

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

Кафедра економіки, права та управління бізнесом

Допущено до захисту
Завідувач кафедри

(підпис)
“ ____ ” _____ 20__ р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня бакалавра
зі спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
за освітньою програмою «Економіка та планування бізнесу»
на тему: **«ЕКОНОМІЧНЕ ОБГРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ СТВОРЕННЯ
ЗАКЛАДУ ШВИДКОГО ХАРЧУВАННЯ»**

Виконавець:

Студент ЦЗВФН

Чишкала Данило Олегович _____

Науковий керівник:

Ст. викладач

Каражия Едуард Андрійович _____

ОДЕСА – 2024

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. КОНЦЕПЦІЯ ОРГАНІЗАЦІЇ БІЗНЕСУ В СФЕРІ ШВИДКОГО ХАРЧУВАННЯ.....	6
1.1 Характеристика бізнес-ідеї створення закладу швидкого харчування.....	6
1.2 Нормативно-правове регулювання ресторанного бізнесу в Україні.....	12
1.3. Обґрунтування організаційно-правової форми та системи оподаткування бізнесу.....	16
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ДОЦІЛЬНОСТІ СТВОРЕННЯ ЗАКЛАДУ «НА ТВІЙ СМАК».....	23
2.1 Аналіз кон'юнктури сегменту швидкого харчування ресторанного ринку України.....	23
2.2. Оцінка внутрішніх конкурентних переваг та обґрунтування перспективності формату закладу.....	32
2.3. Формування стартових та поточних витрат.....	41
РОЗДІЛ 3. ЕКОНОМІЧНА ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ПРОЄКТУ СТВОРЕННЯ ЗАКЛАДУ «НА ТВІЙ СМАК».....	52
3.1 Розрахунок грошового потоку та критерій ефективності.....	52
3.2 Оцінка ризиків проєкту та шляхи їхньої мінімізації.....	59
ВИСНОВКИ.....	66
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	69

ВСТУП

Актуальність теми. Сфера швидкого харчування відіграє важливу роль у бізнес-індустрії, сприяючи економічному розвитку та інноваціям. Цей сегмент не лише генерує значні доходи і створює масу робочих місць, але й активно впроваджує новітні технології та бізнес-моделі, швидко адаптуючись до змін споживацьких вподобань. Завдяки широкому доступу до зручних та доступних варіантів харчування, галузь відповідає на потреби людей з напруженим ритмом життя. Однак, успіх та популярність сфери швидкого харчування супроводжуються серйозними викликами, зокрема проблемами зі здоров'ям, екологічними проблемами та питаннями праці.

Незважаючи на значний вплив на економіку та зайнятість, індустрія швидкого харчування часто піддається критиці за свій вплив на здоров'я людей через високий вміст жирів, солі та цукру в їжі, що може призводити до серйозних захворювань. Крім того, велика кількість упаковки, що використовується в галузі, створює значні екологічні проблеми, включаючи забруднення та відходи, що важко переробляються. Проблеми з працею, такі як низькі заробітні плати та погані умови праці, також є важливими питаннями, з якими стикається індустрія.

Незважаючи на ці виклики, перспективи розвитку сфери швидкого харчування залишаються оптимістичними, особливо з огляду на потенціал для інновацій та адаптації. Пропонування більш здорових варіантів харчування, перехід на екологічно чисті упаковки та поліпшення умов праці можуть не лише підвищити імідж галузі, але й забезпечити її стійкий розвиток у майбутньому. Здатність галузі до інновацій і пристосування до вимог ринку буде вирішальною для її успіху та подолання існуючих проблем.

Питання організації підприємницької діяльності у сфері швидкого харчування та ресторанного бізнесу розглядали такі дослідники: Лисюк Т. [1], Терещук О. [1], Івасишина Н. В. [2], Круль Г. Я. [4, с. 110], Черкес Р., Косар Н.

[5], Бей Х. [5], Подолян М. І. [8, с. 492], Гончар Л. [10], Беляк А. [10], Терещук Н. [12, с. 297], Голюк В. Я., Ганштель В. В. [19, с. 39], Ільчишин В. [24, с. 15].

Мета кваліфікаційної роботи – теоретичні, методичні, прикладні аспекти відкриття закладу швидкого харчування. Виконання поставленої мети реалізується через послідовне вирішення таких завдань:

- визначити характеристики бізнес-ідеї створення закладу швидкого харчування;
- проаналізувати нормативно-правове регулювання ресторанного бізнесу в Україні;
- обґрунтувати організаційно-правову форму та систему оподаткування бізнесу;
- проаналізувати кон'юнктуру сегменту швидкого харчування ресторанного ринку України;
- надати оцінку внутрішніх конкурентних переваг та обґрунтувати перспективи формату закладу;
- сформувати стартові та поточні витрати;
- розрахувати грошовий потік та критерії ефективності;
- оцінити ризики проєкту та шляхи їхньої мінімізації.

Об'єкт дослідження процес обґрунтування доцільності створення закладу швидкого харчування.

Предмет дослідження . бізнес проєктування започаткування власної справи у сфері швидкого харчування.

Методи дослідження. В кваліфікаційній роботі застосовано комплексний підхід до аналізу викладеної проблематики, що передбачає використання різноманітних наукових методів для забезпечення глибини дослідження та об'єктивності висновків. Аналітичний метод дозволив розібрати економічні аспекти проєкту на складові, виявити причинно-наслідкові зв'язки між різними факторами, що впливають на ефективність та прибутковість закладу швидкого харчування. Емпіричний метод застосовано для збору первинних та вторинних даних через спостереження, опитування, інтерв'ю та

аналіз ринкових даних. Статистичний метод використовувався для обробки та аналізу зібраних даних. Логіко-системний метод допоміг у синтезі отриманих даних, побудові логічних висновків та розробці цілісної системи управління проєктом. Комбінування цих методів надало можливість забезпечити комплексність дослідження, глибину аналізу та практичну цінність отриманих результатів.

Інформаційна база дослідження включає джерела різного характеру, що забезпечили комплексний підхід до аналізу та обґрунтування висновків. До таких джерел належать офіційні статистичні дані, які допомогли оцінити стан та динаміку ринку, визначити демографічні характеристики потенційних клієнтів і загальні економічні умови. Наукова література, включаючи фахові журнали, книги та монографії, надала теоретичне підґрунтя та приклади кращих практик у сфері харчування та бізнес-управління. Аналітичні звіти консалтингових агенцій і дослідницьких інститутів зіграли важливу роль у забезпеченні розуміння сучасних трендів та інновацій. Інтернет-ресурси, такі як сайти конкурентів та аналітичні портали, допомогли зібрати актуальну інформацію про ринкову ситуацію, стратегії ведення бізнесу та споживацькі уподобання.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (42 найменування). Загальний обсяг роботи становить 73 сторінки. Основний зміст викладено на 64 сторінках. Робота містить 18 таблиць та 8 рисунків.

РОЗДІЛ 1. КОНЦЕПЦІЯ ОРГАНІЗАЦІЇ БІЗНЕСУ В СФЕРІ ШВИДКОГО ХАРЧУВАННЯ

1.1 Характеристика бізнес-ідеї створення закладу швидкого харчування

Ресторанне господарство - це комплексна сфера діяльності, пов'язана з готуванням і подачею їжі клієнтам у ресторанах, кафе, барах та інших закладах громадського харчування. Ця галузь включає в себе багато аспектів, такі як кулінарна майстерність, обслуговування гостей, управління персоналом, закупівлю продуктів, контроль якості, маркетинг та фінансовий облік.

Однією з основних складових ресторанного господарства є кухня, де кулінари виготовляють страви з використанням різних інгредієнтів та технік приготування. Важливим аспектом є не тільки смак і якість страв, але і їх презентація, яка відіграє велику роль у задоволенні клієнтів.

Обслуговування гостей також має важливе значення. Від відповідності стандартам обслуговування залежить задоволення клієнтів і їх бажання повернутися в заклад. Крім того, ефективне управління персоналом, розвиток команди та навчання є ключовими аспектами успішної роботи ресторану.

Закупівля продуктів і контроль якості гарантують, що страви приготовані зі свіжих і безпечних інгредієнтів. Маркетингові стратегії допомагають привернути нових клієнтів і підтримувати імідж закладу. Фінансовий облік і управління бюджетом дозволяють зберігати стабільність і прибутковість ресторану [1].

Усі ці аспекти пов'язані між собою і разом формують ресторанне господарство. Воно вимагає від власників і керівників закладів комплексного підходу, організаційних навичок та здатності пристосовуватися до змін на ринку і вимог споживачів для досягнення успіху в цій галузі.

Сьогодні ресторанне господарство є однією з найпривабливіших галузей бізнесу, і вона постійно розвивається. У США цей сектор займає третє місце

серед усіх видів економічної діяльності, що свідчить про його важливість та популярність серед споживачів. Ресторанне господарство сприяє створенню багатьох робочих місць і допомагає боротися з проблемою безробіття.

Завдяки поєднанню матеріальних та духовних благ, ця галузь впливає на здоров'я, настрої і рівень життя населення. Тому постійне вдосконалення ресторанного сервісу та розширення асортименту послуг є важливим завданням для підприємців у цій галузі. Також важливо зазначити, що ресторани стають доступнішими для різних верств населення, розвиваючи різні концепції та формати закладів [2].

Крім того, рост популярності здорового харчування та звернення до страв для вегетаріанців та веганів впливає на асортимент ресторанів. Більше закладів включають у меню альтернативи м'ясу, низькокалорійні страви та вибір для осіб з дієтичними обмеженнями.

Загалом, ресторанне господарство є невід'ємною частиною сучасного життя та має значний вплив на економіку, суспільство і культуру. Підприємці в цій галузі мають великий потенціал для розвитку та здобуття успіху, а споживачі можуть насолоджуватися різноманітністю кухонь та гастрономічними враженнями.

Заклади ресторанного господарства можна класифікувати за декількома основними ознаками, зображеними на рисунку 1.1.

I група	II група	III група	IV група
ресторани, кафе, кафетерії і закусо́чні	гриль-бари, снєк-бари, коктейль-бари	їдальні і буфети	фабрика-заготівельна, фабрика-кухня, домашня кухня і послуги ресторану за спеціальним замовленням (catering)

Рис. 1.1. Класифікація груп закладів ресторанного господарства

Джерело: складено за даними [3]

Перша група закладів пропонує їжу і напої для споживання на місці, і може або не може мати розважальні вистави.

Друга група закладів також продає напої і деякі страви для споживання на місці, зазвичай без розважальних вистав.

Третя група закладів пропонує їжу і напої, часто за цінами, що є нижчими за ринкові для споживачів, які об'єднані за професійними ознаками.

Четверта група закладів спеціалізується на постачанні готової їжі для споживання в інших місцях.

За торговельною ознакою, заклади ресторанного господарства можуть бути розділені на ті, що продають продукцію та організовують споживання в торговельному залі, які включають ресторани, бари, кафе тощо, і ті, що продають продукцію для споживання за межами закладу, такі як фабрика-заготівельна, фабрика-кухня, домашня кухня тощо.

За виробничою ознакою заклади ресторанного господарства можуть бути поділені на ті, що мають власне виробництво і готують страви самостійно, і ті, що не мають власного виробництва і можуть закуповувати готові продукти.

За сезонністю розрізняють постійно діючі заклади ресторанного господарства, які працюють цілий рік, і сезонні, які працюють лише у весняно-літній період.

За стаціонарністю, заклади ресторанного господарства можуть бути стаціонарними, такими як ресторани, кафе і їдальні, або пересувними, такими як автоїдальні, автобуфети, вагони-ресторани і інші подібні заклади.

З початком повномасштабного вторгнення в Україні ефективно працюють майже виключно прості формати закладів ресторанного господарства, такі як піцерії, кав'ярні, міські кафе, кондитерські та послуги доставки їжі. У цих форматах менше операційних процесів і товарних запасів, але вони мають високу маржинальність, оскільки собівартість нижча, що дозволяє заробляти більше [3].

У той же час, культура харчування в Україні залишається консервативною. Більшість людей все ще вибирає приготовану вдома їжу, хоча частка тих, хто обирає їсти поза домом, поступово зростає.

Сегмент швидкого харчування є одним з найдинамічніших на ресторанному ринку. Страви швидкого приготування представляють собою елементи національної кухні багатьох країн, і ринок цього сегмента збільшується приблизно на 30% щороку. Це пояснюється швидкістю приготування, зручністю споживання, доступними цінами, можливістю легкої організації служби доставки і активною рекламою.

Ефективна робота закладу швидкого харчування залежить від багатьох факторів, включаючи філософію його власника або директора. Мережеві фаст-фуди окупаються швидше за класичні ресторани завдяки великій кількості відвідувачів і швидкому обслуговуванню.

Загалом, послуга швидкого харчування є надзвичайно популярною в сучасному світі і має стародавні коріння, які сягають часів стародавнього Риму. Римляни першими запропонували такі послуги, як доставка їжі до дому замовника через невеликі намети, де можна було отримати свіжий хліб, м'ясо, фрукти та солодощі. Детальний опис початок розвитку фаст-фуду за останні століття охарактеризовано в таблиці 1.1.

Таблиця 1.1.

Етапи розвитку сфери швидкого харчування (фаст-фуду)

Період	Етап	Характеристика
1900-1940 рр.	Ранні початки	Початки фаст-фуду можна відслідкувати до початку 20-го століття, коли з'явилися перші заклади швидкого харчування, такі як White Castle (заснований у 1921 році). Ці заклади пропонували обмежене меню, швидке обслуговування та низькі ціни.
1940-1960 рр.	Післявоєнне розширення	Після Другої світової війни фаст-фуд почав швидко розвиватися. В цей час з'являються такі гіганти, як McDonald's і KFC. Вони впроваджують нові методи обслуговування, такі як система «Speedee Service System» в McDonald's, яка значно прискорила процес приготування їжі.
1960-1990 рр.	Глобалізація та розширення	Фаст-фуд починає своє глобальне поширення. Компанії, як-от McDonald's, KFC та Burger King, відкривають свої заклади по всьому світу, адаптуючи своє меню до місцевих кулінарних переваг. Занепокоєння здоров'ям: Також починається громадське обговорення щодо впливу фаст-фуду на здоров'я.

Продовження таблиці 1.1

1990-2020 рр.	Диверсифікація та інновації	Зі зростанням обізнаності про здорове харчування фаст-фудові мережі починають вносити зміни у свої меню, додаючи більш здорові варіанти. Цифрова ера призводить до впровадження онлайн-замовлень та доставки, що ще більше зміцнює позиції фаст-фуду у повсякденному житті людей.
2020-2024 рр.	Майбутнє фаст-фуду	Новітні тенденції включають зосередження на сталості, вегетаріанських та веганських опціях, а також використання альтернативного м'яса. Пандемія примусила багато фаст-фудових компаній адаптуватися до нових умов, зосередившись на доставці та безконтактному обслуговуванні.

Джерело: складено за даними [4, с. 110]

На сучасному етапі сфера швидкого харчування є однією з найперспективніших і прогресивніших галузей господарської діяльності, оскільки вона характеризується високою рентабельністю та ліквідністю вкладеного капіталу. Але конкуренція також дуже висока, що спонукає підприємців до постійних інновацій та пошуку нових сегментів ринку.

В Україні сегмент швидкого харчування також має свої особливості. Окрім традиційних бургерів та хот-догів, у нашій країні популярні також страви, запозичені зі східної кухні, такі як шаурма, яка готується з курячого м'яса або інших начинок, а також гаряча випічка, включаючи слойки, міні-піци і сосиски в тісті. Крім того, в Україні з'явилися їдальні, які спеціалізуються на швидкому обслуговуванні та наданні страв для прийому їжі на місці або з можливістю взяти їжу з собою. Це формат закладу, який може бути доступним у навчальних закладах, місцях роботи або на вулицях у центральних місцях міст. Такі їдальні також можуть бути частиною великих підприємств або організацій.

Ці їдальні стають все більш популярними, оскільки вони пропонують різноманітність страв за доступними цінами, що важливо для студентів та працівників. Також вони відіграють важливу роль у забезпеченні швидкого та якісного обслуговування, що особливо цінується в умовах напруженого ритму сучасного життя.

Окрім цього, в Україні спостерігається тенденція до збільшення попиту на здорове харчування у сфері швидкого харчування. Це включає в себе страви з органічних інгредієнтів, вегетаріанські та веганські опції, а також страви, приготовані з урахуванням дієтичних та алергенних обмежень. Такі тенденції не лише задовольняють зростаючі потреби споживачів, але й сприяють формуванню більш відповідального та етичного підходу до виробництва їжі.

Технологічний прогрес також відіграє ключову роль у розвитку галузі швидкого харчування в Україні. Цифровізація процесів, таких як онлайн-замовлення, доставка через мобільні додатки та автоматизація процесів приготування їжі, дозволяє закладам швидкого харчування оптимізувати обслуговування клієнтів та знизити час очікування. Використання новітніх технологій також допомагає управлінню запасами та контролю за якістю продуктів.

Зростання попиту на швидке харчування стимулює інвестування у цю сферу, що веде до розширення мереж закладів, відкриття нових точок, а також розвитку франчайзингу. Це створює нові можливості для підприємців, а також сприяє розвитку місцевої економіки.

В цілому, сектор швидкого харчування в Україні продовжує розвиватися, враховуючи зміни у споживчих перевагах та технологічних можливостях, що веде до появи нових трендів та можливостей у цій динамічній галузі [5].

Бізнес-ідея створення закладу швидкого харчування, який спеціалізується на доставці домашньої кухні, зосереджена на наданні клієнтам високоякісних, здорових та смачних страв, які відтворюють атмосферу домашнього затишку та тепла. Основна концепція полягає у тому, щоби відрізнитися від традиційних закладів швидкого харчування за допомогою меню, яке включає домашні рецепти, свіжі інгредієнти та індивідуальний підхід до кожного замовлення.

