

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу

Допущено до захисту  
Завідувач кафедри к.е.н., доцент  
Давиденко І.В. ( )  
« » травня 2019 р.

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**  
**на здобуття освітнього ступеня бакалавр**  
зі спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа»  
за освітньою програмою «Готельно-ресторанний справа»

на тему: «ОРГАНІЗАЦІЙНІ ЗАСАДИ ФУНКЦІОНУВАННЯ  
КОНЦЕПТУАЛЬНИХ РЕСТОРАНІВ М. ОДЕСИ»

**Виконавець**

студентка факультету міжнародної економіки

**Дівенко Юлія Іванівна**

(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

**Науковий керівник**

к.е.н., доцент

(науковий ступінь, вчене звання)

**Давиденко Ірина Володимирівна**

(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

**Одеса 2019**

## АНОТАЦІЯ

**Дівенко Ю.І. «Організаційні засади функціонування концептуальних ресторанів м. Одеси».**

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра зі спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа» за освітньою програмою «Готельно-ресторанна справа» – Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2019.

Кваліфікаційна робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків.

Об'єкт дослідження – процес функціонування підприємств ресторанного господарства.

Мета дослідження - на основі теоретичного та практичного матеріалу провести аналіз організаційних засад функціонування концептуальних ресторанів м. Одеси.

Проаналізовано: теоретичний та практичний матеріал та проведено аналіз організаційних засад функціонування концептуальних ресторанів м. Одеси

Запропоновано: найкращими варіантами проведення рекламної кампанії є, по-перше, участь у майстер-класах від шеф-кухаря, що зумовлено високим рівнем комунікаційної ефективності 7,8 % та паралельно низькими витратами участі у даному заході. Друге місце за ефективністю впровадження займає організація директ-мейлу, що, в свою чергу, зумовлено рівнем спеціалізації даного заходу на визначеній цільовій аудиторії. І останніми заходами, які слід реалізувати в умовах діяльності підприємства, є послуги сомельє.

**Ключові слова:** концепція, ресторанне господарство, шляхи вдосконалення, ресторан, організація.

## ANNOTATION

**Divenko J.I. "Organizational fundamentals of the functioning of conceptual restaurants in Odessa."**

Qualifying work on obtaining a bachelor's degree in the specialty 241 «Hotel and restaurant business» for the educational program «Hotel and restaurant business». – Odessa National Economics University. – Odessa, 2019.

The qualifying work consists an introduction, three chapters, conclusions, list of sources used and applications.

The object of the research is the process of functioning of restaurant enterprises.

The aim of the work is to analyze the organizational principles of the functioning of the conceptual restaurants of Odessa city on the basis of theoretical and practical material.

The author analyzes theoretical and practical material and analyzes the organizational principles of functioning of conceptual restaurants in Odessa

Proposed: The best options for an advertising campaign are, firstly, participation in master classes by the chef, due to a high level of communication efficiency of 7.8% and parallel low costs of participation in this event. The second place on the effectiveness of implementation is the organization of direct mail, which, in turn, is due to the level of specialization of this event on a specific target audience. And the latest measures to be implemented in the company's business are sommelier services.

**Key words:** concept, restaurant economy, ways of improvement, restaurant, organization.

## ЗМІСТ

	стор.
<b>ВСТУП.....</b>	<b>4</b>
<b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА.....</b>	<b>7</b>
1.1. Організаційні аспекти діяльності закладів ресторанного господарства.....	7
1.2. Концептуальні ресторани як різновид закладів ресторанного господарства.....	12
<b>РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ РОЗВИТКУ КОНЦЕПТУАЛЬНИХ РЕСТОРАНІВ М. ОДЕСИ.....</b>	<b>22</b>
2.1. Сучасний стан розвитку ринку концептуальних ресторанів м. Одеси.....	22
2.2. Характеристика господарської діяльності ресторану «Александровський».....	30
2.3. Оцінка конкурентної позиції концептуального ресторану «Александровський».....	37
<b>РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ПОЛІТИКИ РЕСТОРАНУ «АЛЕКСАНДРОВСЬКІЙ».....</b>	<b>45</b>
3.1. Пропозиції з удосконалення комунікаційної політики ресторану «Александровський».....	45
3.2. Оцінка ефективності запропонованих заходів.....	53
<b>ВИСНОВКИ.....</b>	<b>59</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....</b>	<b>61</b>
<b>ДОДАТКИ.....</b>	<b>65</b>

