

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ІВАНА ФРАНКА

Назва факультету	Географічний факультет
Назва кафедри	Кафедра готельно-ресторанної справи та харчових технологій
Ступінь вищої освіти	Магістр
Спеціальність	241 «Готельно-ресторанна справа»
Освітньо-професійна програма	«Готельно-ресторанна справа»
Група: ГРГМ-21з	Форма навчання: заочна

Робота допущена до захисту

Завідувач кафедри доцент, кандидат географічних наук

Пандяк Ігор Григорович

« ____ » _____ 2022 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

на тему

**«ФОРМУВАННЯ МЕРЕЖІ РЕСТОРАНІВ З ХАЛЯЛЬНИМИ СТРАВАМИ
У ЛЬВОВІ: ПЕРЕДУМОВИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ»**

Виконав

здобувач вищої освіти **НЕРЕТА ВІКТОРІЯ ВОЛОДИМИРІВНА**

Науковий керівник завідувач кафедри, доцент, кандидат географічних наук

Пандяк Ігор Григорович

Рецензент _____

Львів 2022

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИКО - МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ХАЛЯЛЬНОЇ ЇЖІ	6
1.1. Теоретичні засади визначення поняття «халяль» та суміжних термінів	6
1.2. Методичні засади дослідження халяльної кухні	7
1.3. Відмінності між продуктами халяльної та нехаляльної їжі	10
РОЗДІЛ II. ПОЯВА І РОЗВИТОК ХАЛЯЛЬНОЇ КУХНІ У СВІТІ	14
2.1. Зародження та утвердження халяльної кухні	14
2.2. Розвиток халяль-туризму у світі	16
2.3. Структурно-просторова організація закладів ресторанного господарства з халяльною кухнею у світі	20
РОЗДІЛ III. РОЗВИТОК ХАЛЯЛЬНОЇ КУХНІ В УКРАЇНІ	23
3.1. Зародження закладів з халяльною кухнею в Україні	23
3.2. Вплив пандемії Covid-19 на розвиток халяльних ресторанів в Україні	25
3.3. Розвиток халяльної кухні у найбільших центрах України	26
3.4. Міжнародна сертифікація Халяль в Україні	30
3.5. Соціологічне опитування громадян щодо обізнаності халяльною їжею в Україні	32
РОЗДІЛ IV. ВИРОБНИЧО-ЕКСПЛУАТАЦІЙНА ТА ФІНАНСОВО- ГОСПОДАРСЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ РЕСТОРАНУ «SAKAE RAMEN BAR» (М. ЛЬВІВ)	35
4.1. Характеристика ресторану «Sakae Ramen Bar»	35
4.2. Структура послуг у ресторані «Sakae Ramen Bar»	38
4.3. Виробничо-експлуатаційної діяльності підприємства, застосування інноваційних технологій у ресторані «Sakae Ramen Bar»	44
4.4. Інформаційні системи та технології в діяльності у ресторані «Sakae Ramen Bar»	46
4.5. Маркетингова діяльність ресторану «Sakae Ramen Bar»	47
4.6. Система управління діяльності підприємства	55
4.7. Фінансово-господарська діяльність ресторану «Sakae Ramen Bar»	57

4.7.1. Обсяг і структура діяльності.....	57
4.7.2. Стан основних засобів.....	58
4.7.3. Ефективність використання основних засобів	58
4.7.4. Ефективність використання оборотних активів	60
4.7.5. Ефективність використання трудових ресурсів.....	61
4.7.6. Структури операційних витрат.....	62
4.7.7. Показники формування чистого прибутку	64
4.7.8. Аналіз показників рентабельності.....	65
4.7.9. Комплексне узагальнення результатів фінансово-господарської.....	66
діяльності підприємства	66
ВИСНОВКИ.....	67
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	71
ДОДАТКИ	76

ВСТУП

Ринок халяльних продуктів і послуг не є винятковим для мусульман, він стає все більш популярним серед немусульманських споживачів, які пов'язують халяльні цінності зі своїми власними етнічними споживчими традиціями. До речі, сьогодні «халяльні» продукти популярні серед прихильників інших релігій і не є для них забороненими. У певному сенсі позначка «халяль» — це не просто релігійний атрибут, це просто «дозволено». Ці продукти можна порівняти з продуктами маркування - «екологічно чисті продукти».

Sakae Ramen Bar — це азіатський концептуальний двоповерховий рамен-бар. Знаходиться заклад у приміщенні бізнес-центру Futura Hub Кульпарківська 200а. Основна страва в меню - японський рамен - домашня пшенична локшина. Заклад спеціалізується на стравах «Халяль». Компанія знаходиться у фазі зростання, має вільні кошти для розширення бізнесу та постійно отримує запити від споживачів на відкриття представництв у нових містах.

