якої відомі у світі. необхідно вивчати історію, відроджувати забуті технології та створювати новітні українські страви.

3. Аналіз світових тенденцій свідчить про інтенсивне зростання інтересу до корейської культури, особливо до кухні, що є її невід'ємною частиною. Одним з популярних стилів в ресторанному господарстві цієї країни є корейське BBQ. Основною перевагою даних типів закладу є швидкість обслуговування. Майже всі страви подаються сирими та готуються гостями на столі, що зменшує час підготовки кожного замовлення. Об'єднання корейського стилю з традиційною українською кухнею може дати цікавий результат.

4. Зважаючи увагу на усі фактори, що принесла із собою війна в Україну, можна зробити висновок, що відкриття нового ресторанного бізнесу є дуже ризикованою справою, але все ще може бути прибутковою для власника. Задля зменшення варто обирати міста, ближчі до кордону з Європейськими країнами через нижчу можливість окупації даних територій та не таких частих обстрілів порівняно зі східними регіонами. Тому в даній роботі створено концепцію та розроблено організаційно-проектні рішення ресторану української кухні у стилі корейського BBQ для відкриття його в місті Чернівці.

5. На основі проведених теоретичних досліджень розроблено концепцію ресторану «Ukrainian BBQ», що поєднує у собі стиль корейського барбекю та українську кухню. Заклад матиме 40 посадкових місць та знаходитиметься у

центрі міста Чернівці. Контингентом потенційних гостей будуть люди старше 18 років, які повертаються після роботи або навчання з університету, групи молодих людей, що шукають місце для гарного проведення часу, бо заклад знаходитиметься у центрі міста, де молодь гуляє та проводить час по вечорах. Час роботи закладу – з 11 до 23 години щодня крім понеділка.

6. На основі проведених розрахунків встановлено, що прогнозована кількість відвідувачів нового закладу становитиме 143 людини, приблизна денна кількість реалізованої продукції складатиме 615 страв, 47 л алкогольних напоїв, 34 л гарячих та холодних напоїв та 143 кг хлібу та хлібобулочних виробів.

7. Розроблено розрахункове меню, на основі якого визначено необхідну кількість сировини, а також складено виробничі програми овочевого, м'ясо-рибного та доготівельного цехів.

8. Встановлено, що для безперебійної роботи ресторану необхідно 8 кухарів – по 4 у кожену зміну. На одну зміну потрібно одного офіціанта на повний робочий день та одного на неповний та одного бармена. Розроблено графіки погодинної реалізації продукції та виходу працівників на роботу.

9. З метою контролю фінансових показників, планування витрат і прогнозування прибутковості проекту було визначено одноразові, постійні та змінні витрати ресторану, які склали 1 225 108 тис. грн, 395 210 грн на місяць та 2 226 460 грн на місяць відповідно.

10. Організаційно-правовою формою власності ресторану обрано ФОП (фізична особа-підприємець). Розроблений бізнес працюватиме на загальній системі оподаткування як платник єдиного податку 3 групи, що означає 3%+ПДВ (20%).

11. Щоб вийти на точку беззбитковості, потрібно отримувати 1 069 713 грн чистого прибутку, строк виходу у точку беззбитковості складає 11 місяців.

## СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Артюх Л. Культура української їжі // Українська культура, № 4, 2007.
2. Борисенко В. Традиції і життєдіяльність етносу. На матеріалах святково-обрядової культури українців. Київ, 2000. 191 с.
3. Брайченко О. Кухарські книги початку ХХ ст. як джерело дослідження гастрономічної культури українців // Українознавство, № 1(66), 2018. С. 30-41.
4. Брайченко Олена, Гримич Марина, Лильо Ігор, Резніченко Віталій. Україна. Їжа та історія. Київ : ФОП Брайченко О. Ю., 2021. 286 с
5. Брайченко Олена. Українське застілля. Харків: Віват, 2016
6. Варналій З. С., Васильців Т. Г., Лупак Р. Л., Білик Р. Р. Бізнес-планування підприємницької діяльності : навч. посіб. Чернівці: Технодрук, 2019. 264 с.
7. Васянович О. Традиційно-побутова культура галицької дрібної шляхти ХІХ — початку ХХ ст. у творчості Андрія Чайковського // Народна творчість та етнографія, № 5, 2008. С. 99-105.
8. Винний та гастрономічний туризм: глобальні тренди та локальні практики: монографія/[колектив авторів] за аук. Ред. Д. І. Басюк. – Вінниця: ПП «ЕдельвейУс і К», 2017. – 316 с.
9. Головач А. Оподаткування в ресторанах та кафе – Poster POS. Poster. [Електронний ресурс]. URL: <https://joinposter.com/ua/post/opodatkuвання-v-restoranax-i-kafe> (дата звернення: 21.04.2024).
10. Гончаренко Н. В. Реорганізація ресторанного бізнесу в умовах пандемії коронавірусу covid-19. Економіка та підприємництво. 2021. № 3. С. 40–45. URL: <https://doi.org/10.32840/1814-1161/2021-3-6> (дата звернення: 14.04.2024).

11. Грубич К. Смачна країна. Народні рецепти та поради звідусіль від народного журналіста. Львів: Видавництво Старого Лева, 2015. 304 с.
12. Дрогобицька О. Культура і побут галицької інтелігенції (XIX – 30-ті рр. XX ст.): курс лекцій. Івано-Франківськ: ПНУ, 2020. 120 с.
13. Друзюк Я. «Втратили 80% продажів»: як київські ресторани переживають карантин. The Village Україна. [Електронний ресурс]. URL: <https://www.village.com.ua/village/food/food-situation/295543-guide-quarantine-2020> (дата звернення: 13.04.2024).
14. Еквайринг від monobank | Послуги еквайрингу для бізнесу. monobank – мобільний банк. URL: <https://www.monobank.ua/acquiring?lang=uk> (дата звернення: 15.04.2024).
15. Єдиний податок ФОП 3 групи у 2024 році. Адвокатське об'єднання Бачинський та партнери. [Електронний ресурс]. URL: <https://legalaid.ua/ua/yedynuj-podatok-for-3-grupy/> (дата звернення: 23.04.2024).
16. Зб. наук.праць ІХ Всеукраїнської конф. курсантів та студентів. Львів: ЛДУ БЖД, 2022.163 с.
17. Зелінська-Джонсон Я. Спадщина чотирьох господинь. Спогади про те, як готували в українському домі. Львів: Видавництво Старого Лева, 2019. 256 с.
18. Зюбровський А. Народні традиції випікання хліба в українців наприкінці XIX — початку XXI століття (за матеріалами Південно-Західного історико-етнографічного регіону). Наукова думка, 2018. 201 с.
19. Іващук М. На Русанівці відкрився ресторан з платним входом True price. Журнал великого міста. [Електронний ресурс]. URL: <https://bzh.life/ua/eda/na-rusanivczi-vidkrivsvya-restoran-z-platnim-vhodom-true-price/> (дата звернення: 15.04.2024).
20. Кисельов О. No money — no honey: як розрахувати бюджет на залучення клієнтів - Блог Ringostat: статті про маркетинг та аналітику. [Електронний ресурс]. URL: <https://blog.ringostat.com/uk/no-money-no-honey->

yak-rozrakhuvaty-biudzhet-na-zaluchennia-kliientiv/ (дата звернення: 20.04.2024).

21. Лильо І. Львівська кухня. Харків: Фоліо, 2019. 256 с.

22. Моргулець О. Б., Вофсі П. В. Проблеми розвитку готельноресторанного бізнесу в Україні. Current and youth ways of solving the problems of world science : Abstracts of XXXIV International Scientific and Practical Conference (м. Флоренція, 28–30 серпня 2023 р.). Флоренція, 2023. С. 115–116.

23. Нетудихаткін І. Старожитня кухня київських митрополитів. Київ: Горобець, 2018.