## ВСТУП

*Актуальність теми кваліфікаційної роботи* визначається тим, що в умовах сьогодення ресторанний бізнес є одним з тих, що активно розвивається та приносить значні прибутки. Дана кваліфікаційна робота присвячена актуальності застосування концептуальних підходів на етапі становлення ресторану, для подальшого успішного функціонування, підвищення конкурентоспроможності, рентабельності та просування на ринку індустрії гостинності. Бізнес, пов'язаний з організацією громадського харчування, становить важливу частину індустрії гостинності. Ресторанний комплекс є найважливішим елементом соціальної сфери, що грає велику роль в підвищенні ефективності суспільного виробництва і відповідно зростання життєвого рівня населення.

Як показує досвід, економічні перетворення останніх років не тільки не поліпшили сервіс в ресторанному господарстві, а й привели в ряді випадків до зниження якості обслуговування. Зростання попиту і пропозиції на ринку ресторанних послуг, виникнення і розвиток нових ресторанних концепцій і форм обслуговування, диктує необхідність гнучкої зміни структури ресторану, вдосконалення принципів роботи персоналу. Успішна діяльність ресторану залежить від того, в якій мірі закладу вдається залучити й утримати клієнтів.

У науковій літературі питання функціонування ресторанів розглядали Галасюк С.С. [5;6], Архипов В.В. [3], Шикіна О.В. [17], Яшина О.В. [20], Митник С.І. [11], Гурч Л.М. [12], Королько В.Г. [31]. Однак у вітчизняному полі дослідження концептуальні засади функціонування ресторанів перебувають на початковому етапі, що зумовило доцільність написання даної роботи.

*Мета дослідження* - на основі теоретичного та практичного матеріалу провести аналіз організаційних засад функціонування концептуальних ресторанів м. Одеси.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити такі **завдання**:

- дослідити організаційні засади функціонування ресторанів;
- з'ясувати що являє собою концепція закладу, та в чому особливність концептуальних ресторанів;
- проаналізувати ринок тематичних ресторанів України та м. Одеси;
- на основі практичного матеріалу дослідити господарську діяльність ресторану «Александровскій»;
- оцінити конкуренту позицію закладу;
- надати пропозиції по удосконаленню комунікаційної політики ресторану «Александровскій»;
- економічно обґрунтувати запропоновані заходи.

**Об'єктом дослідження** є процес функціонування підприємств ресторанного господарства.

**Предметом дослідження** є сукупність теоретичних та практичних аспектів розвитку концептуальних ресторанів міста Одеси.

При написанні роботи використовувались наступні **методи**: діалектичний метод пізнання, абстрактно-логічний (теоретичні узагальнення і формулювання висновків), ситуаційний аналіз, метод середніх, абсолютних і відносних величин, порівняння, графічний, економіко-статистичний та ін.

**Інформаційною базою дослідження** є публікації міжнародних організацій, навчальні посібники, наукові публікації, результати власних досліджень, дані бухгалтерської та статистичної звітності ресторанного підприємства, інтернет-ресурси.

**Структура роботи.** Робота складається зі вступу, 3 розділів, висновків та списку літератури (31 найменування). Загальний обсяг роботи без додатків – 64 сторінки.

Окремі результати кваліфікаційної роботи містяться в матеріалах студентської конференції:

Дівенко Ю. І. Організаційні засади розробки концепції підприємства ресторанного господарства. Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України : матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів, аспірантів та вчених. (м. Одеса, 10 квітня 2019 р.) Одеса: ОНЕУ, 2018. С. 428 – 431.