Ключовим елементом цієї бізнес-моделі є забезпечення швидкої і якісної доставки, щоби страви залишались свіжими та зберігали свій смак і аромат, як ніби їх щойно приготували вдома. Заклад має зосередитися на ретельному виборі інгредієнтів, наданні різноманітності меню, яке відображає традиційні

рецепти різних культур або регіонів, а також пропонувати варіанти для людей, що дотримуються особливих дієт (наприклад, безглютенові, вегетаріанські страви).

Значну роль в успіху такого бізнесу відіграє маркетинг та брендинг. Важливо створити унікальний та запам'ятовуючий бренд, який буде асоціюватися з домашньою кухнею та затишком. Ефективна онлайн-присутність, включаючи власний вебсайт, активність у соціальних мережах та партнерство з платформами онлайн-доставки, може значно розширити клієнтську базу та підвищити впізнаваність бренду.

Також важливо розробити ефективну систему логістики та управління запасами, щоби мінімізувати втрати продуктів і оптимізувати процес приготування страв. Інвестиції в якісне обладнання для зберігання та транспортування їжі також є важливими для забезпечення високого рівня обслуговування.

З огляду на зростаючий попит на здорову та якісну їжу, така бізнес-ідея має великий потенціал на ринку швидкого харчування, забезпечуючи клієнтам зручність та якість у поєднанні з відчуттям домашнього комфорту.

1.2 Нормативно-правове регулювання ресторанного бізнесу в Україні

Нормативно-правове регулювання ресторанного бізнесу в Україні включає в себе ряд законів та правил, які визначають порядок ведення цього виду діяльності. Основною метою цих правил є забезпечення високих стандартів безпеки та якості обслуговування, а також дотримання фіскальних та санітарних норм [6]. Крім того, діяльність ресторанів може бути регульована місцевим законодавством, яке може включати особливі вимоги щодо розташування, режиму роботи та інших аспектів діяльності. Загалом, нормативно-правове регулювання ресторанного бізнесу в Україні спрямоване на забезпечення прозорості, безпеки та якості послуг, які надаються клієнтам, а також на створення справедливих умов конкуренції серед підприємств. З

погляду нормативно-правового регулювання відкриття ресторанного закладу є досить складною справою в Україні. Нормативно-правове підґрунтя для діяльності подібних закладів складається із ряду законів і нормативних актів, включаючи закони з таблиці 1.2.

Таблиця 1.2

Закони та нормативні акти для діяльності харчових закладів

Закон	Опис
Закон України від 12.05.91 р. № 1024 «Про захист прав споживачів» (Редакція від 19.11.2022 р.)	Встановлює права та обов'язки споживачів і вимоги до якості послуг в ресторанах.
Закон України від 23.12.97 р. № 771 «Про безпеку і якість харчових продуктів» (Редакція від 02.10.2012 р.)	Встановлює вимоги до якості і безпеки харчових продуктів, що використовуються у ресторанах.
Закон України «Про дозвільну систему у сфері господарської діяльності» від 06.09.2005 р. № 2806-IV (Редакція від 26.10.2023 р.) [8, с. 492]	Регулює процедуру отримання дозволів на відкриття та функціонування ресторанних закладів.

Джерело: складено автором за даними [7]

Декрет Кабінету Міністрів України «Про стандартизацію і сертифікацію» від 10 травня 1993 року, зі змінами, внесеними 3 лютого 2004 року, є ключовим документом у сфері стандартизації та сертифікації в Україні [9]. Цей документ визначає правові та економічні основи систем стандартизації та сертифікації, встановлює організаційні форми їх функціонування та має широке застосування, охоплюючи підприємства, установи, організації різних форм власності, а також індивідуальних підприємців (рис.1.2).

При відкритті закладу швидкого харчування варто приділити увагу різним організаційним та юридичним аспектам діяльності.

По-перше, це вибір оренди або купівлі приміщення. Важливо правильно вибрати місце для кафе або ресторану з точки зору розташування і юридичної перспективи. Необхідно уникнути поспішного підписання орендного договору, оскільки це може призвести до проблем пізніше. Варто звернути увагу на захист орендаря в договорі оренди, щоб уникнути одностороннього припинення договору орендодавцем. Також важливо зібрати інформацію про об'єкт

нерухомості, перевірити його легальність володіння, наявність застави та історію оренди.



Рис. 1.2. Категорії стандартів

Джерело: складено за даними [10]

Для цього можна залучити юристів, які проведуть докладний аналіз. Також слід перевірити, чи приміщення раніше використовувалося для ресторану або кафе, оскільки це може вплинути на отримання необхідних дозволів. Також варто з'ясувати, чи були скарги від сусідів або інших підприємств на попереднє використання приміщення, оскільки це може мати наслідки.

Важливо мати акт прийому-передачі приміщення, перевірити відповідність плану та фактичного стану приміщення і стан комунікацій. Також слід перевірити наявність документів власника про технічні умови та угоди з постачальниками комунікацій, щоб уникнути незаконного використання світла та інших проблем.

Далі слід готувати необхідну дозвільну документацію для відкриття закладу швидкого харчування. Цей процес потрібно розпочати безпосередньо після підписання договору оренди або купівлі-продажу приміщення. Для цього потрібно ознайомитися з відповідними нормативними документами, які регламентують вимоги до закладів ресторанного господарства.

Для відкриття закладу необхідно отримати ряд дозволів і ліцензій, щоб усі аспекти діяльності були законними та безпечними для клієнтів та співробітників.

1. Перш за все, потрібно зареєструвати свій бізнес. Це може бути реєстрація ФОП (фізична особа-підприємець) або юридичної особи (ТОВ, ПП тощо). Також треба вибрати систему оподаткування (спрощена, загальна).
2. Для продажу алкогольних напоїв необхідно отримати спеціальну ліцензію. Для цього потрібно звернутися до місцевого органу ліцензування з пакетом документів, який, зазвичай, включає документи про реєстрацію бізнесу, право власності або оренди приміщення, санітарні висновки тощо.
3. Необхідно укласти договір оренди з власником. Важливо, щоб в договорі були чітко визначені умови оренди, терміни, вартість, права та обов'язки сторін.
4. Необхідно отримати дозвіл від Міністерства надзвичайних ситуацій на експлуатацію приміщення ресторану. Цей дозвіл засвідчує, що приміщення відповідає всім пожежним нормам і правилам безпеки.
5. Необхідно укласти договір з компанією, яка буде вивозити сміття з ресторану. Закон вимагає, щоб підприємства мали організоване вивезення відходів.
6. Також потрібно подбати про санітарний стан закладу, уклавши договір на регулярну дератизацію (боротьба з гризунами) та дезінсекцію (знищення шкідливих комах). Це важливо для дотримання санітарних норм і забезпечення безпеки харчових продуктів [11].

Далі, важливо забезпечити безпеку відвідувачів та працівників, отримавши дозвіл від Державної служби України з надзвичайних ситуацій, яка підтверджує, що заклад безпечний у випадку надзвичайних ситуацій. Експлуатаційний дозвіл засвідчує, що приміщення відповідає всім нормам і стандартам для безпечної роботи.

Також необхідно отримати дозвіл на розміщення торговельного об'єкта. В залежності від специфіки бізнесу, можуть знадобитися додаткові дозволи, наприклад, для організації літнього майданчика [12, с. 97].

Окрім цього, важливо уважно віднестися до фінансової сторони бізнесу. Для цього необхідно отримати торговий патент і зареєструвати РРО (касовий апарат), що дозволить здійснювати розрахункові операції у відповідності з законом.

Загалом, належне дотримання цих вимог не тільки забезпечить законність та безпеку бізнесу, але й сприятиме створенню позитивного іміджу серед клієнтів та партнерів.

1.3 Обґрунтування організаційно-правової форми та системи оподаткування бізнесу

Обґрунтування вибору організаційно-правової форми та системи оподаткування для бізнесу є важливим аспектом при плануванні й запуску будь-якого комерційного проєкту. Цей процес включає в себе аналіз ряду ключових факторів, що впливають на діяльність та фінансові результати підприємства.

Перш за все, важливо розглянути специфіку діяльності бізнесу, його масштаби та заплановану стратегію розвитку. Різні організаційно-правові форми, такі як фізична особа-підприємець, товариство з обмеженою відповідальністю, акціонерне товариство чи повне товариство, пропонують різні рівні відповідальності, гнучкості управління та можливостей для залучення інвестицій.

Також необхідно враховувати міжнародний аспект, якщо планується ведення бізнесу за кордоном. Міжнародні податкові угоди, місцеве законодавство інших країн, а також можливість використання офшорних зон можуть істотно вплинути на оподаткування та загальну стратегію бізнесу [13, с. 310].

Господарський кодекс країни визначає процес підприємництва як впровадження самостійної, систематичної, ініціативної, а також на власний ризик господарської діяльності, яку здійснюють суб'єкти господарювання (підприємці) для досягнення економічних та соціальних результатів та одержання прибутків. Для того щоб підприємницька діяльність набула ознак ефективності та стабільності, в країні має бути створено певний комплекс умов у всіх сферах суспільного життя, а сам в таких сферах, як економіка, правове адміністрування, політика тощо [14, с. 232].

Перед тим як розпочати процес реєстрації для здійснення господарської діяльності, важливо визначитися з кількома ключовими аспектами. Перший з них - це вибір організаційно-правової форми, яку планується обрати для функціонування закладу. Організаційно-правова форма підприємства визначає систему правил та норм, які регулюють взаємини між власниками підприємства і їхніми стосунками з іншими підприємствами та фізичними особами, які можуть бути підприємцями.

У сегменті швидкого харчування існує кілька основних організаційно-правових форм підприємництва. Один з них - це фізична особа-підприємець (ФОП), де власником є одна особа, яка самостійно керує виробництвом та має відповідальність за всі фінансові та юридичні аспекти бізнесу. Ця форма може бути привабливою для невеликих закладів швидкого харчування, оскільки вона спрощує власну участь та власництво.

Крім ФОП, існують і інші організаційно-правові форми, такі як господарські товариства, кооперативи та громадські об'єднання. Вибір конкретної форми повинен враховувати особливості бізнесу, його розмір, складність та майбутні плани [15, с. 307].

Після вибору організаційно-правової форми, слід також ретельно розглянути систему оподаткування та види економічної діяльності, які планується здійснювати. Це також важливий етап у процесі створення закладу швидкого харчування, оскільки впливає на фінансовий аспект бізнесу та можливість його успішності. Враховуючи ці аспекти та дбайливо обдумуючи

кожен з них, можна зробити більш обґрунтований вибір і максимально спростити процес створення та реєстрації закладу швидкого харчування.

Переваги статусу фізичної особи-підприємця (ФОП) порівняно з товариством з обмеженою відповідальністю (ТОВ) можуть бути наступними:

1. Для створення ФОП не потрібні статутний капітал та обсяжні документи, що вимагаються при реєстрації ТОВ. Ведення обліку та бухгалтерії також менш складне для ФОП і не вимагає обов'язкового залучення спеціаліста.
2. ФОП має право використовувати всі отримані прибутки без обмежень.
3. ФОП може вести діяльність без обов'язкового відкриття банківського рахунку, що є вимогою для ТОВ.
4. ФОП може самостійно прийняти рішення про ліквідацію своєї діяльності. У випадку ТОВ це потребує згоди інших засновників і є більш складним процесом.

Недоліки ФОП включають:

1. У разі банкрутства або проблем з заборгованістю ФОП несе особисту відповідальність усіма особистими активами. Проте цей ризик можна мінімізувати, діючи у правовому полі.
2. ФОП не має можливості вибирати оригінальну назву, але може створити та використовувати бренд або фірмове найменування, яке асоціюється з його продукцією чи послугами.
3. ФОП передбачає індивідуальну залежність від особистості власника, крім того, можливість продажу подібного бізнесу також обмежена.

Ураховуючи ці переваги та недоліки, вибір реєстрації як ФОП може бути доцільним для відкриття закладу швидкого харчування.

Для державної реєстрації фізичної особи-підприємця в Україні необхідно подати ряд обов'язкових документів. Перш за все, це включає:

1. Паспорт особи, яка бажає зареєструвати себе як фізичний особа-підприємець (ФОП).
2. Ідентифікаційний номер платника податків (ІПН).
3. Заява про державну реєстрацію фізичної особи-підприємця.

4. Заява про обрання ФОП спрощеної системи оподаткування (якщо це застосовано).
5. Реєстраційна заява про добровільну реєстрацію як платника податку на додану вартість (ПДВ) за формою, затвердженою відповідним органом [16, с. 226].

Наступним етапом є обрання системи оподаткування. Важливо відзначити, що обрана система оподаткування ФОП залежить від запланованих напрямів господарської діяльності. Так якщо планується продаж алкоголю та тютюнових виробів, то необхідно отримати відповідні ліцензії, і в цьому випадку працювати на загальних умовах оподаткування. Але формат їдальні передбачає відсутність в меню алкоголю та тютюнових виробів.

Відтак для організації бізнесу планується обрати спрощену систему оподаткування. Спрощена система оподаткування, обліку і звітності є особливим механізмом стягнення податків і зборів, який замінює сплату окремих податків і зборів єдиним податком, що сплачується за визначеними Податковим кодексом України умовами. Для того, щоб обрати спрощену систему оподаткування, особа-підприємець повинна відповідати певним вимогам, включаючи принцип резидентства, граничний обсяг доходу, ведення визначених видів економічної діяльності тощо.

Спрощена система оподаткування в Україні поділяється на кілька груп, кожна з яких має свої критерії для підприємців та юридичних осіб. Вибір групи залежить від кількох факторів, включаючи обсяг доходу, кількість працівників, вид діяльності та інші [17, с. 212].

Для відкриття закладу швидкого харчування в Україні оптимальним вибором може бути обрання спрощеної системи оподаткування 3-ї групи. Ця група підходить для суб'єктів господарювання, що займаються роздрібною торгівлею або надають послуги населенню, включаючи харчування. Важливими перевагами для обрання саме цієї групи є:

1. Граничний обсяг доходу – 3-я група дозволяє мати дохід до 8 мільйонів гривень на рік (а з 2025 навіть більше 9 млн). Це досить демократичний ліміт, що підходить для більшості закладів швидкого харчування.
2. Ставка податку, яка для 3-ї групи становить 3% від доходу при сплаті ПДВ та 5% - без ПДВ. Такі ставки є зручними та вигідними для бізнесу у сфері громадського харчування, дозволяючи зменшити податкове навантаження.
3. Спрощення обліку і звітності – спрощена система звільняє від необхідності вести складний бухгалтерський облік та сплачувати низку інших податків і зборів, спрощуючи адміністративний тягар на підприємця.
4. Вид діяльності – надання послуг у сфері харчування дозволяється для цієї групи спрощеної системи.
5. Робота з юридичними особами, що передбачає можливість укласти відповідні договори.

Для вибору спрощеної системи оподаткування особа-підприємець має зареєструватися в якості платника єдиного податку, подавши відповідну заяву до місцевої податкової інспекції до початку господарської діяльності або протягом 10 календарних днів після її реєстрації.

Важливо також визначити види економічної діяльності, які планує здійснювати ФОП, і відповідно вказати Класифікацію видів економічної діяльності (КВЕД). КВЕД є інструментом, який встановлює основи для збору та аналізу статистичної інформації з різних видів економічної діяльності.

Реєстрацію ФОП можна провести через різні канали, включаючи онлайн-форму, для чого потрібен Електронний цифровий підпис, який можна отримати в акредитованих центрах, наприклад, в центрі Державної фіскальної служби або Міністерства юстиції, а також через систему Приват-24 та інші державні портали і сервіси.

Основний принцип Класифікації видів економічної діяльності (КВЕД) полягає в об'єднанні підприємств, що виробляють подібні товари чи послуги

або використовують подібні процеси для створення товарів чи послуг. КВЕД є системою кодування, яка допомагає визначати та класифікувати різні види економічної діяльності юридичних осіб, відокремлених підрозділів юридичних осіб, а також фізичних осіб-підприємців.

Підприємницька діяльність у сегменті швидкого харчування, відповідає КВЕД 56.10 «Діяльність ресторанів, надання послуг мобільного харчування». Цей клас охоплює різні види послуг з надання харчування споживачам, незалежно від того, чи їх подають у спеціалізованих закладах громадського харчування, ресторанах самообслуговування, чи споживають у приміщенні, забирають із собою або замовляють доставку додому [18].

До цього класу також відносяться послуги з приготування та доставки їжі для негайного споживання. Цей клас включає такі види діяльності: ресторани, кафе, ресторани швидкого обслуговування, місця з наданням їжі для споживання за межами закладу, вагончики з продажу морозива, пересувні вагончики з продажу їжі, діяльність із приготування їжі в торговельних наметах, а також діяльність ресторанів і барів, пов'язані з доставкою їжі.

В 2023 році відбулося значне зростання кількості реєстрацій фізичних осіб-підприємців (ФОП) та товариств з обмеженою відповідальністю (ТОВ) за КВЕД 56.10. Наприклад, у пандемічний 2019 рік в Україні було зафіксовано 5 430 реєстрацій, а у 2020 році ця кількість зросла до 6 290 реєстрацій. У 2021 році вже було зареєстровано 12 699 нових суб'єктів галузі, і в 2022 році ця цифра склала 8 059 реєстрацій. У 2023 році в Україні спостерігалось подальше збільшення активності, з 13 721 новою реєстрацією у цьому секторі [5].

Зрештою, цей тренд свідчить про загальну динаміку і гнучкість ресторанного ринку, його здатність швидко адаптуватися до змін у суспільстві та економіці. Сектор громадського харчування продовжує бути важливою частиною економіки, стимулюючи не лише внутрішнє споживання, але й приваблюючи інвестиції та сприяючи створенню нових робочих місць.