24. Нове місце. Кафе «ХА» біля «Палацу спорту» від родини, яка втратила бізнес у Харкові. The Village Україна. [Електронний ресурс]. URL: <https://www.the-village.com.ua/village/food/food-news/329493-kafe-ha-bilya-palatsu-sportu-vid-rodini-yaka-vtratila-biznes-u-harkovi>

25. Опендатабот. Коронавірус - український бізнес на карантині. Вплив карантину на економіку України. [Електронний ресурс]. URL: <https://opendatabot.ua/business-quarantine> (дата звернення: 14.04.2024).

26. Пивоваренко О. Їжа у повсякденному житті козацької старшини як природня необхідність та соціальна ідентифікація // Етнічна історія народів Європи. Вип. 49. 2016. С. 27–33.

27. Податкова система підприємців - 3 група. Дія. [Електронний ресурс]. URL: <https://diia.gov.ua/tax-systems/3-grupa> (дата звернення: 21.04.2024).

28. Сокирко О. "Ведлугъ порядку братерского". Бенкети київських ремісників другої половини XVIII ст. Місто: історія, культура, суспільство. 2019. № 2. С. 35-86.

29. Стан та потреби бізнесу в Україні: секторальний розріз, вересень 2022. Центр розвитку інновацій. URL: <https://cid.center/state-and-needs-of-business-in-ukraine-sectoral-analysis-september-2022/> (дата звернення: 14.04.2024).

30. Статистика зарплат в Чернівцях. Work.ua – сайт пошуку роботи №1 в Україні. URL: <https://www.work.ua/stat/?region=57> (дата звернення: 14.03.2024).
31. Статистика повітряних тривог. [Електронний ресурс]. URL: <https://air-alarms.in.ua/> (дата звернення: 31.05.2024).
32. Тарновецька Н., Федосєєва Т., Іваночко В. Автентичні страви Коломийщини. Тернопіль: Видавництво ТОВ «Наш світ», 2016. 100 с.
33. Франко О. 1-ша українська загально-практична кухня. Харків: Фоліо, 2019. 544 с.
34. Що таке собівартість продукції та як її розрахувати?. Школа бізнесу Нова Пошта. [Електронний ресурс]. URL: <https://online.novaposhta.education/blog/shho-take-sobivartist-produkcii-ta-yak-ii-rozrahuvati> (дата звернення: 23.04.2024).
35. Caldito R., Candano D. K., Diaz K. B. The Impact of Brand Equity of Korean Barbeque Restaurants on Purchase Decision among Generation-Z in Metro Manila. *Journal of Business and Management Studies*. 2022. Т. 4, № 1. С. 115–123. URL: <https://doi.org/10.32996/jbms.2022.4.1.14> (дата звернення: 11.05.2024).
36. EBITDA: як обчислити та про що інформує. Datawiz.io. URL: <https://datawiz.io/uk/blog/ebitda-how-to-calculate> (дата звернення: 28.04.2024).
37. Foreign, Commonwealth & Development Office. Ukraine travel advice. GOV.UK. [Електронний ресурс]. URL: <https://www.gov.uk/foreign-travel-advice/ukraine> (date of access: 12.05.2024).
38. Kwon D., Soon-Hee K., Chung K. Science and philosophy of Korea traditional foods (K-food). *Journal of Ethnic Foods*. 2023. № 10. 26. URL: <https://doi.org/10.1186/s42779-023-00194-3> (дата звернення: 11.04.2024).
39. MasterClass. What Is Korean BBQ? 5 Elements of a Korean BBQ Meal. [Електронний ресурс]. URL: <https://www.masterclass.com/articles/what-is-korean-bbq> (дата звернення: 14.04.2024).
40. Park J. M., Sohn A., Choi C. Solitary and Social Drinking in South Korea: An Exploratory Study. *Osong Public Health Res Perspect*. 2020. Т. 11, № 6.

C. 365–372. URL: <https://doi.org/10.24171/j.phrp.2020.11.6.04> (дата звернення: 12.04.2024).

41. Poster POS – програма автоматизації закладів громадського харчування на планшеті. URL: <https://joinposter.com/ua> (дата звернення: 11.06.2024).

42. Wilson H. Gross profit and gross profit margin - definition, calculations. Investing.com. URL: <https://www.investing.com/academy/analysis/gross-profit-definition/> (date of access: 28.04.2024).