## ВИСНОВКИ

За останні роки концептуальні ресторани стали набирати ще більшу популярність, вони стають візиткою свого міста. Люди йдуть в ресторан або кафе просто пообідати чи повечеряти, відзначити день народження або інші визначні події. І важливу роль відіграє те місце, де ця подія буде відзначатися. Ресторан повинен зацікавити своєю ідеєю і настроєм. В кожному місті є ресторани з відмінним сервісом.

1. У першому розділі кваліфікаційної роботи розглянуто теоретичні основи функціонування закладів ресторанного господарства, визначені організаційні аспекти діяльності закладів ресторанного господарства, проаналізовано структуру правил та вимог, щодо відкриття закладів. Велику увагу було приділено світовим тенденціям розвитку концептуальних ресторанів, визначенню їх місця на ринку ресторанних послуг.

2. У другому розділі кваліфікаційної роботи досліджено розвиток та сучасний стан концептуальних ресторанів м. Одеси. Охарактеризовано діяльність Одеського концептуального ресторану «Александровській». Було проаналізовано його фінансовий стан, визначено, що ресторан у порівнянні з попереднім роком має не дуже великі, але значні зміни. Також було здійснено оцінку рівня конкурентоспроможності ресторану «Александровський», визначені основні конкуренти, показано місце досліджуваного підприємства на ринку ресторанних послуг м. Одеси у зв'язку з сим, можна стверджувати, що ресторан «Александровський» є достатньо сильним конкурентом серед великих концептуальних ресторанів та має стійку позицію на ринку.

3. У третьому розділі кваліфікаційної роботи запропоновано шляхи вдосконалення роботи ресторану.

Проаналізувавши систему маркетингових комунікацій ресторану «Александровський» слід зробити висновки про її недостатність для

ефективного просування послуг на ринок. Адже вони потребують певної оптимізації зусиль на їх просуванні, порівняно з іншими послугами на ринку.

Тому, важливим завданням для забезпечення подальшого розвитку ресторану «Александровський» є розробка ефективної комунікаційної стратегії. У роботі пропонується обрати стратегію посилення позиції на ринку ресторанних послуг, що вимагає розробки ефективного комплексу маркетингових заходів для завоювання кращих позицій на ринку.

Можна зробити висновок, що найкращими варіантами розвитку маркетингових комунікацій для ресторану «Александровський» є, по-перше, участь у майстер-класах від шеф-кухаря, що зумовлено високим рівнем комунікаційної ефективності 7,8 % та паралельно низькими витратами участі у даному заході. Друге місце за ефективністю впровадження займає організація директ-мейлу, що, в свою чергу, зумовлено рівнем спеціалізації даного заходу на визначеній цільовій аудиторії. І останніми заходами, які слід реалізувати в умовах діяльності підприємства, є послуги сомельє.

Таким чином, у кваліфікаційній роботі визначено перспективні напрями, склад та структуру комплексу маркетингових комунікацій, а також вибір обґрунтованих медіа-носіїв, їх реалізації відповідно до можливостей та індивідуальних комунікаційних цілей ресторану «Александровський». У подальшому, застосовуючи приведені методи розрахунку ефективності маркетингових комунікацій та формування бюджету маркетингу, керівництво підприємства може позбавитись проблем неефективного використання коштів, спрямованих на маркетингову діяльність, покращити фінансовий мікроклімат, підвищуючи ефективність діяльності закладу в цілому.



## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Афанасьєва О.П. Маркетинг у підприємствах ресторанного господарства [текст]: навчально-методичний посібник / О.П. Афанасьєва, О.В. Жегус, О.Р. Мороз, Т.М. Парцирна; Харк. держ. ун-т харч. та торг. - Х.: ХДУХТ, 2009. - 163с.
2. Архіпов В. В. Організація ресторанного господарства. Навч. посіб. 3-тє вид. – К.: Центр учбової літератури, 2016. – 260 с.
3. Агафонова Л. Г. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: ціноутворення, конкуренція, державне регулювання: навч. посіб. / Л. Г. Агафонова, О. С. Агафонова. – М.: Знання України, 2002. -352 с.
4. Галасюк С. С. Оцінка конкурентного профілю підприємств ресторанного господарства / С. С. Галасюк, К. А. Наймарк // Теоретичні, методологічні та практичні аспекти конкурентоспроможності підприємств: монографія / за ред. О. Г. Янкового. – Одеса: Атлант, 2017. – С. 247-260.
5. Галасюк С. С. Оцінка конкурентного профілю підприємств ресторанного господарства / С. С. Галасюк, К. А. Наймарк // Теоретичні, методологічні та практичні аспекти конкурентоспроможності підприємств: монографія / за ред. О. Г. Янкового. – Одеса: Атлант, 2017. – С. 247-260.
6. Галасюк С. С. Основні тенденції розвитку ресторанного бізнесу в світі / С. С. Галасюк, Ю. М. Перетятко // Економічні проблеми сучасності та концепція сталого розвитку держави та регіонів : збірник тез наукових робіт учасників міжнар. наук.-практ. конф., 17-18.10.2014 р. – Одеса: ЦЕДР, 2014. – С. 103-107.
7. Давиденко І. В. Сучасні напрями стратегічного управління туристичним підприємством / І. В. Давиденко // Економічні студії. – Львів: ГО «Львівська економічна фундація», 2017.- №2 (15) – С. 23-27.

8. Дівенко Ю. І. Організаційні засади розробки концепції підприємства ресторанного господарства. Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України : матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції студентів, аспірантів та вчених. (м. Одеса, 10 квітня 2019 р.) Одеса: ОНЕУ, 2018. С. 428 – 431.

9. ДСТУ 4281:2004. Заклади ресторанного господарства. Класифікація [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://normativ.com.ua/types/tdoc2728.php>.

10. Єгупова І. М. Особливості функціонування закладів ресторанного господарства / І. М. Єгупова // Оцінка туристично-рекреаційного потенціалу регіону: монографія / В. Г. Герасименко, Г. К. Бедрадіна, С. С. Галасюк та інші / За заг. ред. В. Г. Герасименко. – Одеса: ОНЕУ, 2016. – 262 с

11. Єгупова І. М. Порівняльний аналіз розвитку ресторанного бізнесу в Україні / І. М. Єгупова // Державне регулювання сфери туризму України в контексті процесів євроінтеграції / За заг. ред. В.Г. Герасименко, О. Л. Михайлюк. — К.: ФОП Гуляєва В. М., 2019. – 332 с.

12. Гурч Л.М. Вдосконалення маркетингових комунікацій як фактор підвищення конкурентоспроможності підприємства в умовах сучасного ринку [Електронний ресурс] / Л.М. Гурч, Н.С. Курцева. – 2018. – Режим доступу: <http://vlp.com.ua/files/126.pdf>.

13. Петриченко П. А. Маркетингові інтернет-комунікації підприємств сфери послуг: клієнтоорієнтований підхід / П. А. Петриченко // Вісник соціально-економічних досліджень: зб. наук. пр. / голов. ред. М. І. Зверяков; Одеський нац. екон. ун-т. – Одеса, 2013. – Вип. 2 (49). – С. 54-59.

14. Навч. посібник. — Суми: Вид-во СумДПУ ім. А.С. Макаренка, 2015. — 424 с. (іл.: С. 392–422).

15. Шикіна О. В. Застосування інтернет-технологій у рекламній діяльності туристичної фірми / О. В. Шикіна, Д. В. Малий // Матеріали ІХ Міжнародної науково-практичної конференції “Туристичний та готельно-

ресторанний бізнес в Україні: проблеми розвитку та регулювання”: 22-23 березня 2018 року, м. Черкаси [Текст]: у 2-х томах / М-во освіти і науки України, Черкас. держ. технол. ун-т. – Черкаси : Видавець Чабаненко Ю.А., 2018. – С. 174-178.