Можна зазначити, що для відкриття закладу швидкого харчування доцільно одночасно створити ФОП через який будуть проходити замовлення в

залі, а також ТОВ для замовлень на винос, насамперед, при обслуговуванні юридичних осіб. Вказана схема дозволить уникнути переходу на загальну систему оподаткування, навіть, при досягненні річного ліміта доходу на ФОП.

Висновки за розділом 1:

1. Бізнес-ідея полягає у створенні закладу швидкого харчування, що спеціалізується на доставці страв домашньої кухні. Відмінність - високоякісні, здорові, смачні страви, які створюють відчуття домашнього затишку. Особлива увага приділяється свіжим інгредієнтам, різноманітності меню, включно з варіантами для спеціальних дієт. Важливі аспекти - ефективна логістика, маркетинг, сильний бренд та активна онлайн-присутність. Ціль - поєднати зручність швидкого харчування з якістю та смаком домашньої їжі.
2. Для відкриття та ефективної діяльності бізнесу, особливо якщо це стосується громадських закладів, необхідно отримати кілька ключових дозволів та ліцензій. Спочатку важливо забезпечити легальне розміщення зовнішньої реклами. Залежно від специфіки закладу, можуть знадобитися додаткові дозволи, як-от на розміщення літнього майданчика. Якщо планується продаж алкоголю та тютюнових виробів, необхідно отримати ліцензію. Крім того, необхідно вирішити питання з реєстрацією розрахункових операцій, щоб забезпечити легальність фінансових транзакцій.
3. У 2023 році відбулося значне зростання кількості реєстрацій фізичних осіб-підприємців і ТОВ у ресторанному секторі. Це зростання, починаючи з пандемії 2019 року, можна пояснити відновленням економічної активності після COVID-19, зміною споживчих звичок, таких як зростання популярності доставки їжі, та технологічним прогресом, включаючи розвиток мобільних додатків для замовлення їжі. Загалом, це свідчить про динаміку і гнучкість ресторанного ринку, його здатність адаптуватися до суспільних та економічних змін. Для відкриття столової була обрана спрощена система оподаткування 3-ї групи.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ДОЦІЛЬНОСТІ СТВОРЕННЯ ЗАКЛАДУ «НА ТВІЙ СМАК»

2.1 Аналіз кон'юнктури сегменту швидкого харчування ресторанного ринку України

У сучасних умовах глобалізації та інтенсивного розвитку технологій, ринок швидкого харчування постійно зазнає змін, пристосовуючись до змінних запитів споживачів та економічного середовища. Сегмент швидкого харчування є одним з найбільш динамічних та, одночасно конкурентоспроможних у ресторанному бізнесі, пропонуючи широкий спектр продукції для різних соціальних та вікових груп населення. При цьому вказаний сегмент постійно розвивається, в тому числі, й за рахунок інноваційних рішень. Посилюється автоматизація діяльності закладів, впроваджуються нові, нестандартні позиції в меню (на кшталт бургер-ролів), з'являються нові формати (Міський ринок їжі) тощо.

На макрорівні Україна, із своєю розвиненою культурою харчування та стрімким входженням в світовий економічний простір, також є привабливим об'єктом для розвитку сфери швидкого харчування, звісно ж, після перемоги, припинення військових дій та відновлення туристичного статусу.

В процесі дослідження сегменту швидкого харчування в контексті українського ресторанного ринку, важливо звернути увагу на ряд ключових факторів, які впливають на його розвиток: економічні умови в країні, зміни в споживацьких перевагах, технологічні інновації, а також законодавче регулювання галузі. Аналіз цих аспектів дасть змогу глибше зрозуміти стан сегмента швидкого харчування в Україні, його перспективи та можливі напрями розвитку [19, с. 39].

За кількісними показниками в останні роки, ринок ресторанного господарства в Україні демонстрував та підтверджував свій значний потенціал і перспективи для розвитку. Навіть у 2020 році, коли світ охопила пандемія

COVID-19, за офіційними статистичними даними українські ресторатори змогли заробити (переважно за рахунок внутрішніх ресурсів) практично 2 мільярди гривень (рис. 2.1).

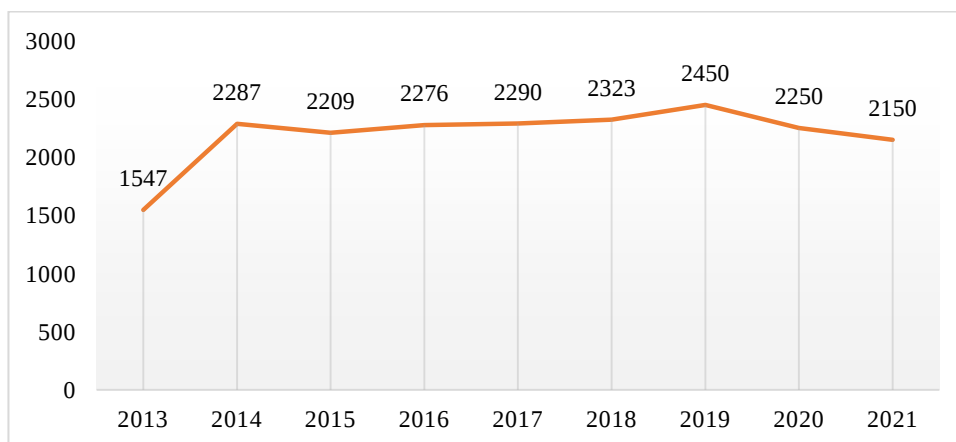


Рис. 2.1 Динаміка обсягів ринку ресторанного господарства в період 2013-2021 рр., млн. грн

Джерело: складено за даними [20]

Аналізуючи рис. 2.1 можна простежити певні тенденції. Початок періоду характеризується низькими показниками, однак уже наступного року ринок демонструє різке зростання. Цей позитивний тренд з невеликими коливаннями триває до 2019 року, де відзначається пік обсягів. З 2020 року ситуація змінюється, і ринок входить в фазу спаду. Зменшення обсягів, яке продовжується і в 2021 році, може бути зумовлене рядом факторів, включно з глобальними економічними викликами, такими як пандемія, що вплинула на багато галузей світової економіки.

Спостерігається стабільність у тенденціях запуску нових проєктів, порівняно з 2020 роком, що лише підтверджує існуючі переваги ринку та його наміри слідувати обраному курсу. Більше 80% усіх свіжих підприємств запускались як кафе або доступні за ціною ресторани, тим самим підкреслюючи свою фінансову доступність та привабливість для відвідувачів, не залежно від кулінарної спрямованості та особливостей бренду.

Після початку повномасштабного вторгнення, всі ресторани заклади тимчасово припинили свою роботу. Проте, вже через 3 місяці було відкрито

знову 70% з них. Отже, протягом 2022 року було закрито близько 7 тисяч закладів, а відкрито понад 2 тисячі. Це свідчить про високий рівень інвестиційної привабливості, навіть в умовах економічної і воєнно-політичної кризи. Темпи зростання закладів в Україні розраховані в таблиці 2.1.

Таблиця 2.1

Динаміка кількості закладів ресторанного господарства в Україні

Рік	Кількість закладів, од.	Абсолютне зростання, од.	Темп зростання, %
2015	44453	-	-
2016	45173	720	101,6
2017	44391	-782	98,2
2018	47816	3425	107,2
2019	48398	582	120,1
2020	51069	2671	105,2
2021	45390	-5679	87,5
2022	40436	-4954	87,7
2023	44560	4124	109,3

Джерело: складено за даними [21]

У 2023 році спостерігалось активне зростання та численні нові відкриття ресторанів та кафе у різних містах України. Найбільше нових закладів було відкрито у столиці, Києві, де за рік з'явилося трохи більше 300 нових ресторанних закладів. Це свідчить про інтенсивний розвиток гастрономічної сцени міста.

Львів також відзначився значними зусиллями у галузі гастрономії, з відкриттям близько 100 нових проєктів у місті. Це свідчить про постійний попит на ресторани та кафе серед мешканців і гостей міста. Іншими містами, де було активно відкрито нові проєкти у 2023 році, були Одеса з більш ніж 35 новими закладами, Черкаси з 24 закладами, а також Івано-Франківськ і Вінниця, де відкрили більше 10 нових ресторанів у кожному місті.

Дніпро і Харків також не відстали від загального тренду, з відкриттям більше 25 кафе та ресторанів у кожному з цих міст. Такі міста, як Запоріжжя, Чернівці, Суми, Тернопіль, Полтава, Ужгород, Кропивницький, Кременчук,

Чернігів, Луцьк, Житомир та інші, теж спостерігали відкриття нових ресторанних закладів, хоч і в меншій кількості, але це свідчить про розмаїття гастрономічних пропозицій у всій країні.

Всі ці нові відкриття свідчать про зростання інтересу до гастрономічної культури та ресторанного бізнесу в Україні, що створює багато можливостей для мешканців і туристів насолоджуватися різноманітними смаками та стравами.

У той же час середній чек в закладах зрос на 23%, піднімшись з 508 до 625 гривень, а кількість відвідувачів збільшилася на 11% (рис. 2.2).

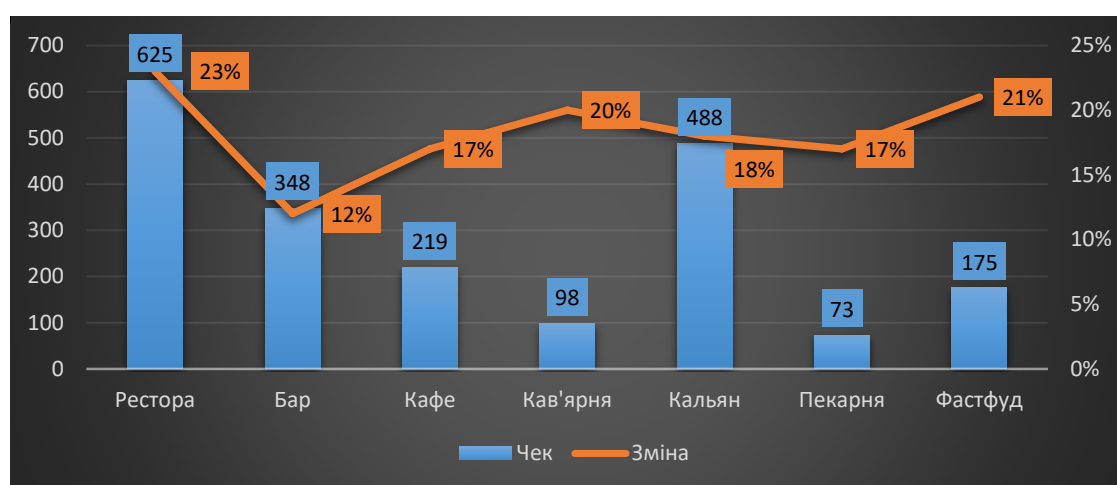


Рис. 2.2. Середній чек II півріччя 2023 до II півріччя 2022, %

Джерело: складено за даними [22]

З урахуванням рівня інфляції у 2022 році, який становив -26,6%, ресторанний ринок стикнувся з труднощами у збільшенні виручки та середнього чека в більшості ресторанних форматів. Інфляція вирішила ці питання, що створює негативні перспективи для інвестицій, особливо у контексті зростаючої збройної агресії і руйнування об'єктів інфраструктури та бізнесу, а також загрози блекаутів та інших подібних проблем.

Особливо негативний вплив на роботу ресторанного ринку в 2022 році мали блекауту. Під час першого тижня блекаутів спостерігалось найвище зниження виручки в західних регіонах України, з такими показниками, як: Чернівецька область - 15%, Тернопільська область - 14%, Хмельницька область

- 13%. Наступними були Чернігівська, Житомирська, Івано-Франківська області по 12%, а також Волинська та Рівненська області по 11%. В областях, таких як Львівська, Вінницька, Одеська, Харківська та Черкаська, втрати становили від 8% до 10%. Найменше зниження виручки було зафіксовано в центральних областях, столиці та Закарпатській області від 5% до 3%.

Другий тиждень блекаутів був ще більш критичним для ресторанного бізнесу. Так, найбільше зниження доходів спостерігалось у Кіровоградській області 16%, Волинській області 14%, Миколаївській області 13%, Одеській області 12%, Полтавській та Чернігівській областях, а також в місті Києві по 11%. У решті областей рівень доходів знижувався від 10% до 3%. Варто відзначити, що у Львівській області не було зафіксовано зниження виручки.

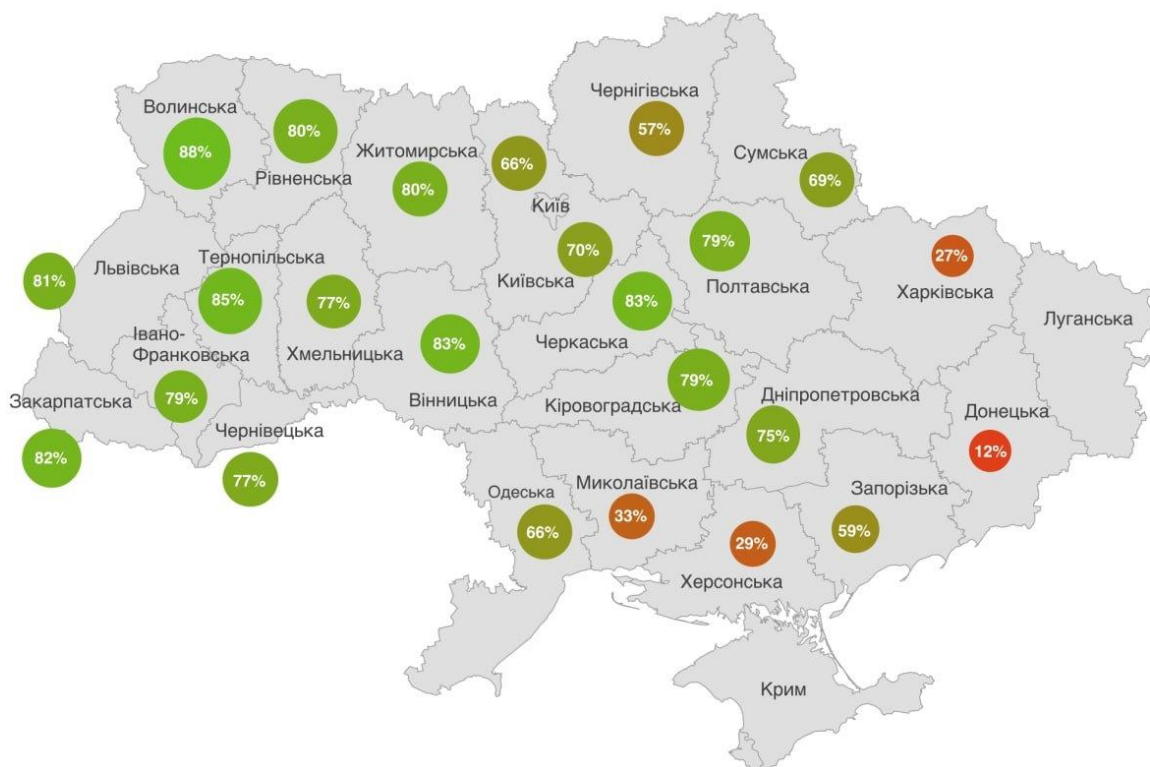


Рис. 2.3 Частка працюючих закладів ресторанного господарства на 01.01.2023 р., у % від кількості на початку повномасштабного вторгнення
Джерело: складено за даними [23, с. 8]

Виторг закладів також відрізняється залежно від регіону. Зокрема, є області, де на кінець 2022 року прибутки закладів значно зростали і досягли навіть 140% від показників за 2021 рік. Ця позитивна тенденція особливо

спостерігається в західних областях України, де велика кількість переселенців приїхала в результаті війни.

Найгірші показники, нажаль, залишаються в Харківській, Миколаївській та Донецькій областях, де економічні умови та інші фактори продовжують утримувати заклади на низькому рівні прибутку. Важливо враховувати, що різниця в економічному розвитку регіонів має велике вплив на фінансовий стан закладів у кожному з них.

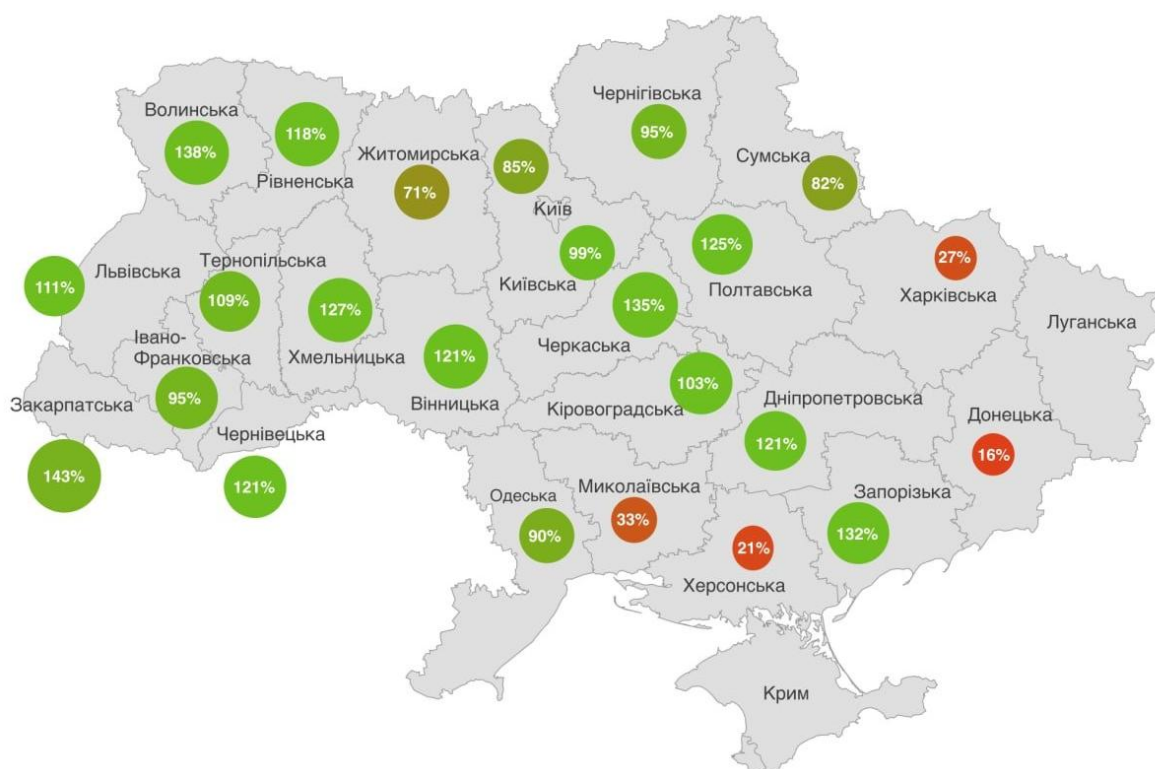


Рис. 2.4 Зміна в обсягах виручки за регіонами у 2022-2023 рр.