16. Діяльність суб'єктів господарювання 2016: стат. зб. / Держ. служба статистики України. К.: Консультант, 2017. 629 с.

17. Шикіна О. В. Інноваційні рекламні заходи у діяльності туристичного підприємства / О. В. Шикіна // Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні: проблеми розвитку та регулювання : колективна монографія. – Черкаси : ЧДТУ, 2018. – С. 44-50.

18. Офіційний сайт ресторану «Александровській» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://aleksandrovskiy.com.ua>

19. Примак Т.О. Маркетингові комунікації на сучасному ринку / Т.О. Примак - К.:МАУП, 2003. – 200с.

20. Яшина О.В. Особливості розвитку ведення ресторанного господарства в Україні. URL : [http://tourlib.net /statti \\_ ukr/yashyna.htm](http://tourlib.net /statti _ ukr/yashyna.htm).

21. Кревенс Д. Стратегический маркетинг / Д. Кре-венс ; [пер. с англ. А. Р. Ганиевой, А. Г. Гришко, Э. В. Кондуковой, К. Д. Сафонова, Я. В. Тютюникова] ; под ред. А. Г. Гришко. – [6-е изд.]. – М. : Вильямс, 2008. – 512 с.

22. Ламбен Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок / Ж. Ламбен. – Питер, 2008. – 800 с.

23. Соломон М. Р. Поведение потребителя. Искусство и наука побеждать на рынке / М. Р. Соломон. – М. : ООО «ДиаСофтЮП», 2003. – 784 с.

24. Смит П. Маркетинговые коммуникации: комплексный подход / П. Смит ; [пер. с англ.]. – К. : Знание-Прес, 2003. – 796 с.

25. Голубкова Е. Н. Внедрение концепции CRM на предприятии / Е. Н. Голубкова, Д. М. Давтян // Маркетинг в России и за рубежом. – 2012. – № 3(35). – С. 123–131.

26. Ивашова Н. Построение системы эффективны коммуникаций промышленных предприятий / Н. Ивашова // Маркетинг и реклама. – 2006. – № 9. – С. 56–59.
27. Романов А. А. Маркетинговые коммуникации / А. А. Романов, А. В. Панько. – М. : Эксмо, 2006. – 432 с.
28. Хасси Д. Стратегия и планирование. Путеводи-тель менеджера / Д. Хасси. – СПб. : Питер, 2001. – 378 с.
29. Хершген Х. Маркетинг: основы профессионально-го успеха / Х. Хершген. – М. : ИНФРА-М, 2000. – 334 с.
30. Кальченко, Т. Инвестиции в рекламу / Т. Кальченко. // Маркетинг и реклама. — 2000.— №9. — С. 27—31.
31. Королько В.Г. Основи пabлiк рiлейшинз. / В.Г. Королько. — М.: Реал-Бук; К.: Ваклер, 2000. — 526с.

## ДОДАТКИ

## Додаток А

# ФІНАНСОВИЙ ЗВІТ

## суб'єкта малого підприємництва

		КОДИ
	Дата (рік, місяць, число)	2019   01   01
Підприємство ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ «ІМПЕРІЯ»	за ЄДРПОУ	34737958 5110137500
Територія <u>ОДЕСЬКА</u>	за КОАТУУ	240
Організаційно-правова форма господарювання <u>товариство з обмеженою відповідальністю</u>	за КОПФГ	56.10
Вид економічної діяльності <u>Діяльність ресторанів, надання послуг мобільного харчування</u>	за КВЕД	
Середня кількість працівників, осіб <u>17</u>		
Одиниця виміру: <u>тис. грн з одним десятковим знаком</u> Адреса, телефон <u>вул. Белінського, 13, м. ОДЕСА, ОДЕСЬКА обл., 65014</u>		