Джерело: складено за даними [23, с. 8]

Ресторанні інвестори вже розглядають міста Західної України як перспективну локацію для нового гастрономічного бізнесу. Щодо міжнародної експансії, поки це не так поширена практика.

На фоні змін у технологіях приготування їжі спостерігається активне використання місцевих рослинних продуктів. Вегани та еко-активісти вже давно мають значний вплив на суспільство, і їх погляди враховуються в гастрономічних концепціях. Глобальним трендом стає скорочення використання

продуктів і інгредієнтів з високим вуглецевим слідом, таких як яловичина, баранина, сир, шоколад і кава. Рекомендується віддавати перевагу місцевим продуктам і розробляти меню на основі сезонних інгредієнтів, що є в регіоні. Також можна розглядати можливість організації міні-ферми для вирощування специфічних інгредієнтів, які важко отримати через дорогу логістику.

Деякі ресторани вже використовують штучне м'ясо, вирощене в лабораторних умовах, а також включають комахи і бобові в страви як джерело білка. У гастрономічних кругах популярні нові види олії. Оливкова олія залишається класикою, але з'являються конкуренти. Топлене масло отримує популярність завдяки користі для організму і підходить для лактозної непереносимості. Трюфельне масло додає неповторний аромат стравам, але слід використовувати його обережно, щоб не перебити смак основної страви.

Щодо форматів нових гастрономічних проєктів, популярні «зрозуміла» смачна їжа та демократичні заклади. Фаворитами є європейський ф'южн, середземноморська/італійська та кавказька кухні. Збільшується кількість ресторанів з українською кухнею та її варіаціями. Також зростає популярність «східних» гастро-концепцій.

Цікавою тенденцією є розцвіт «крафта» в гастрономічному світі, що стосується посуду, келихів і напоїв. Локальні продукти стають альтернативою імпортованим аналогам, і співпраця з місцевими виробниками стає вигідною. Багато ресторанів включають в своє меню домашнє вино та інші напої та страви власного виробництва.

Далі доцільно перейти безпосередньо до сегменту швидкого харчування та його кон'юнктурних тенденцій. У 2023 році світовий сегмент швидкого харчування перевищив обсяг у 690 млрд доларів з річним темпом зростання приблизно 4% від 2017 до 2022 року. Серед світових лідерів у цій галузі виділяються такі компанії, як McDonald's, Starbucks, Subway, Burger King, Wendy's, Taco Bell, Dunkin' Donuts, Chick-fil-A, Pizza Hut, Panera Bread, KFC, Domino's, Sonic Drive-In, Chipotle, Carl's Jr./Hardee's, Little Caesars, Dairy Queen, Arby's, Jack in the Box, Papa John's та інші.

Найбільш розвинутий сегмент швидкого харчування існує в США завдяки низьким доходам значної частини населення та наявним харчовим звичкам. Ринок швидкого харчування в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні та Латинській Америці також значно розширився завдяки зростанню середнього класу в Китаї, Індії і Бразилії та їхньому мінливому способі життя [24, с. 15].

Але на ринок впливають деякі обмежуючі фактори, такі як зростаючі стандарти безпеки харчових продуктів. Крім того, споживачі все більше обізнані про здорове харчування, особливо ті, у кого є проблеми з ожирінням, і це ускладнює розвиток галузі. Впровадження нових ароматизаторів, текстур і смаків сприяє росту ринку, але також може мати негативний вплив на здоров'я.

Україна також має свій внутрішній ринок швидкого харчування, де діють кілька великих брендів, але існує й багато локальних роздрібних операторів. Кількість закладів з фаст-фудом постійно зростає, а основною тенденцією є збільшення частки великих мережових компаній, що успішно конкурують з одиночними закладами.

У світі популярні різноманітні види швидкого харчування, включаючи бургери, хот-доги і сандвічі. Бургери можуть бути незручними для споживачів, тому сандвічі часто обирають під час офісних або шкільних перерв. Важливим трендом 2023 року стали овочі, які використовуються як додаток до традиційних м'ясних страв або як основа для веганських бургерів. Це допомагає переосмислити традиційні страви, такі як паста, піца і гамбургери, та використовувати овочі в соусх.

Упродовж значного періоду часу найбільший сегмент ринку швидкого харчування був зайнятий шаурмою, яка в результаті витіснила піцу. Однак з розвитком мереж пекарень і впровадженням нових технологій, зокрема, використанням тіста філо, в 2023 році близько 40% ринку припадає на випічку (рис. 2.5).

Щодо певних прогнозів фахівців у зв'язку зі війною, ефективними будуть лише окремі формати закладів швидкого харчування.

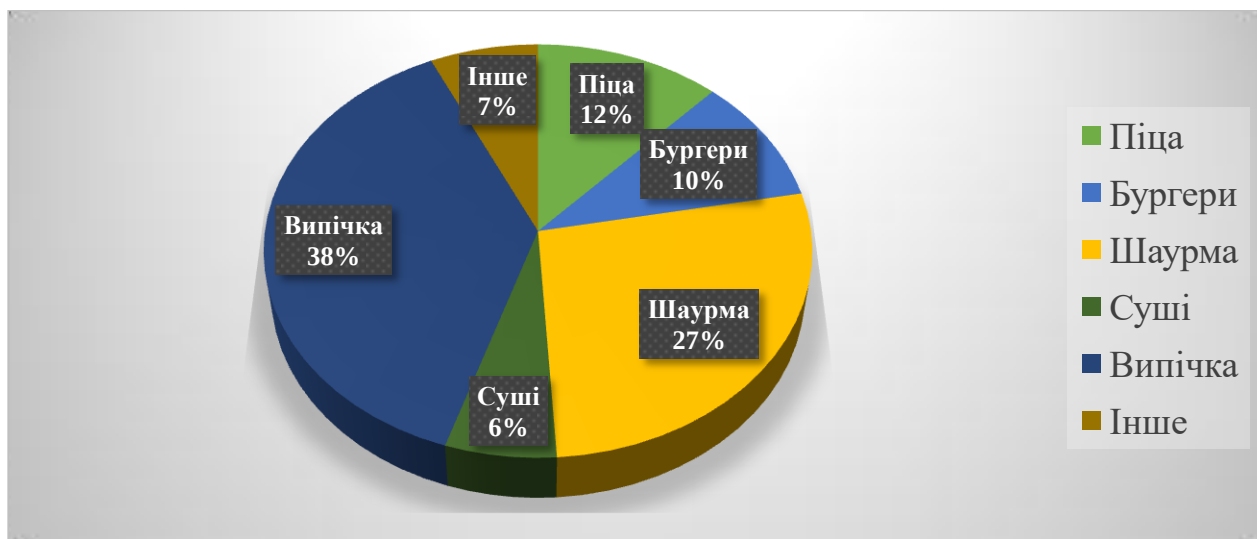


Рис. 2.5 Структура сегменту швидкого харчування за форматами

Джерело: складено автором за даними [25]

Доставка буде зростати в популярності, оскільки вона буде більш економічно вигідною, ніж відвідування ресторану. Місцеві заклади в форматі «біля дому» стануть більш популярними, і буде спрощено використання імпортованих продуктів. Меню та обслуговування будуть доступними тільки українською мовою.

Щоб розвивати бізнес, економічним суб'єктам слід впроваджувати інновації як у ресторанній сфері, так і в цифровому середовищі. Важливо активно використовувати маркетингові техніки, зокрема розвивати цифрові канали комунікацій, вдосконалювати системи доставки і створювати інноваційні продуктові концепції, такі як готові до приготування, готові до подачі і готові до споживання страви. Останнім трендом є використання штучного інтелекту, який допомагає в створенні контенту для рекламних кампаній, блогів і соціальних медіа. Також він може використовуватися для створення аватарів для ресторанних брендів і гейміфікації бренду для залучення цільової аудиторії. У поствоєнний період ресторани суб'єкти, які активно впроваджують інновації, матимуть конкурентні переваги.

2.2 Оцінка внутрішніх конкурентних переваг та обґрунтування перспективності формату закладу

Ресторани мають відповідати потребам та бажанням людей, оскільки кожній особі важливий вибір. Конкуренція між ресторанами стимулює їх до розвитку та покращення. Звісно, ситуація на ринку зазнала змін через вплив війни.

З іншого боку, війна призвела до перерозподілу людських ресурсів та фінансових активів і стала важливим фактором у розвитку нових проєктів. Проте, ринкова конкуренція все ще актуальна, і помилки у виборі локацій, невдалі концепції, фінансові ризики та інші чинники можуть негативно позначитися на динаміці ресторанного бізнесу, призводячи до припинення роботи певних закладів.

У 2023 році рестораторам ставало найскладніше знаходити та зберігати найкращі команди співробітників, підтримувати стабільні ціни на страви, не дивлячись на зростання цін на інгредієнти, знаходити мотивацію для продовження роботи та впоратися з інспекціями. Крім того, рестораторів турбували такі проблеми, як повна зміна цільової аудиторії, комунальні та корупційні питання, падіння обсягів продажів та зміна покупців [21].

Віртуальні кухні, що спеціалізуються на доставці, набирають популярність серед споживачів, і це може бути перспективним для рестораторів, які хочуть перевірити попит на свої страви перед відкриттям власного проєкту. Також популярні гастро-проєкти, що пропонують набори для приготування страв вдома та розробляють власні продукти, такі як соуси та паста.

Враховуючи вищевказані фактори, конкурентні переваги новоствореного закладу «На твій смак» складаються з конкурентних переваг формату швидкого харчування і особливих переваг конкретного закладу.

Перспективність формату їдальні серед інших форматів у сегменті швидкого харчування обумовлюється, насамперед, наявним трендом щодо

спрощення меню у ресторанному господарстві. Цей тренд виник з двох важливих причин. По-перше, спрощене меню покращило швидкість обслуговування та зменшило час очікування замовлення, особливо під час карантинних обмежень, і також знизило загальні витрати. По-друге, в умовах зниження доходів багатьох людей, популярність вишуканих і дорогих страв впала, і більше людей стали шукати більш доступні альтернативи.

Звісно, як і в будь-якому сегменті, пов'язаному із продуктами харчування, ключовим елементом успіху є смак та якість готових страв. Якщо людині не сподобається їжа, вона ніколи не повернеться до закладу. І, навпаки, якщо смак і якість страв її влаштовують – стане постійним клієнтом та, навіть носієм бренду. Отже, при формуванні меню для нового закладу «На твій смак» важливо дотримуватися наступних принципів:

1. Меню має бути простим і зрозумілим за назвами страв, так як практика показує, що клієнти у їдальнях частіше обирають страви з простими назвами, наприклад, пельмені, ніж ті, що важко вимовляти або розуміти.
2. Мають бути пропозиції з найнижчою ціною, наприклад, салат «Весняний» з капусти та моркви, для того, щоб задовольнити попит клієнтів з різними бюджетами.
3. Меню повинно містити мінімальну кількість страв, де може виникнути проблема з наявністю сировини, щоб уникнути розчарування клієнтів через недоступність їх улюблених страв.
4. Орієнтуватися на блюда домашньої кухні, які можуть викликати приємні спогади і асоціації з сімейними обідами.
5. Максимально використовувати сезонні продукти, щоб забезпечити свіжість і смак страв.
6. Розглянути можливість надання комплексних пропозицій та «пропозицій дня» для залучення більше клієнтів.

Якщо мова йде виключно про ринковий сегмент їдальнь (тобто за виключенням закритих «відомчих» закладів), можна стверджувати, що в ньому

переважають локальні та мережеві комерційні заклади, а також «класичні радянські» їдальні (табл. 2.2).

Таблиця 2.2

Характеристика основних типів закладів швидкого харчування, що близькі до формату їдальні

Типи	Частка, %	
	2018 р.	2023 р.
Структурні підрозділи підприємств та організацій	20	16
Студентські	17	4
Класичні мережеві кафе у форматі їдальні	30	38
«Точки видачі»	2	16
Локальні комерційні заклади	22	19
Інше	9	7

Джерело: складено за даними [26]

Обов'язкова наявність їдальні у структурі великих підприємств та організацій має свої коріння ще з часів СРСР. У Одесі, наприклад, декілька їдальнь заводу «Краян» і Міського управління внутрішніх справ були дуже популярними. Однак деякі з цих їдальнь разом із підприємствами збанкрутували, а інші залишилися виключно для внутрішнього користування.

Студентські їдальні також колись були дуже популярні завдяки низьким цінам та зручному розташуванню. Однак пандемія коронавірусу призвела до переходу всіх навчальних закладів на дистанційне навчання, а деякі і досі продовжують працювати в такому режимі. Внаслідок цього більшість студентських їдальнь були вимушені закрити. З тих, що залишилися, варто зазначити заклад «Шкварка» на території Одеського фінансового коледжу.

Зростання популярності мережевих кафе, які функціонують у форматі їдальні та активно рекламують себе, пов'язане, в першу чергу, із мережею «CityBuffet». Ця мережа налічує 13 філій: «Чорнослив», «Вітраж», «Уточ-Кіно», «Abricos», «CityBuffet» на Генуезькій та інші. Кожен з цих закладів відрізняється унікальним інтер'єром, зручною системою самообслуговування і різноманітністю страв.

Створення «точок видачі» для готових страв стало однією з останніх тенденцій для закладів роздрібної торгівлі продуктами харчування. Це можна розглядати як трансформацію відділів кулінарії. Подібні відділи успішно діють в деяких магазинах мереж «Таврія В», «Хліб-сіль» та інших.

Місцеві комерційні заклади зазвичай відкриваються в місцях з великою кількістю потенційних клієнтів, таких як біля вокзалів, ринків чи в промислових зонах. Головною особливістю цих закладів є відсутність бренду та обмежене територіальне охоплення. Ці заклади зазвичай досить стабільні [26].

Щодо місцевих переваг, то при відкритті закладу «На твій смак» важливо визначитися із цільовим клієнтським сегментом. Саме орієнтація на конкретну групу клієнтів визначає подальші параметри закладу, від меню до дизайну приміщення. Загалом, гастрономічна галузь вимагає постійного дослідження та адаптації до потреб клієнтури. Навіть один негативний відгук може мати далекосяжні наслідки для успішності закладу, тому важливо завжди дбати про задоволення клієнтів. Серед основних груп клієнтів, які користуються послугами їдальнь на постійній основі можна зазначити наступні (табл. 2.3).

Таблиця 2.3

Основні категорії клієнтів їдальнь

Група	Характеристика споживання	На що реагують
Робітники	Постійні клієнти закладів, що розташовано на території підприємства, офісного центру тощо.	Стабільність якості яка поєднується з оновленням меню.
Молодь, що навчається	Подібно до першої категорії, але харчуються 5 разів на тиждень поруч із місцем навчання. Часто мають обмежений бюджет.	Доступні ціни
Холостяки	Розглядають як альтернативу приготування вдома деяких страв. Можуть не тільки споживати на місці, а й купувати до дому. Споживання носить хвилеподібний характер.	Стабільність якості
Економні	Розглядають як можливість заощаджувати час та гроші. Можуть стати постійними клієнтами на деякі позиції в меню (наприклад, перші страви).	Доступні ціни
Сусіди	Розглядають як альтернативу приготування вдома деяких страв.	Цікаві позиції в меню за адекватною ціною.
Туристи	Обирають заклад, найближчий до місця проживання або йдуть за рекомендацією знайомих.	Поради з мережі Інтернет або від працівників готелю

Джерело: складено за даними [27]

Найбільш перспективними для новоствореного закладу «На твій смак» є ті самі групи, які видно з таблиці. Зокрема, видно, що ціна є найважливішим чинником для декількох груп. Фактично, зазвичай послугами їдальні користуються люди з середнім та нижчим рівнем доходу. Тому для закладу «На твій смак» надзвичайно важливо ретельно вибрати цінову політику. Задля порівняльного аналізу цін конкурентних їдальнь було обрано одну з найпопулярніших позицій в нашому сегменті – «Картопляне пюре та котлета з курки». Актуальні ціни зображено на рисунку 2.6.

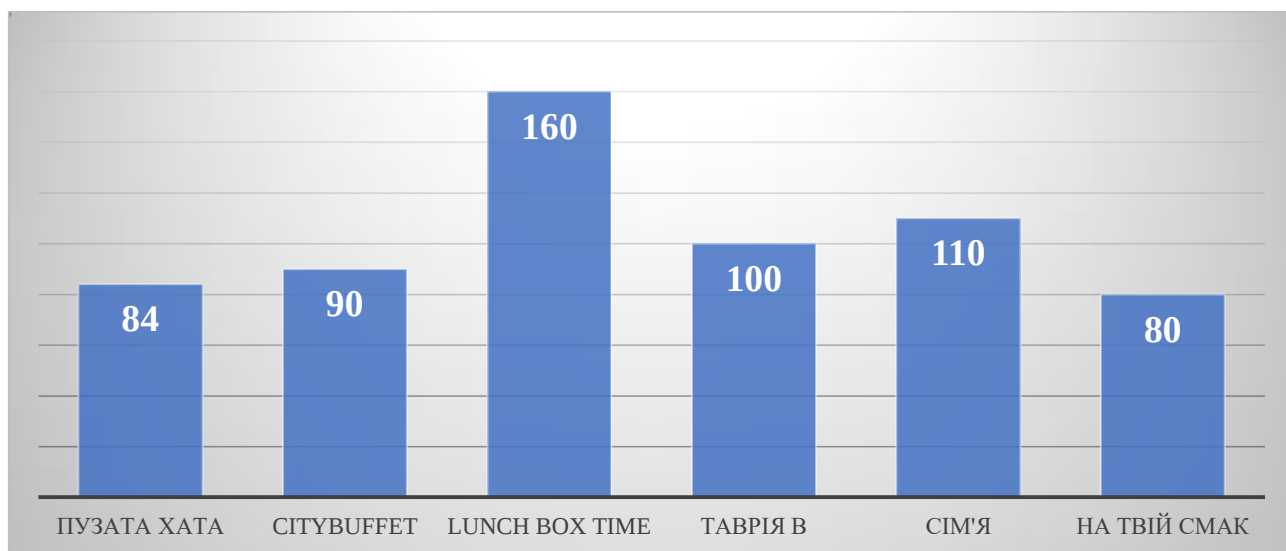


Рис. 2.6. Аналіз цін на позицію «Картопляне пюре та котлета з курки»

Джерело: складено автором

«На твій смак» пропонує страву за вартістю 80 грн, що є менше від найближчого конкурента «Пузата хата» і майже вдвічі дешевше, ніж у «Lunch Box Time», де ціна найвища. Тобто, для споживачів, які шукають більш бюджетний варіант, «На твій смак» є наявним вибором.

Для того, щоб показати, що новий заклад є конкурентоздатним і матиме попит серед різних груп споживачів, необхідно розрахувати інтегральний показник конкурентоздатності. Цей показник визначає, наскільки товар чи послуга привабливі для покупців. Економічний зміст цього показника підкреслює необхідність постійного, цілеспрямованого та комплексного вивчення конкурентоздатності з орієнтацією на задоволення потреб

споживачів. На кожному конкретному ринку перелік та вага певних показників може варіюватися, тому оцінка конкурентоспроможності повинна бути індивідуалізованою. Серед основних конкурентів новостворюваного закладу виокремлено «CityBuffet» та «Пузата хата».

Для порівняння були обрані такі показники: ціна, меню, розташування та обслуговування. Для кожного з цих показників визначено певну вагомість. Потім експерти оцінювали кожний показник, присвоюючи бали від 1 (найнижчий) до 3 (найвищий). Результати розрахунків наведено в таблиці 2.4.

Таблиця 2.4

Кількісна оцінка конкурентів

Чинники	Вагомість	«На твій смак»		«CityBuffet»		«Пузата хата»	
		Рейтинг в балах	Знач.	Рейтинг в балах	Знач.	Рейтинг в балах	Знач.
Ціна	0,4	2	0,8	1	0,4	3	1,2
Меню	0,3	2	0,6	3	0,9	1	0,3
Місце розташування	0,1	1	0,1	3	0,3	2	0,2
Сервіс	0,2	2	0,4	3	0,6	1	0,2
Інтегральний показник конкурентоздатності	1	-	1,9	-	2,2	-	1,9

Джерело: складено автором

Як можна побачити з даних таблиці найбільш конкурентоздатним виглядає заклад «CityBuffet». Дійсно вказана мережа зараз активно розвивається. З іншого боку його не можна назвати класичним закладом швидкого харчування, адже за більшістю параметрів він все ж таки ближчий до ресторану. Це, зокрема підтверджує його найгірший статус за показником ціни.

Щодо закладу «Пузата хата», вказана мережа на ринку достатньо давно і поступово здає свої позиції, адже не може забезпечити ані належного сервісу, ані розширеного меню. В принципі вже зараз заклад «На твій смак» має певні конкурентні переваги перед «Пузата хата».

Збільшити конкурентоспроможність новостворюваного закладу можна за допомогою ряду заходів. Перш за все, важливо звернути увагу на цінову політику. На даний момент, ціна страв у «На твій смак» набагато нижча, ніж у

«CityBuffet» і «Пузата хата». За допомогою регулярного моніторингу ринкових цін та оптимізації витрат, можна збільшити конкурентоздатність в цьому аспекті.

Далі, важливо розширити меню та підвищити його якість, щоб привабити більше клієнтів і задовольнити різноманітні смаки. Оновлення меню та впровадження сезонних пропозицій може стати ключовим фактором привернення більше клієнтів. Місце розташування також грає важливу роль. В деяких випадках доцільно розглянути можливість відкриття нових філій в більш вигідних локаціях для залучення більшої кількості гостей.

Сервіс та обслуговування також можна поступово покращити. Основними інструментами щодо підвищення якості обслуговування є навчання персоналу та впровадження нових сервісних послуг, що може допомогти залучити нових та утримати лояльних клієнтів.

Загалом, поєднання зусиль у вказаних ключових аспектах – ціна, меню, місце розташування і сервіс, має допомогти в формуванні конкурентоспроможності закладу «На твій смак» та зміцненні його позиції в сегменті швидкого харчування.

PESTLE аналіз, також відомий як PEST аналіз, є ключовим інструментом у маркетингових теоріях, що дозволяє оцінювати зовнішнє середовище з різних перспектив: політичної, економічної, соціальної, технологічної, екологічної та юридичної. Цей аналіз надає комплексний "аерофотознімок" умов, що оточують певний бізнес або ідею, сприяючи глибокому розумінню різноманітних зовнішніх факторів. Завдяки PESTLE, можливо систематично перевіряти та відстежувати необхідні аспекти під час розробки стратегій чи планування. Аналіз значно поглиблює розуміння оточення, порівняно з SWOT аналізом, який зосереджується на внутрішніх силах та слабкостях організації. Використання PESTEL разом із SWOT сприяє ідентифікації потенційних можливостей та загроз, відкриваючи ширший спектр стратегічних варіантів для фірми [28].

PESTLE-аналіз ресторанного ринку Одеси описано в таблиці 2.5.

Таблиця 2.5

PESTLE-аналіз ресторанного ринку

Вид факторів	Фактори	Наслідки
Політичні	Регуляторні вимоги	Суворе дотримання норм може збільшити витрати на дотримання стандартів, але з іншого боку підвищує довіру споживачів.
	Податкова політика	Високі податки можуть зменшити маржу прибутку ресторанів, спонукати до підвищення цін на страви.
	Політична нестабільність	Нестабільність через воєнні дії може відлякувати інвесторів, що негативно позначається на доходах ресторанів.
Економічні	Економічна стабільність	Нестабільна економіка може знизити споживчий попит та купівельну спроможність населення.
	Інфляція	Зростання цін на продукти може збільшити витрати на закупівлю сировини.
Соціальні	Соціальна стабільність	Міграція та соціальні неврегульованості можуть впливати на доступність робочої сили і споживацькі настрої.
Технологічні фактори	Інновації у сфері харчування	Впровадження сучасних технологій може оптимізувати процеси, покращити якість страв і знизити витрати.
	Енергоефективність	Використання енергоефективного обладнання зменшує витрати на електроенергію та може стати частиною "зеленої" маркетингової стратегії.
Юридичні	Законодавство про працю	Вимоги до умов праці можуть збільшити витрати на персонал, але забезпечують соціальний захист працівників.
	Законодавство про харчування	Суворі норми якості та безпеки їжі гарантують високу якість продукції, але можуть збільшити витрати на дотримання стандартів.
	Права споживачів	Закони, що захищають права споживачів, покращують імідж ресторанів, але вимагають строгого дотримання правил обслуговування.
Екологічні	Екологічні норми	Вимоги до екологічності можуть збільшити витрати на впровадження "зелених" технологій.
	Енергозбереження	Стимули та норми для використання відновлювальних джерел енергії знижують витрати і впливають на вибір споживачів.

Джерело: складено автором

Такий комплексний підхід в стратегічному плануванні не тільки допомагає визначити напрямки для подальших дій, але й сприяє розробці ефективних стратегій управління, які враховують всі зовнішні впливи та їх можливе відображення на діяльність компанії.

SWOT аналіз допоможе визначити сильні і слабкі сторони, а також ідентифікувати можливості і загрози, з якими може зіткнутися новостворюваний бізнес (табл. 2.6).

Таблиця 2.6

SWOT-аналіз закладу швидкого харчування «На твій смак»

Сильні сторони (Strengths)	Слабкі сторони (Weaknesses)
Просте і зрозуміле меню. Пропозиції з найнижчою ціною Мінімальна кількість страв з потенційними проблемами з наявністю сировини. Блюда домашньої кухні. Використання сезонних продуктів. Комплексні пропозиції та «пропозиції дня». Можливість купувати у фермерів, на ринках (без ПДВ)	Залежність від наявності сировини. Обмежений вибір страв.
Можливості (Opportunities)	Загрози (Threats)
Залучення нових клієнтів. Розширення асортименту. Реклама та маркетинг.	Конкуренція. Наявність сезонних продуктів. Зміни у споживчих смаках.

Джерело: розроблено автором

Отже, з урахуванням результатів SWOT-аналізу, можна стверджувати, що «На твій смак» - це заклад з впевненими сильними сторонами, які допомагають підтримувати конкурентоспроможність на ринку. Перш за все, їхнє просте і зрозуміле меню робить їхні страви доступними для широкого кола клієнтів. Найнижча цінова пропозиція, використання сезонних продуктів і страви для різних дієтичних потреб також важливі переваги.

З іншого боку, слабкі сторони включають залежність від наявності сировини і обмежений вибір страв, що може обмежувати їхню здатність задовольняти певні запити клієнтів.

Щодо можливостей, «На твій смак» має шанс залучити нових клієнтів через рекламу і маркетинг, а також розширити асортимент страв, що дозволить привернути більше клієнтів і задовольнити їхні потреби.

Але існують загрози у вигляді конкуренції, змін сезонних продуктів і змін у споживчих смаках, які можуть вплинути на популярність та прибутковість їдальні «На твій смак». Тому, важливо активно працювати над стратегіями для

збереження їхніх сильних сторін і використання можливостей, а також для мінімізації впливу можливих загроз.

2.3 Формування стартових та поточних витрат

Формування стартових та поточних витрат – це процес визначення всіх фінансових витрат, пов'язаних з певною діяльністю, проектом або підприємством. Стартові витрати включають у себе витрати, необхідні для запуску процесу або проекту, такі як придбання обладнання, оренда приміщення, залучення персоналу тощо. Поточні витрати охоплюють всі регулярні витрати, пов'язані з щоденною діяльністю, такі як оплата зарплати, комунальні послуги, закупівля сировини і матеріалів, реклама та маркетинг, обслуговування техніки і багато інших.

Незважаючи на те, що сегмент швидкого харчування вважається достатньо доступним з точки зору фінансового порогу для входу, навіть відкриття закладу в економ-форматі потребує низки витрат. До цих витрат входять реєстрація та отримання дозвільної документації, ремонт та дизайн приміщення, закупівля обладнання, товарів, матеріалів та сировини, а також установка комунікацій та інші витрати [29, с. 135].

Ремонт та дизайн приміщення включають послуги спеціаліста, які охоплюють комплексний проєкт, включаючи архітектурно-будівельний розділ, генеральний план, системи опалення, вентиляції, водопостачання, каналізації, електропостачання та освітлення приміщень. Простір закладу повинен мати стандартну структуру, включаючи прилавок довжиною не менше 5-7 метрів, за яким працюють касири, де клієнти роблять замовлення та отримують їх на касі. Крім того в наявності має бути й відкритий простір зі столиками для відвідувачів.

Наступним етапом є виконання ремонту, включаючи демонтажні роботи, малярські роботи, оздоблювальні роботи, електромонтажні роботи, ремонт санвузла, виведення систем водопостачання, вентиляції, опалення та

каналізації, монтаж і демонтаж електричної проводки і розеток, гіпсокартоні роботи, монтаж підлогового покриття, оформлення стелі і стін, внутрішню та зовнішню обробку.

У таблиці 2.7 можна побачити стартові витрати на створення нового підприємства:

Таблиця 2.7

Стартові витрати закладу швидкого харчування «На твій смак»

№	Опис витрат	Сума (тис. грн)	Частка (%)
1	Оренда приміщення на 2 місяці (до відкриття)	26	1,88
2	Ремонт приміщення	100	7,22
3	Закупівля обладнання для кухні	400	28,86
4	Монтаж обладнання	30	2,16
5	Меблі для залу	400	28,86
6	Первинний закуп продуктів	200	14,43
7	Створення технологічних карт	40	2,89
8	Ноутбук та програмне забезпечення (CRM + PPO)	30	2,16
9	Посуд (для кухні та для відвідувачів)	30	2,16
10	Інші витрати	40	2,89
11	Реєстрація підприємства та дозвіл на ведення діяльності	10	0,72
12	Створення маркетингових матеріалів	50	3,61
13	Охорона та камери відеоспостереження	20	1,44
14	Комунікації та Інтернет	10	0,72
Всього:		1386	100

Джерело: розроблено автором

Оренда приміщення на 2 місяці (26 тис. грн) - це витрати на оренду приміщення 90 квадратних метрів на вулиці Косівська, з простим ремонтом, наявним бойлером та кондиціонером. Розташування приміщення біля офісних центрів є привабливим для майбутнього закладу

Ремонт приміщення (100 тис. грн) передбачає витрати на створення інтер'єру, ремонтні роботи та дизайн приміщення, щоб воно відповідало потребам бізнесу та було привабливим для відвідувачів.

Закупівля обладнання для кухні (400 тис. грн) – придбання необхідного кухонного обладнання, такого як плити, духовки, холодильники, та інші прилади, необхідні для приготування їжі, є важливою частиною підготовки до

відкриття закладу швидкого харчування. Наприклад, для облаштування професійної кухні треба обрати індукційні плити, які забезпечують швидке нагрівання та високий рівень контролю температури.

Сучасні духовки з конвекцією забезпечують рівномірне розподілення тепла та є ідеальними для випікання та готування великої кількості страв одночасно. Для зберігання продуктів необхідні промислові холодильники з великою місткістю та можливістю підтримувати оптимальні температурні режими.

Крім того, виробничий процес на кухні передбачає наявність додаткового обладнання: м'ясорубки для приготування фаршу, блендери для приготування соусів та крем-супів, а також міксери для замісу тіста чи приготування десертів. Сучасні кухонні комбайни можуть виконувати кілька функцій одночасно, що значно спрощує процес приготування їжі та зменшує необхідність у великій кількості окремих приладів. Для обслуговування великої кількості клієнтів також важливо мати надійні та швидкі посудомийні машини.

При виборі обладнання для кухні варто звернути увагу на виробників, які зарекомендували себе на ринку завдяки якості та надійності своєї продукції. Наприклад, індукційні плити від Bosch або Samsung відомі своєю точністю та ефективністю, а газові плити від GE або Whirlpool пропонують відмінну функціональність і довговічність.

Щодо духовок, моделі від Electrolux та KitchenAid пропонують передові технології конвекції та самоочищення. Холодильники від Liebherr або Frigidaire забезпечують оптимальні умови для зберігання продуктів завдяки інноваційним технологіям охолодження та заморожування.

Для подрібнення продуктів ідеально підійдуть м'ясорубки від KitchenAid або Philips, а блендери від Ninja або Vitamix забезпечать ідеальну консистенцію соусів та крем-супів. Міксери від Cuisinart або Breville відомі своєю багатфункціональністю і зручністю у використанні.

Купити техніку можна у офіційних дилерів KitchenAid та Electrolux через інтернет сайт. Техніку Philips, Ninja та Vitam, можна знайти в магазині Rozetka.

Ціна обладнання буде в районі 20 тис. грн за одиницю, а також буде гарантія на 1-2 роки. Тому вказане обладнання не підлягатиме амортизаційним відрахуванням. Встановлення та налаштування обладнання передбачає додаткові витрати у розмірі 30 тис. грн.

Закуп меблів (400 тис. грн) - придбання меблів для зони відвідувачів, включаючи столи, стільці, дивани та інші елементи інтер'єру. Столи та стільці можна обрати від West Elm або Pottery Barn, які відомі своєю високою якістю та елегантним дизайном. Звісно, при виборі меблів важливо звертати увагу не лише на зовнішній вигляд, а й на функціональність, зручність для відвідувачів та легкість у догляді. Завдяки різноманітності варіантів від зазначених брендів, можна створити стильний та затишний простір у закладі, який буде радувати відвідувачів та сприяти приємному враженню від візиту. Меблі будуть закуплені у гіпермаректі «6 Елемент» у місті Одеса.

Первинна закупівля продуктів (80 тис. грн) – придбання початкового запасу продуктів для приготування страв.

Створення технологічних карт страв обійдеться у 40 тис. грн, що включає детальний опис процесів приготування, рецептуру, нормування інгредієнтів для кожної окремої позиції в меню.

Реєстрація підприємства та дозволяв на ведення діяльності (10 тис. грн) – оплата державних зборів та інших витрат, пов'язаних з оформленням юридичного статусу компанії, отриманням необхідних ліцензій та дозволів.

Окремим блоком витрат є створення маркетингових матеріалів. В суму 80 тис. грн входить розробка, дизайн та виготовлення брендбуку, до якого входять візитки, листівки, меню, банери для просування бізнесу тощо. Всі елементи виготовляються, як на матеріальних носіях, так і в електронному вигляді для просування в мережі Інтернет.

Охорона та камери (20 тис. грн) – установка системи відео нагляду та охоронних систем для забезпечення безпеки бізнесу. А також договір з охороним агентством.