	<b>1. Баланс на 31 грудня 2018 р.</b>	Форма № 1-м	Код за ДКУД	1801006
--	---	-------------	-------------	---------

Актив	Код рядка	На початок звітнього року	На кінець звітнього періоду
1	2	3	4
<b>I. Необоротні активи</b>			
Незавершені капітальні інвестиції	1005	-	-
Основні засоби:	1010	851,1	704,2
первісна вартість	1011	3040,7	3040,7
знос	1012	( 2189,6 )	( 2336,5 )
Довгострокові біологічні активи	1020	-	-
Довгострокові фінансові інвестиції	1030	-	-
Інші необоротні активи	1090	52,8	52,8
<b>Усього за розділом I</b>	<b>1095</b>	<b>903,9</b>	<b>757,0</b>
<b>II. Оборотні активи</b>			
Запаси:	1100	2056,7	2519,4
у тому числі готова продукція	1103	1899,1	2326,8
Поточні біологічні активи	1110	-	-
Дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги	1125	8,2	29,9

Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	1135	-	-
у тому числі з податку на прибуток	1136	-	-
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	116,5	201,4
Поточні фінансові інвестиції	1160	-	-
Гроші та їх еквіваленти	1165	5,9	6,3
Витрати майбутніх періодів	1170	2,5	0,8
Інші оборотні активи	1190	0,8	0,8
<b>Усього за розділом II</b>	<b>1195</b>	2190,6	2659,6
<b>III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття</b>	<b>1200</b>	-	-
<b>Баланс</b>	<b>1300</b>	3094,5	3416,6

Пасив	Код рядка	На початок звітної року	На кінець звітної періоду
1	2	3	4
<b>I. Власний капітал</b>			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	2695,0	2695,0
Додатковий капітал	1410	-	-
Резервний капітал	1415	-	-
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	-1602,0	-1994,0
Неоплачений капітал	1425	( - )	( - )
<b>Усього за розділом I</b>	<b>1495</b>	1093,0	751,0
<b>II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення</b>	<b>1595</b>	-	-
<b>III. Поточні зобов'язання</b>			
Короткострокові кредити банків	1600	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610		
товари, роботи, послуги	1615	1934,9	1984,5
розрахунками з бюджетом	1620	49,5	11,1
у тому числі з податку на прибуток	1621	17,5	-
розрахунками зі страхування	1625	-	-
розрахунками з оплати праці	1630	-	-
Доходи майбутніх періодів	1665	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	17,1	670,0
<b>Усього за розділом III</b>	<b>1695</b>	2001,5	2665,6
<b>IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття</b>	<b>1700</b>	-	-
<b>Баланс</b>	<b>1900</b>	3094,5	3416,6

## 2. Звіт про фінансові результати за 2018 р.

	Форма № 2-м	Код за ДКУД	1801007
--	-------------	-------------	---------

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	2324,1	2485,5
Інші операційні доходи	2120	-	-
Інші доходи	2240	-	-
<b>Разом доходи</b> (2000 + 2120 + 2240)	<b>2280</b>	2324,1	2485,5
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	( 667,9 )	( 707,5 )
Інші операційні витрати	2180	( 1998,2 )	( 1535,8 )
Інші витрати	2270	( - )	( - )
<b>Разом витрати</b> (2050 + 2180 + 2270)	<b>2285</b>	( 2666,1 )	( 2243,3 )
Фінансовий результат до оподаткування (2268 - 2285)	2290	-342,0	242,2
Податок на прибуток	2300	( - )	( 43,6 )
<b>Чистий прибуток (збиток)</b> (2290 - 2300)	<b>2350</b>	-342,0	198,6

Керівник

\_\_\_\_\_  
(підпис)

Жиров Віталій Вікторович  
(ініціали, прізвище)

Головний бухгалтер

\_\_\_\_\_  
(підпис)

Не передбачено  
(ініціали, прізвище)