Комунікації та Інтернет (10 тис. грн) – передбачають встановлення надійної та ефективної системи, яка підтримає як внутрішні потреби закладу, так і надасть комфорт відвідувачам. Важливо обрати надійного провайдера, який зможе забезпечити високу швидкість Інтернету та стабільне з'єднання. Компанії, такі як Укртелеком або Kyivstar, пропонують різноманітні тарифні плани, які можна підібрати з урахуванням потреб бізнесу.

Для зручності та комфорту клієнтів необхідне якісне Wi-Fi обладнання - маршрутизатор та ретранслятори. Вони допоможуть забезпечити стабільний бездротовий доступ до інтернету у всіх зонах їдальні. Бренди, такі як TP-Link або Netgear, пропонують надійні рішення, які підходять для комерційного використання. Безпосередньо для закупівлі буде використовуватися мережа магазинів «Алло».

Згідно наведених даних, сума початкових інвестицій становить 1 386 тис. грн. Джерелами фінансування є кошти автора ідеї (386 тисяч) та банківський кредит (1 мільйон). В планах взяти кредит у «СЕНС БАНК» під ставку 25% на рік. Вартість обслуговування кредиту розраховано в таблиці 2.8.

Таблиця 2.8

Розрахунок кредиту

Місяці	Тіло кредиту	Погашення кредиту	Плата за користуванням кредиту	Залишок боргу
1	1000000	74210	20833	925789
2	925790	75756	19287	850032
3	850034	77335	17709	772697
4	772699	78946	16098	693751
5	693753	80591	14453	613160
6	613162	82270	12774	530890
7	530892	83984	11060	446906
8	446908	85733	9311	361172
9	361135	87519	7524	273652

Продовження таблиці 2.8

10	273616	89343	5701	184309
11	184273	91204	3840	93105
12	93069	93069	1940	0
Всього:	0		140530	

Джерело: [30]

Формат закладу швидкого харчування не передбачає великої кількості працівників, але від професіоналізму персоналу залежить рівень обслуговування та задоволеність клієнтів. Тому краще не економити та найняти відповідальних та доброзичливих співробітників із достатнім досвідом роботи. Пошук персоналу буде здійснюватися на вебсайті «Work.ua».

Адміністратор забезпечує дотримання стандартів та культури обслуговування клієнтів, консультує щодо вартості страв, їх різновидів, наявності програм лояльності та акційних пропозицій. Він здійснює облік продукції та підраховує денну виручку. До його обов'язків також входить вирішення проблем, конфліктних ситуацій, доведення побажань та зауважень клієнтів щодо організації роботи до вищого керівництва. Він стежить за чистотою зали та виробничих приміщень (контролює якість прибирання), складає графіки для інших працівників у зміну, нараховує заробітну плату та премії. Також веде бухгалтерський облік.

Кухар здійснює повний цикл приготування страв. Часто він бере участь у створенні меню, виходячи з побажань і коментарів клієнтів. Він розподіляє обов'язки та контролює їх виконання іншими працівниками.

Помічник кухаря виконує різні завдання, пов'язані з підготовкою кухонних приміщень та інвентарю, включаючи миття та обробку овочів, фруктів і яєць. Він також відповідає за дотримання санітарно-виробничих норм і може при необхідності замінити кухаря.

Офіціант-касир здійснює обробку замовлень через касовий апарат, приймає платіж, контролює стан інвентарю та дотримання чистоти та безпеки на робочому місці.

Прибиральниця відповідає за прибирання всіх приміщень закладу, включаючи клієнтську зону, і займається миттям підлог, поверхонь, вікон і санітарних приміщень. Вона також контролює наявність необхідних мийних засобів.

Весь персонал повинен мати санітарні книжки та проходити медичні огляди для відповідності санітарним нормам і вимогам під час офіційних перевірок.

У таблиці 2.9 сформовано фонд заробітної плати працівників закладу. Загальний фонд заробітної плати на місяць для всього персоналу їдальні становить 188,8 тисяч гривень.

Таблиця 2.9

Фонд оплати праці, тис. грн

№	Посада	Кількість	Посадовий оклад	ЄСВ	Сума за місяць з ЄСВ
1	Адміністратор	1	30	6,6	36,6
2	Кухар	3	25	5,5	91,5
3	Помічник кухаря	3	20	4,4	73,2
4	Офіціант-касир	2	20	4,4	48,8
5	Прибиральниця	2	15	3,3	36,6
Всього:		11	-	-	286,7

Джерело: розроблено автором

Найбільша кількість персоналу та відповідно заробітна плата припадають на кухарів та їхніх помічників, що відображає значні ресурси, які витрачаються на приготування їжі та обслуговування кухонної зони.

Також зазначено значні витрати на офіціантів – касирів та прибиральниць, що підкреслює важливість обслуговування клієнтів. Загалом, дані в таблиці демонструють, що власник повинен враховувати значні витрати на оплату праці, в процесі планування бюджету та стратегії подальшого розвитку бізнесу.

Розрахунок витрат за комунальні послуги відіграє важливу роль у плануванні та реалізації будь-якого бізнес-проєкту, особливо на стадії його створення. Передбачення цих витрат дозволяє підприємцям формувати більш точний бюджет, що в свою чергу, знижує ризики непередбачених витрат у майбутньому та допомагає уникнути можливих фінансових проблем.

Комунальні послуги, які включають електрику, газ, воду, опалення, та інші необхідні ресурси, є не тільки обов'язковими елементами для забезпечення повсякденного функціонування офісів, магазинів, складів, виробничих площ, але й значною статтею витрат.

В таблиці 2.10 розраховано витрати за комунальні послуги.

На основі даних таблиці, найбільшу частку в річних витратах займає електроенергія, що складає 144,000 грн. за рік, що вказує на високе споживання або велику потребу в електричній енергії, можливо, через технологічне обладнання або освітлення.

Таблиця 2.10

Розрахунок витрат за комунальні послуги за місяць та за рік
функціонування

Статті витрат	Тариф, грн	Обсяг споживання	Сума за місяць, грн (середньомісячна)	Сума за рік, тис. грн
Водопостачання та водовідведення, м ³	25	30	750	9
Електроенергія, Квт	8	2500	20 000	240
Зв'язок та Інтернет	300	-	300	0,3
Вивіз сміття, бак, та дезінсекція	4500	1/2	2500	30
Усього:			23550	282,6

Джерело: розроблено автором

У місяць витрати на комунальні послуги становлять 23,550 гривень, а за рік — 282,6 тисячі гривень. Найбільша частина витрат припадає на електроенергію, що складає близько 85% від місячних витрат та 85% від річних.

Вартість водопостачання та водовідведення, хоча і не так велика як електроенергія, все ж становить приблизно 3% від загальної місячної суми і 3% від річних витрат. Зв'язок та Інтернет є найменшою статтею витрат, що складає лише 1% від загальних місячних витрат. Витрати на вивіз сміття та дезінсекцію є значними, становлять приблизно 11% від місячних витрат і стільки ж від річних витрат. Отже, річні витрати значно вищі через велику кількість енергії, що споживається, та високі тарифи на вивіз сміття.

Постійні витрати є критичною складовою ефективного управління та фінансового планування будь-якого гастрономічного закладу. Заклади швидкого харчування, не є винятком, і для її успішної експлуатації необхідно чітко розуміти та враховувати всі витрати, що виникають на регулярній основі [31].

Ці витрати включають, але не обмежуються, заробітною платою персоналу, комунальними послугами, витратами на закупівлю інгредієнтів, обслуговуванням обладнання, та іншими витратами, які необхідні для підтримки повсякденної діяльності закладу швидкого харчування. У таблиці 2.11 надано детальний опис постійних витрат, виходячи з попереднього аналізу фонду оплати праці та інших ключових оперативних витрат, з метою надання чіткої картини фінансових зобов'язань, які є неодмінною частиною ефективного управління закладом швидкого харчування.

Таблиця 2.11

Постійні витрати закладу «На твої смак»

№	Опис витрат	Сума за місяць, тис. грн	Сума за рік, тис. грн.	Частка, %
1	Фонд оплати праці	286,7	3440,4	47,69
2	Оренда приміщення	13	156	2,16
3	Реклама та маркетинг	20	240	3,33
4	Продукти	200	2 400	33,26
5	% за кредитом (середній)	11,7	140,4	1,95
6	Миючі та гігієнічні засоби	2	24	0,33
7	Бокси для самовивізу	3	36	0,50
8	Витрати на пральню	4	48	0,67
9	Обслуговування CRM	1	12	0,17
10	Охорона (кнопка виклику)	0,5	6	0,08
11	Комунальні послуги	23,6	282,6	3,92

Продовження таблиці 2.11

12	Інші (в т.ч. РРО)	36	432	5,99
Всього:		601,5	7214,8	100

Джерело: розроблено автором

Загальний аналіз структури постійних витрат закладу «На твій смак» показує, що найбільшу частину витрат становить фонд оплати праці, який складає майже половину всіх витрат — 47,69%. Це свідчить про велику роль персоналу в діяльності закладу і високу залежність від якості роботи співробітників. Витрати на продукти також займають значну частку витрат, досягаючи 33,26%, що є логічним для харчового закладу, де якість і свіжість інгредієнтів є критично важливими.

В порівнянні з цими двома категоріями, інші витрати є відносно малими: оренда приміщення та реклама та маркетинг складають лише 2,16% та 3,33% відповідно. Мінімальні витрати на охорону та обслуговування CRM показують, що заклад може економити на деяких аспектах безпеки та технічного обслуговування. Витрати на комунальні послуги та інші невеликі категорії, такі як витрати на пральню та миючі засоби, вказують на важливість управління цими аспектами для забезпечення неперервної роботи закладу.

Висновки за розділом 2:

1. У зв'язку з воєнними умовами, індустрія швидкого харчування переживає зміни, адаптуючись до нових викликів та потреб споживачів. Серед найбільш перспективних форматів виокремлюються служби доставки та заклади «біля дому», які пропонують клієнтам не лише зручність і швидкість обслуговування, але й економічну вигоду та вищий рівень безпеки у непростих умовах. Віддаючи перевагу локалізованим та простим продуктам, споживачі змушені будуть адаптуватися до реалій, що веде до зниження середнього чеку на 7-10%. Це зумовлено економічною нестабільністю та зміною споживацьких пріоритетів. У відповідь на ці тенденції, ресторанний

бізнес вкладатиме ресурси в інновації, розвиток цифрового маркетингу, удосконалення процесів доставки та розробку нових продуктів.

2. Заклад «На твій смак» має сильні сторони, як-от доступне меню та низькі ціни, що забезпечують їй конкурентоспроможність. Проте, залежність від сировини та обмежений вибір страв є слабкостями. Є шанси на залучення нових клієнтів через рекламу та розширення асортименту, але загрози включають конкуренцію та зміни у споживчих уподобаннях. Важливо активно розробляти стратегії для збереження сильних сторін та мінімізації слабкостей і загроз.
3. Аналіз стартових витрат для закладу швидкого харчування "На твій смак" показує, що найбільш значні інвестиції потрібні для закупівлі обладнання для кухні та меблів для залу, кожна з цих категорій потребує приблизно по 400 тис. грн. Це вказує на важливість забезпечення якісного обслуговування та комфортних умов для відвідувачів. Ремонт приміщення також становить значну частину витрат, на це виділено 100 тис. грн. Менші витрати, такі як реєстрація підприємства і забезпечення його законної діяльності, складають лише 10 тис. грн. Загалом, важливо забезпечити достатнє фінансування ключових аспектів бізнесу, щоб створити міцну основу для успішної діяльності.

РОЗДІЛ 3. ЕКОНОМІЧНА ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ЕФЕКТИВНОСТІ ПРОЄКТУ СТВОРЕННЯ ЗАКЛАДУ «НА ТВІЙ СМАК»

3.1 Розрахунок грошового потоку та критерій ефективності

Грошовий потік є однією з ключових концепцій у фінансах, що відображає суму грошових коштів, які входять і виходять з бізнесу або проєкту протягом певного періоду. Він є важливим показником ліквідності, ефективності та загального фінансового здоров'я компанії чи проєкту.

Дохід є ключовим фактором для покриття витрат та забезпечення прибутку в ресторанному бізнесі, слугуючи основним індикатором його фінансового стану. У свою чергу прибуток, або різниця між доходами та витратами, відображає фінансовий успіх компанії, а його чистий показник враховує податки.

Прогнозування прибутку дозволяє планувати бюджет та адаптуватися до змін у ринковому середовищі. Цей процес включає постійне оновлення прогнозів, щоб врахувати нову інформацію та поточні тренди. У таблиці 3.1 наведено приклади можливих страв, які є достатньо популярними в інших закладах швидкого харчування, та ціни на блюда [32, с. 112].

Слід зауважити, що ціноутворення в сфері швидкого харчування також може бути регульованим різними зовнішніми та внутрішніми факторами.

Зовнішній механізм ціноутворення закладу швидкого харчування полягає у врахуванні економічних та соціальних змін. Наприклад, при зростанні цін на продукти на ринку, заклади швидкого харчування змушені збільшувати ціни на свої страви. Якщо попит на їжу зростає, керівництво може вирішити збільшити ціни для підвищення прибутків. Також, зміни у конкуренції, як-от відкриття нових закладів, можуть спонукати до коригування цінової політики, зокрема до зниження цін для залучення більшої кількості клієнтів.

У таблиці 3.1 можна побачити приклад добового меню їдальні «На твій смак».

Таблиця 3.1

Приклад добового меню закладу швидкого харчування «На твій смак»

Страви	Назва страви	Порція/Ціна
Перша	Борщ червоний з яловичиною	350 мл/90 грн
	Кукурудзяний суп з копченостями	350 мл/90 грн
	Сирний суп з овочами	350 мл/80 грн
	Солянка	350 мл/100 грн
Друга	М'ясо по-французьки	200 г /80 грн
	Плов	300 г/90 грн
	Бефстроганов	100 г/60 грн
	Гуляш	100 г/60 грн
	Паста баланьезе	300 г/ 90 грн
Гарніри	Гречана каша з грибами	200 г/50 грн
	Картопля запечена з розмарином	200 г/50 грн
	Пюре картопляне	200 г/45 грн
	Рис з овочами	200 г/50 грн
	Картопля по-селянськи	200 г/50 грн
Салати	Тушкована капуста з грибами	150 г/50 грн
	Салат з пекінської капусти, огірка, яйця та кукурудзи	150 г/50 грн
	Салат з буряком та горіхами	150 г/45 грн
	Салат з буряком, апельсином та фетою	150 г/55 грн
Вироби з тіста	Пиріжки	1 штука/15 грн
Напої	Лимонад	500 мл/40 грн
	Компот	500 мл/40 грн

Джерело: розроблено автором

Внутрішній механізм ціноутворення їдальні базується на врахуванні витрат на продукти, обладнання та персонал. В цьому сенсі потрібно враховувати витрати на закупівлю інгредієнтів, оплату праці персоналу, вартість оренди приміщення та обслуговування обладнання, щоб встановити мінімальну ціну для страв, забезпечуючи при цьому отримання прибутку.

Якщо конкретизувати порядок розрахунку цін в їдальні “На твій смак” доцільно розглядати різні види чеків для їдальні, орієнтуватися на середні ціни страв, що дозволяє зробити припущення про цінові категорії та потенційний обсяг продажів. Аналізуючи дані у сегменті швидкого харчування та з огляду на власну цінову політику, можемо виділити такі категорії чеків:

1. Дрібний чек – середня вартість 100 грн. Це можуть бути салати або напої. Такі замовлення часто роблять відвідувачі, які шукають швидкий перекус: офісні працівники на перерві, перехожі або любителі кави, які можуть вирішити повернутися в їдальню, щоб спробувати щось нове з меню.
2. Середній чек – приблизно 200 грн. Такий чек може включати комплексний обід, наприклад, основну страву з супом чи салатом і напоєм. Вибір страв зазвичай дозволяє кожному знайти щось до смаку, тому такий чек є доволі популярним варіантом.
3. Великий чек – орієнтовно 500 грн. Цей варіант підходить у випадку доставки для друзів або колег, які прийшли пообідати разом. Такий чек може включати декілька основних страв, салати, супи та напої. Це зручно, коли компанія має різні смакові уподобання, адже кожен може вибрати те, що йому до вподоби, забезпечуючи різноманітність вибору та задоволення потреб кожного з учасників обіду.

Такий підхід до розрахунку чеків дозволяє закладу швидкого харчування адаптуватися до різних потреб відвідувачів, від швидкого перекусу до затишного обіду з друзями або колегами, враховуючи їхні бажання та бюджет.

У таблиці 3.2 представлено прогноз доходів закладу швидкого харчування, заснований на ціноутворенні страв та запланованих показниках відвідування, що корелюють з реальними даними про відвідуваність.

Поступове збільшення доходів передбачає одночасну роботу власників за кількома напрямками. При відкритті бізнесу швидкого харчування, особливу увагу слід приділяти розбудові бренду, а не лише просуванню конкретних товарів. Це стосується різноманітних продуктів - від чізбургерів до млинців. Важливо, щоб кожна точка продажу вирізнялась своїм унікальним стилем, що приваблює увагу потенційних клієнтів. Створення оригінальної назви та упізнаваного логотипу, розроблених професійними дизайнерами, а також використання яскравих і неповторних кольорових гам у оформленні закладу, дозволяє зробити бренд більш помітним. Такий підхід допомагає обійти конкурентів, оскільки відомий бренд здатен залучити більшу аудиторію.

Таблиця 3.2

Заплановані доходи закладу швидкого харчування «На твій смак»

Чек	Ціна, грн	Чеків в місяць	Сума, тис. грн
Дрібний чек	100	2 500	250
Середній чек	200	1 400	280
Великий чек	500	800	400
Всього:		2 700	930

Джерело: розроблене автором

Таблиця ілюструє плановані доходи закладу швидкого харчування «На твій смак», засновані на трьох категоріях чеків: дрібний, середній та великий. Загалом, місячні доходи складають 930 тисяч гривень. Найбільшу кількість чеків складають дрібні чеки (2500 штук на місяць), в той час як найбільший внесок у загальний дохід припадає на середні та великі чеки, які, хоч і видавались меншою кількістю разів (1400 та 800 відповідно), забезпечують суттєву частку загальних доходів завдяки вищим цінам. Ці дані підкреслюють важливість різноманітності у розмірах чеків для оптимізації доходів закладу.

З них 530 тисяч грн будуть нараховуватись на ФОП, а 400 тисяч грн проходити через ТОВ (як крупні замовлення та самовивіз).

Втім, ситуація із закладами швидкого харчування відрізняється. Тут основний акцент робиться на якості та ціні продуктів та розташування поряд із потенційними клієнтами. Адже клієнти часто вибирають заклад швидкого харчування за принципом «поруч, смачно та недорого», і тому бренд тут грає менш важливу роль (деякі подібні заклади взагалі роками працюють без створення бренду). В такому випадку, критично важливо зосередитись на забезпеченні високої якості їжі, збалансованого меню та привабливих цін, щоб задовольнити потреби клієнтів. Крім того, важливою стратегією для закладу швидкого харчування може бути створення затишної та комфортної атмосфери, яка спонукає клієнтів повертатися знову.

Також важливо враховувати, що в умовах сучасного ринку, де соціальні медіа відіграють ключову роль у просуванні брендів, навіть маленькі їдальні мають можливість використовувати ці канали для залучення нових клієнтів. Активність у соціальних мережах, використання інфлюенсер-маркетингу, та проведення промо-акцій можуть стати додатковими інструментами для залучення відвідувачів, навіть якщо головний акцент робиться на якості та ціні продуктів.

У таблиці 3.3 представлено економічний аналіз п'ятирічного періоду функціонування підприємства, де розглядаються доходи, витрати та прибуток в тисячах гривень. Стартові витрати складають 1 386 тис. грн у перший рік, після чого не виникають у наступні роки. У свою чергу доходи збільшуються з 11160 тис. грн на перший рік до 16339 тис. грн у п'ятому році.

Таблиця 3.3

Доходи, витрати та прибуток тис. грн

Показник	Роки функціонування				
	1-й	2-й	3-й	4-й	5-й
Стартові витрати	1 386	0	0	0	0
Доходи	11160	12276	13503	14853	16339
Єдиний податок (5%)	558	613	675	742	816
Витрати	7772,8	8417	9259	10185	11203
Прибуток	3387,2	3859	4244	4668	5136
Накопичений прибуток	2001,2	5860,2	10104,2	14772,2	19908,2

Джерело: складено автором

Аналізуючи таблицю 3.3, можна відзначити, що проект демонструє позитивну динаміку доходів та прибутку протягом п'яти років функціонування. Стартові витрати склали 1 386 тис. грн у перший рік, після чого вони не здійснювались. Доходи зросли з 11 160 тис. грн у перший рік до 16 339 тис. грн у п'ятий рік, що свідчить про стабільне збільшення обсягу продажів або цін. Єдиний податок в розмірі 5% також зростає пропорційно до доходів.

Постійні витрати збільшувалися кожен рік, що може вказувати на зростання операційних витрат або інфляційні тенденції. Валові витрати, які

включають податок і постійні витрати, також показали зростання з 7 772,8 тис. грн у перший рік до 11 203 тис. грн у п'ятий рік.

Прибуток збільшувався від 3 387,2 тис. грн у перший рік до 5 136 тис. грн у п'ятий рік, що вказує на ефективне управління витратами та доходами. Накопичений прибуток становив 19 908,2 тис. грн на кінець п'ятого року, що є свідченням успішної діяльності проекту та його здатності генерувати значний обсяг прибутку протягом періоду.

Загалом, проект показує хороші результати і здатний до самофінансування після початкових інвестицій, забезпечуючи зростання прибутку з кожним роком.

Для оцінки ефективності інвестицій та проектів використовуються різні фінансові критерії.

Чиста теперішня вартість (NPV) це різниця між поточною вартістю грошових потоків, які генерує проект, та поточною вартістю інвестованих коштів. Позитивний NPV свідчить про те, що проект може приносити більше прибутку, ніж вартість капіталу, вкладеного в нього [33].

IRR (Internal Rate of Return, або внутрішня норма прибутковості) — це фінансовий показник, який використовується для оцінки ефективності інвестицій. Він представляє собою процентну ставку, при якій сума дисконтованих грошових потоків (тобто грошових потоків, приведених до сьогоденної вартості, враховуючи часову вартість грошей) дорівнює початковій інвестиційній сумі. Іншими словами, IRR — це рівень доходності, за якого чиста приведена вартість (NPV) проекту дорівнює нулю [34].

Період окупності це час, необхідний для того, щоб сума грошових потоків від інвестиції покрила початкові інвестиції. Чим коротший період окупності, тим швидше інвестиція поверне вкладені кошти, зменшуючи ризик для інвестора [35].

Індекс прибутковості (PI) - це показник, який використовується для оцінки вигідності запланованих інвестицій. PI розраховується як відношення між поточною вартістю майбутніх грошових потоків, що генеруються

інвестицією, і початковою вартістю цих інвестицій. Інвестиційний проєкт вважається привабливим, якщо його PI більше 1, оскільки це означає, що майбутні грошові потоки перевищують початкові витрати на інвестиції. З іншого боку, якщо PI менше 1, проєкт може вважатися не вигідним, оскільки очікувані грошові потоки не покривають інвестованих коштів. PI є корисним інструментом для порівняння ефективності різних інвестиційних проєктів, оскільки він дозволяє оцінити відносну вигідність кожного проєкту [36, с. 252].

Ці критерії допомагають інвесторам та менеджерам оцінити потенційні ризики та прибутковість проєктів, а також зробити обґрунтовані рішення щодо розподілу ресурсів. Важливо розуміти, що ці методи оцінки мають свої обмеження і повинні використовуватися в комбінації з іншими аналітичними інструментами та кваліфікованим судженням.

Усі обчислення показників ефективності проєкту представлено у таблиці 3.4. Для визначення ставки дисконтування враховувалися особливості вітчизняної практики, фактори ризику, рівень інфляції та можливості альтернативного вкладення капіталу. Розрахунки ефективності проєкту були виконані з урахуванням його 60-місячної тривалості та використання гривні як валюти розрахунків.

Таблиця 3.4

Інтегральні показники ефективності їдальні “На твій смак”

Показники	За роками				
	1-й	2-й	3-й	4-й	5-й
1. Стартовий капітал (початкові інвестиції)	1 386	0	0	0	0
2. Грошовий потік	2001,2	5860,2	10104,2	14772,2	19908,2
3. Ставка дисконтування	24	24	24	24	24
4. Чиста поточна вартість (NPV)	1346	3855	6081	8056	9808
5. Внутрішня норма прибутковості (IRR)	-	-	-	-	348
6. Індекс прибутковості (PI)	-	-	-	-	8
7. Термін окупності (місяців)	7	-	-	-	-

Джерело: розроблене автором

Аналізуючи інтегральні показники ефективності їдальні "На твій смак" за п'ятирічний період, можна відмітити наступне. Стартовий капітал було вкладено лише на початку першого року і склав 1 386 тисяч гривень, подальші інвестиції не здійснювалися. Грошовий потік щорічно збільшувався: з 2001,2

тисяч у перший рік до 19908,2 тисяч у п'ятий рік, що свідчить про зростаючу ефективність діяльності. Ставка дисконтування залишалася стабільно високою на рівні 30% упродовж усіх п'яти років.

Чиста поточна вартість (NPV) також зросла з 1346 тисяч у перший рік до 9808 тисяч у п'ятий рік, підкреслюючи підвищення інвестиційної привабливості проекту. Внутрішня норма прибутковості (IRR) була розрахована тільки за п'ятий рік і склала 348%. Індекс прибутковості 7, що є показником збільшення прибутковості інвестицій. Термін окупності становив лише 7 місяців у перший рік, що свідчить про швидке повернення вкладених коштів. Ці показники в цілому демонструють високу ефективність та прибутковість проекту з року в рік.

3.2 Оцінка ризиків проекту та шляхи їхньої мінімізації

Менеджмент ризиків - це процес, спрямований на реагування на ризикові події та зміни у процесі виконання проекту. При цьому ключовим є здійснення моніторингу ризиків, що включає в себе нагляд за ризиками на протязі усього життєвого циклу проекту. Ефективний моніторинг ризиків забезпечує управління інформацією, що сприяє прийняттю обґрунтованих рішень до моменту настання ризикових ситуацій [37, с. 94].

Загальноприйнятим визначенням ризику є його сприйняття як загрози або небезпеки виникнення збоїв у діяльності, ризику появи несприятливих результатів, змін у зовнішньому середовищі, які можуть спричинити втрати ресурсів, фінансові збитки, а також небезпеку, від якої слід захиститися. Як було зазначено, однією з ключових задач у рамках управління проектами є менеджмент ризиків проектної діяльності або менеджмент ризиків проекту. Це завдання інтегрується з більшістю інших функцій управління проектами. Ризики присутні на всіх етапах і фазах проектної діяльності, тому управління ними залишається актуальним до моменту закінчення проекту [38, с. 140].

В рамках менеджменту проектних ризиків розглядаються такі аспекти:

- класифікація проєктних ризиків;
- методи ідентифікації та оцінювання ризиків;
- інформаційне забезпечення управління ризиками;
- моніторинг і прогнозування ризиків;
- стратегії зменшення (елімінації) ризиків;
- організація менеджменту ризиків;
- оцінювання ефективності та обґрунтування оптимального рівня витрат на управління ризиками.

У контексті теорії та практики управління проєктними ризиками особливо важливими вважаються методи оцінки, моніторингу, прогнозування ризиків, а також інформаційне забезпечення менеджменту ризиків. Процес управління ризиками включає в себе ключові напрямки (етапи): ідентифікацію (виявлення) ризику, його оцінку, вибір методу та інструментів управління ризиком, запобігання, контроль, фінансування ризику, та оцінку результатів.

При створенні проєкту закладу швидкого харчування «На твій Смак» можна виділити наступні потенційні ризики з таблиці 3.5

Таблиця 3.5

Аналізу ризиків проєкту «На твій смак»

Види ризиків	Склад	Методи мінімізації
Економічні	Нестабільність національної економіки, що може вплинути на купівельну спроможність потенційних клієнтів. Зміни валютного курсу, що можуть збільшити вартість імпортованих продуктів та обладнання. Висока конкуренція у сфері громадського харчування, що може призвести до зниження цін і маржі прибутку.	Ретельне планування бюджету та контроль за витратами. Розробка гнучкої цінової політики та акційних пропозицій для приваблення клієнтів. Диверсифікація поставок продуктів для зменшення ризику зростання цін на окремі інгредієнти.
Політичні	Нестабільність урядової політики та законодавства, зокрема у сферах оподаткування та санітарних норм. Можливість політичних чи соціальних неспокоїв, які можуть призвести до тимчасового закриття закладів або втрати клієнтів.	Моніторинг та своєчасне адаптування до змін у законодавстві та регуляторному середовищі. Розробка плану дій на випадок соціальних чи політичних неспокоїв.

Продовження таблиці 3.5

Соціальні та культурні	Необхідність врахування місцевих смакових переваг та харчових звичок. Ризик неприйняття нового бренду місцевим населенням.	Дослідження ринку та врахування місцевих смакових переваг при складанні меню. Розробка маркетингових кампаній, які підкреслюють зв'язок бренду з місцевою культурою та традиціями.
Технологічні	Ризик застарівання обладнання та необхідність його оновлення. Залежність від технологічних систем (наприклад, системи онлайн-замовлень), які можуть бути схильні до збоїв та кібератак.	Інвестування у надійне та сучасне обладнання. Впровадження резервних систем та заходів безпеки для технологічних систем.
Оперативні	Високі витрати на заробітну плату, оренду, комунальні послуги та інші експлуатаційні витрати. Ризик втрати або шкоди обладнання та інвентаря. Проблеми з поставками продуктів або варіабельність їх якості.	Створення ефективної логістичної та постачальницької мережі. Регулярний технічний огляд та обслуговування обладнання. Впровадження системи управління якістю.
Ризики, пов'язані з персоналом	Труднощі у залученні та утриманні кваліфікованих працівників. Ризики, пов'язані з навчанням персоналу та підтримкою високих стандартів обслуговування.	Розробка програм мотивації та лояльності для працівників. Організація регулярних тренінгів та семінарів для підвищення кваліфікації персоналу. Встановлення ефективної системи внутрішнього контролю та зворотного зв'язку.
Правові та регуляторні	Зміни в законодавстві, що стосуються громадського харчування, санітарних норм та екологічних стандартів. Ризик судових позовів або штрафів за несумлінне ведення бізнесу або порушення законодавства.	Консультації з юридичними радниками для забезпечення відповідності всіх аспектів бізнесу чинному законодавству. Впровадження політики корпоративної відповідальності та дотримання високих стандартів у сфері охорони здоров'я та безпеки.

Джерело: складено автором

Маркетингові ризики мають ключове значення у ресторанному бізнесі, особливо діяльність конкурентів, адже більше третини ресторанів закриваються у перший рік роботи, відсоток невдач у франшиз нижчий — близько 10%. Найкритичнішим є вибір розташування закладу, яке впливає на формування концепції та визначення цільової аудиторії [39, с. 30].

За даними статистики, заклади швидкого харчування в середньому втрачають близько 20% місячного доходу через крадіжки. Тому наявність камер спостереження стає нормою в багатьох закладах. Вони встановлюються всередині та зовні приміщення для запобігання крадіжкам, забезпечення відеодоказів у випадку інцидентів та підвищення рівня безпеки співробітників та гостей. Камери з функцією відеоаналітики на основі штучного інтелекту можуть виявляти аномалії і небезпечні ситуації, знижуючи потребу в постійному моніторингу людиною. Крім того, камери, що реагують на рух, можуть виступати в якості першої лінії оборони, допомагаючи вчасно виявляти потенційні загрози.

Камери зі штучним інтелектом також можуть бути корисними не тільки для забезпечення безпеки. Вони здатні надавати цінну бізнес- та операційну аналітику, що допомагає у прийнятті обґрунтованих рішень щодо дизайну закладу, обслуговування клієнтів, покращення прибутковості. Завдяки цим пристроям можна аналізувати поведінку клієнтів у ресторані та зонах швидкого обслуговування, наприклад, вивчати популярність столиків, швидкість обслуговування, наявність перешкод у зоні кас, що допомагає оптимізувати дизайн закладу, розташування місць та процеси обслуговування.

Хмарні технології створюють централізовану систему управління для фізичних пристроїв та датчиків, таких як камери, системи виявлення вторгнень і контролю доступу. Це дозволяє керувати ними з будь-якого місця через підключений пристрій чи смартфон. Менеджерам ресторанів, які переходять на роботу в інше місце, не потрібно знову навчатися керувати безпекою, оскільки вони вже знайомі з системою. Однак це не зменшує значення локальних і гібридних рішень. Заклади швидкого обслуговування (QSR) мають працювати з постачальниками послуг, які можуть оптимізувати їхню інфраструктуру і порекомендувати найкращі хмарні, локальні чи гібридні моделі, з урахуванням безпеки, вартості та зберігання даних.

Важливо також зосередитися на програмному забезпеченні для автоматизації, обліку та аналізу діяльності закладу. Не варто обирати

найдешевші або безкоштовні програми, оскільки вони часто бувають неефективними. Вибір якісної POS-системи, яка відповідає потребам конкретного закладу, може значно покращити його роботу.

В умовах воєнного стану в Україні, проєкт створення їдальні «На твій смак» стикається з безліччю унікальних викликів та ризиків, що вимагають особливої уваги та підходу. Одним з найбільш очевидних є безпековий ризик, адже військові дії можуть призвести до пошкодження або знищення майна, ставлячи під загрозу не тільки бізнес-активи, але й життя та здоров'я персоналу та клієнтів. Це вимагає від проєкту не тільки міцної фізичної інфраструктури, але й плану евакуації та надзвичайних заходів безпеки.

Воєнний стан призводить до глибоких економічних та фінансових потрясінь. Інфляція, нестабільність валюти, зменшення купівельної спроможності - все це ставить під загрозу економічну життєздатність проєкту. Окрім цього, існують ризики замороження банківських активів або інших фінансових затримок, що можуть суттєво ускладнити фінансове планування.

Оперативне ведення бізнесу також ускладняється в умовах війни. Комендантська година, евакуація населення, постійні загрози безпеки можуть перешкоджати нормальному робочому процесу, вимагаючи від бізнесу особливої гнучкості та готовності до непередбачуваних змін.

Мінімізація ризиків під час ведення проєкту в умовах війни в Україні вимагає комплексного підходу та пильної уваги до кожного аспекту бізнесу. Ось декілька стратегій, які можуть допомогти зменшити потенційні ризики:

- встановлення надійних систем безпеки, організації охорони, та підготовки персоналу до дій в надзвичайних ситуаціях
- розробити гнучку стратегію поставок, яка включає пошук альтернативних постачальників та встановлення стратегічних запасів критичних товарів
- створення резервних фондів та управління грошовими потоками, є життєво важливим у непевні часи
- тісна співпраця з юридичними радниками для моніторингу змін у законодавстві та швидкого адаптування до них [40]

Хоча ці стратегії не можуть повністю виключити всі ризики, системний підхід до їх мінімізації може значно підвищити шанси проєкту на успіх та стабільність навіть в непевні часи.

Розуміння та адекватне управління цими ризиками є ключовими для успішної реалізації проєкту в умовах війни. Це вимагає глибокого аналізу, стратегічного планування, гнучкості у прийнятті рішень та тісної співпраці з місцевими громадами та урядовими структурами.

У проєкті відкриття закладу швидкого харчування потрібно розрахувати точку безбитковості [41], щоб визначити кількість відвідувачів, необхідних для покриття всіх витрат. Основними показниками для цього є середньозважена вартість порції та середня націнка.

Середньозважена вартість порції показує, скільки в середньому коштує одна порція з урахуванням різних типів страв та їхньої популярності серед відвідувачів. Стандартна націнка у сфері громадського харчування становить 200 %, що означає, що кінцева ціна порції є у три рази вищою за її собівартість. Це дозволяє закладу швидкого харчування покривати витрати на продукти, оплату праці персоналу, оренду приміщення та інші операційні витрати.

Формула для розрахунку точки безбитковості має такий вигляд (3.1):

$$T_6 = \frac{\text{Умовно пос.витрати}}{\text{Ціна}} \quad (3.1)$$

Ціна - середньозважена вартість чеку - складає 344 грн.

Після підстановки значень в формулу отримуємо:

1747 клієнтів на місяць або 58 клієнтів на день.

За допомогою формули для розрахунку точки безбитковості можна визначити, що для досягнення безбиткового рівня, компанія має обслуговувати 1747 клієнтів на місяць, що в середньому становить 58 клієнтів на день. Це показує кількість клієнтів, яких необхідно залучити для покриття усіх витрат, включаючи умовно постійні та умовно змінні витрати, при середньозваженій вартості чеку в 344 гривень. Такий аналіз дозволяє компанії зрозуміти, скільки роботи потрібно виконати для досягнення стійкого фінансового стану, а також

може слугувати основою для планування продажів, маркетингових заходів та бюджетування.

Висновки за розділом 3:

1. Аналіз інтегральних показників ефективності їдальні "На твій смак" показує, що проект є високоефективним. Стартовий капітал було вкладено тільки в перший рік, становивши 1 386 тисяч гривень. Грошовий потік щорічно зростає, від 2001,2 тисяч у перший рік до 19908,2 тисяч у п'ятий рік. Ставка дисконтування залишалася на рівні 30%, а чиста поточна вартість зросла від 1346 тисяч до 9808 тисяч. Внутрішня норма прибутковості за п'ятий рік склала 348%. Індекс прибутковості 7, а термін окупності проекту становив лише 7 місяців.
2. Управління проектом в умовах війни в Україні вимагає інтегрованого підходу для мінімізації ризиків. Забезпечення безпеки через організацію охоронної системи та навчання персоналу для дій у кризових ситуаціях є критично важливим. Розробка гнучкої стратегії поставок, що включає альтернативних постачальників та стратегічні запаси, допоможе уникнути перебоїв у ланцюгу поставок. Важливо також створити резервні фонди та ефективно управляти фінансами. Крім того, співпраця з юридичними радниками для відстеження законодавчих змін та швидкої адаптації до них є ключовою. Ці заходи не зможуть виключити всі ризики, але значно підвищать шанси на успіх та стабільність проекту. Бізнесу потрібно обслуговувати 1747 клієнтів на місяць або 58 на день для досягнення беззбитковості, з урахуванням вартості чеку в 344 гривні.

ВИСНОВКИ

1. Бізнес-ідея полягає у створенні закладу швидкого харчування, що спеціалізується на стравах домашньої кухні. Його відмінність полягає в пропозиції високоякісних, здорових та смачних страв, які створюють відчуття домашнього затишку. Особлива увага приділяється свіжим інгредієнтам, різноманітності меню, включно з варіантами для спеціальних дієт. Важливі аспекти для успіху - ефективна логістика, маркетинг, сильний бренд та активна онлайн-присутність. Ціль - поєднати зручність швидкого харчування з якістю та смаком домашньої їжі.
2. Для відкриття та ефективної діяльності бізнесу, особливо якщо це стосується громадських закладів, необхідно отримати кілька ключових дозволів та ліцензій. Спочатку важливо забезпечити легальне розміщення зовнішньої реклами. Залежно від специфіки закладу, можуть знадобитися додаткові дозволи, як-от на розміщення літнього майданчика. Якщо планується продаж алкоголю та тютюнових виробів, необхідно отримати ліцензію. Крім того, необхідно вирішити питання з реєстрацією розрахункових операцій, щоб забезпечити легальність фінансових транзакцій.
3. За статистичними даними у 2023 році відбулося значне зростання кількості реєстрацій фізичних осіб-підприємців і ТОВ у ресторанному секторі. Це зростання, починаючи з пандемії 2019 року, можна пояснити відновленням економічної активності після COVID-19, зміною споживчих звичок, таких як зростання популярності доставки їжі, та технологічним прогресом, включаючи розвиток мобільних додатків для замовлення їжі. Загалом, це свідчить про динаміку і гнучкість ресторанного ринку, його здатність адаптуватися до суспільних та економічних змін. Для відкриття закладу швидкого харчування обрана спрощена система оподаткування 3-ї групи.

4. У зв'язку з воєнними умовами, індустрія швидкого харчування переживає зміни, адаптуючись до нових викликів та потреб споживачів. Серед найбільш перспективних форматів виокремлюються служби доставки та заклади "біля дому", які пропонують клієнтам не лише зручність і швидкість обслуговування, але й економічну вигоду та вищий рівень безпеки у непростих умовах. Віддаючи перевагу локалізованим та простим продуктам, споживачі змушені будуть адаптуватися до реалій, що веде до зниження середнього чеку на 7-10%. Це зумовлено економічною нестабільністю та зміною споживацьких пріоритетів. У відповідь на ці тенденції, ресторанний бізнес вкладатиме ресурси в інновації, розвиток цифрового маркетингу, удосконалення процесів доставки та розробку нових продуктів.
5. В контексті СВОТ-аналізу заклад «На твій смак» має сильні сторони, як от доступне меню та низькі ціни, що забезпечують їй конкурентоспроможність. Проте, залежність від сировини та обмежений вибір страв є слабкостями. Є шанси на залучення нових клієнтів через рекламу та розширення асортименту, але загрози включають конкуренцію та зміни у споживчих уподобаннях. Важливо активно розробляти стратегії для збереження сильних сторін та мінімізації слабкостей і загроз.
6. Аналіз стартових витрат для закладу швидкого харчування "На твій смак" показує, що найбільш значні інвестиції потрібні для закупівлі обладнання для кухні та меблів для залу, кожна з цих категорій потребує приблизно по 400 тис. грн. Це вказує на важливість забезпечення якісного обслуговування та комфортних умов для відвідувачів. Ремонт приміщення також становить значну частину витрат, на це виділено 100 тис. грн. Менші витрати, такі як реєстрація підприємства і забезпечення його законної діяльності, складають лише 10 тис. грн. Загалом, важливо забезпечити достатнє фінансування ключових аспектів бізнесу, щоб створити міцну основу для успішної діяльності.

7. Аналіз інтегральних показників ефективності їдальні "На твій смак" показує, що проект є високоефективним. Стартовий капітал було вкладено тільки в перший рік, становивши 1 386 тисяч гривень. Грошовий потік щорічно зростає, від 2001,2 тисяч у перший рік до 19908,2 тисяч у п'ятий рік. Ставка дисконтування залишалася на рівні 30%, а чиста поточна вартість зросла від 1346 тисяч до 9808 тисяч. Внутрішня норма прибутковості за п'ятий рік склала 348%. Індекс прибутковості 7, а термін окупності проекту становив лише 7 місяців.
8. Управління проектом в умовах війни в Україні вимагає інтегрованого підходу для мінімізації ризиків. Забезпечення безпеки через організацію охорони та навчання персоналу для дій у кризових ситуаціях є критично важливим. Розробка гнучкої стратегії поставок, що включає альтернативних постачальників та стратегічні запаси, допоможе уникнути перебоїв у ланцюгу поставок. Важливо також створити резервні фонди та ефективно управляти фінансами. Крім того, співпраця з юридичними радниками для відстеження законодавчих змін та швидкої адаптації до них є ключовою. Ці заходи не зможуть виключити всі ризики, але значно підвищать шанси на успіх та стабільність проекту. Бізнесу потрібно обслуговувати 1747 клієнтів на місяць або 58 на день для досягнення беззбитковості, з урахуванням вартості чеку в 344 гривні.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Лисюк Т., Терещук О., Пасічник М. Інноваційні технології у готельно-ресторанному господарстві. *Економіка та суспільство*, 2022. №40. URL: <https://www.economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1450/1395> (дата звернення: 15.01.2024)
2. Івасишина Н. В. Розвиток ресторанного господарства в Україні. URL: <http://visnyk-history.knlu.edu.ua/article/view/280604> (дата звернення: 15.01.2024)
3. Організація обслуговування на підприємствах ресторанного господарства. MegaLib. URL: [http://megalib.com.ua/content/754_11_Klasifikaciya_ta_tipi_pidpriemstv_restorannogo_gospodarstva.html#:~:text=За%20ознакою%20комплексу%20продукції%20і,за%20спеціальними%20замовленнями%20\(кайтеринг\)](http://megalib.com.ua/content/754_11_Klasifikaciya_ta_tipi_pidpriemstv_restorannogo_gospodarstva.html#:~:text=За%20ознакою%20комплексу%20продукції%20і,за%20спеціальними%20замовленнями%20(кайтеринг)) (дата звернення: 15.01.2024)
4. Круль Г. Я. Основи ресторанної справи: навч. посіб. Чернівці: Чернівецький нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2020. 496 с.
5. Черкес Р., Косар Н., Бей Х. Дослідження ринку послуг швидкого громадського харчування України. *Економіка та суспільство*, 2024. №60. URL: <https://www.economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/3597/3528> (дата звернення: 15.01.2024)
6. Гончар Л., Беляк А. Нормативно-правове регулювання діяльності підприємств готельно-ресторанного і туристичного бізнесу. *Економіка та суспільство*, 2021. №26. URL: <https://www.economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/332/317> (дата звернення: 20.01.2024)
7. Про затвердження нормативних документів, що регламентують порядок роботи об'єктів громадського харчування споживчої кооперації України : Закон України від 27.12.93 №200. URL:

- <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0006-94#Text> (дата звернення: 30.01.2024)
8. Подолян М. І. Методи та інструменти державного регулювання ресторанного бізнесу в Україні. *Наукові інновації та передові технології*, 2024. № 2(30) 202. С. 488-497.
 9. Про стандартизацію і сертифікацію : Закон України від 11.06.97 р. № 333/97-ВР. Дата оновлення: 01.01.2018. URL: https://ips.ligazakon.net/document/view/kmd93046?ed=2014_06_05 (дата звернення: 30.01.2024)
 10. Гончар Л., Беляк А. Нормативно-правове регулювання діяльності підприємств готельно-ресторанного і туристичного бізнесу. *Економіка та суспільство*. 2021. № 26. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/332> (дата звернення: 30.01.2024)
 11. Петренко Н. О., Поліщук О. А., Коваленко Л. Г. Правове регулювання та аспекти ціноутворення в сфері готельно-ресторанного і туристичного бізнесу. *Ефективна економіка*, 2022. №5. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/5_2022/8.pdf (дата звернення: 30.01.2024)
 12. Терещук Н. Інновації в сфері державного регулювання готельно-ресторанного бізнесу. *Інноваційний розвиток та безпека підприємств в умовах неоіндустріального суспільства*, 2021. С. 296-298.
 13. Добрава Н. В., Райлян О. Г. Основні критерії вибору організаційно-правової форми підприємницької діяльності. *Наукові перспективи*, 2021. № 10(16). С. 303-315.
 14. Деньгуб В. В. Перспективи індикативного розвитку вітчизняних підприємств. *Управління бізнесом в парадигмі сталого розвитку : економіко-правовий аспект : колективна монографія / За ред. д.е.н., проф. А. В. Андрейченка, д.е.н., проф. Н. В. Захарченко. Одеса : ОНЕУ, Ч. 1., 2024. С. 226-251.*

- 15.Слишинська А. А. Фізична особа-підприємець, як суб'єкт підприємницької діяльності. *Економіка інноваційної діяльності підприємств*, 2017. С. 307-308.
- 16.Кухарчук А. М., Грачова О. Ю., Маслова М. О. Особливості правового статусу фізичної особи під час здійснення підприємницької діяльності в умовах воєнного стану. *Юридичний науковий електронний журнал*. 2022. № 9. С. 224-228.
- 17.Лопатовська О. О. Особливості оподаткування бізнесу в умовах воєнного часу. *Трансформаційні процеси в економіці: від конкуренції до кооперації* : матеріали І Всеукраїнської наук.-практ. конф. (м. Хмельницький, 26 жовт. 2023 р.) /редкол.: Ю.В. Телячий (гол.) та ін. Хмельницький : ХКТЕІ, 2023 С. 212-213.
- 18.Діяльність ресторанів, надання послуг мобільного харчування. КВЕД-2010. Клас 56.10. URL: https://kved.ukrstat.gov.ua/KVED2010/56/KVED10_56_10.html (дата звернення: 12.02.2024)
- 19.Голюк В. Я., Ганштель В. В. Конкурентне середовище на українському та польських ринках продукції швидкого приготування. м. Київ. *Економічний вісник НТУУ "Київський політехнічний інститут"*, 2022. № 24. С. 38-42.
- 20.Державна служба статистики. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 12.02.2024)
- 21.Як змінився ресторанний ринок України у 2023 році? 2023. URL: <https://visitukraine.today/uk/blog/2869/how-has-the-ukrainian-restaurant-market-changed-in-2023#:~:text=Згідно%20з%20даними%20дослідження%20С%20середня,2022%20року%20до%202023%20року> (дата звернення: 14.02.2024)
- 22.Як змінилася виручка, середній чек та відвідуваність закладів харчування в Україні за 2023 рік, – дослідження. 2024. URL:

- <https://dyvys.info/2024/01/17/pidsumkove-doslidzhennya-restorannogo-rynku-za-2023-r/> (дата звернення: 20.02.2024)
- 23.Сидорук С. В., Матвійчук Л. Ю., Лепкий М. І. Особливості стратегічної діагностики сфери HORECA у військовий період. *Інновації та технології у сфері послуг та харчовій промисловості*, 2023. С. 5-11.
- 24.Ільчишин В. Аналіз сучасних тенденцій в діяльності підприємств швидкого харчування. *Вісник студентського наукового товариства «ВАТРА» Вінницького торговельно-економічного інституту КНТЕУ*. 2022. Вип.131. С. 14-20.
- 25.Ракша Л. Як змінилася виручка, середній чек та відвідуваність закладів. Підсумки 2023 року від Poster. 2024. URL: <https://joinposter.com/ua/blog/management/pidsumky-2023-roku-vid-poster> (дата звернення: 25.02.2024)
- 26.Фаст-фуди та їдальні в Одесі. URL: <https://top20.ua/od/restorani-kafe-bari/fast-fudi-ta-yidalni/> (дата звернення: 25.02.2024)
- 27.Основи організації роботи ЗРГ. URL: <https://learn.ztu.edu.ua/mod/resource/view.php?id=142423> (дата звернення: 25.02.2024)
- 28.Що таке PESTLE-аналіз і навіщо він маркетологу. URL: <https://laba.ua/blog/1618-hto-takoe-pestle-analiz-i-zachem-on-marketologu> (дата звернення: 25.02.2024)
- 29.Захарченко Н. В. Обґрунтування господарських рішень та оцінювання ризиків : навч. посіб. Одеса: ОНЕУ, 2022. 197 с.
- 30.Кредитний калькулятор. URL: <https://financer.com/ua/kalkulyatory/pogashennya/> (дата звернення: 02.03.2024)
- 31.Постійні та змінні витрати. URL: <https://livingfo.com/postijni-ta-zminni-vytraty/> (дата звернення: 02.03.2024)

- 32.Карпов В. А. Чи відбиває NPV реальну ефективність проекту?. Математичні методи, моделі та інформаційні технології в економіці. 2019. № 1, 69. С. 109–117.
- 33.Що таке чиста поточна вартість (NPV)? URL: <https://finances.in.ua/shcho-take-chysta-potochna-vartist-npv/> (дата звернення: 29.03.2024)
- 34.Що таке внутрішня норма прибутковості (IRR)? URL: <https://business.diia.gov.ua/handbook/impact-investment/so-take-vnutrisna-norma-pributkovosti-irr> (дата звернення: 29.03.2024)
- 35.Період окупності проєкту. URL: <https://spar.ua/blogs/period-okupnosti-proektu> (дата звернення: 29.03.2024)
- 36.Горбаченко С. А., Карпов В. А., Басюркіна Н. Й., Шевченко – Перепьолкіна Р. І. Проектний аналіз: навч. посіб. Київ: Видавничий дім «Кондор», 2019. 324 с.
- 37.Лактіонов Є. Методи оцінки ризиків проєкту. *Прагматизм у підготовці майбутніх підприємців*: матеріали III науково-практичної конференції (Мелітополь, 20 травня 2021 р.). С. 93-95.
- 38.Сергійчук, М. І. Дослідження методів оцінки ризиків інвестиційних проєктів. Research of methods of risk assessment of investment projects : магістерська робота ; спец. 073 "Менеджмент" / М. І. Сергійчук ; наук. кер. С. І. Сергійчук. Миколаїв : НУК, 2023. 139 с.
- 39.Ризик-менеджмент та цивільний захист : метод. рек. до практ. занять для здобув. ВО освіт. рівня «Магістр» : галузь знань 07 «Управління та адміністрування» спец. 075 «Маркетинг» / [уклад. В. А. Вишневська] ; Центральноукраїн. нац. техн. ун-т. – Кропивницький : ЦНТУ, 2022. 36 с.
- 40.Як подбати про безпечну працю під час воєнного стану. URL: <https://oppb.com.ua/articles/yak-podbaty-pro-bezpechnu-pratsyu-pid-chas-voyennogo-stanu> (дата звернення: 10.04.2024)
- 41.Савченко О. Як обчислити точку беззбитковості. 2023. URL: <https://factor.academy/blog/pidrozdili-vidi-ta-osoblivosti-stvorenniya/> (дата звернення: 10.04.2024)