Актуальність теми обумовлена тим, що хал яль-індустрія в Україні є ще нерозвиненою. Проте дедалі частіше зустрічаються заклади зі стравами халяльної кухні. Значні запаси нафти в країнах Близького Сходу, стрімке зростання в ринковій сфері та інших галузях економіки призвели до того, що забезпечені мусульмани мають можливість подорожувати світом і готові платити за якісний наданий сервіс, який відповідає нормам шаріату. Отже, туристичний бізнес не може ігнорувати цю групу клієнтів. У зв'язку зі збільшенням чисельності мусульман, які подорожують та які обирають напрямки з відповідними зручностями, все більше готельних та ресторанних мереж починають пропонувати послуги в цьому секторі ринку. Власники готелів та ресторанів зі всього світудокладають значних зусиль, в тому, щоб йти в ногу зі змінами і знайти своє місце в цьому зростаючому секторі ринку послуг з маркуванням «халяль».

Варто зауважити, що проблема розвитку халяль-індустрії в Україні є малодослідженою. Публікації, які зустрічаються є або поверховими, або носять

чисто проблематичний характер. Цим питанням займалися такі дослідники в своїх публікаціях та дослідженнях: Д.Брильов, В. Антоненко, О. Фастовець, Н. Гаврілова, О.Любіцева, С.Романчук, С.Ковальчук та В. Хуткий.

Метою дипломної роботи є аналіз та характеристика закладу ресторанного-господарства «Sakaе Ramen Bar» з халяльною кухнею, визначення сучасних тенденцій на глобальних та регіональних ринках халяльних товарів і послуг та їх вплив на розвиток халяль-туризму.

Для досягнення мети визначено такі **завдання**:

- ознайомитися із термінологією у сфері ресторанного бізнесу, зокрема халяль-індустрії;
- визначити методи дослідження роботи;
- здійснити загальну характеристику роботи закладів із халяльною кухнею;
- провести дослідження, щоб виявити чи населення орієнтується в даній темі;
- провести SWOT-аналіз компанії та сформуванати маркетингову управлінську проблему;
- дослідити поширення халяль-індустрії в світі та Україні;
- порівняти кошерну та халяльну їжу, знайти відмінності та подібності;
- виявити перспективи розвитку халяльних закладів в Україні;
- ознайомитися із Халяль-сертифікацією;
- провести характеристику та аналіз закладу «Sakaе Ramen Bar».

Об'єктом дослідження є заклад ресторанного бізнесу «Sakaе Ramen Bar».

Предмет дослідження - особливості розвитку та господарювання ресторану «Sakaе Ramen Bar» у місті Львів.

Методи дослідження: описовий, порівняння, синтезу та аналізу, історичний, експерименту, опитування та системний методи.

Структура роботи. Дипломна робота складається зі вступу, чотирьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО - МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ

ХАЛЯЛЬНОЇ ЇЖІ

1.1. Теоретичні засади визначення поняття «халяль» та суміжних термінів

Халяль – поняття, яке визначає що дозволено та заборонено мусульманину. Це стосується різноманітних сфер життя (одягу, ведення бізнесу, поведінка у суспільстві), але частіше за все це поняття зустрічається у питаннях їжі. Термін «халяль» має досить широке застосування, людям в більшості випадків звично асоціювати його саме з кухнею і дієтичними законами мусульман [36].

Заклад ресторанного господарства - організаційно-структурна одиниця у сфері ресторанного господарства, яка здійснює виробничо-торговельну діяльність: виробляє і доготовляє, продає і організовує споживання продукції власного виробництва і закупних товарів, може організовувати дозвілля споживачів [12].

Підприємства ресторанного господарства змушені дотримуватися встановлених державними стандартами, санітарними, протипожежними правилами, технологічними документами та іншими нормативними актами обов'язкових вимог до якості послуг, безпеки для життя, здоров'я людей, навколишнього середовища та майна [20].

До сфери ресторанного господарства належать такі типи закладів: ресторан, кафе, бар, буфет, закусошна, їдальня, кафетерій, фабрика-заготівельня, фабрика-кухня, домашня кухня, ресторан за спеціальними замовленнями (catering) [19].

Поняття «халяль» – похідне від арабського слова «al-halal», що означає – те, що дозволено. Буквально слово «халяль» арабською мовою означає «дозволене» або «законне». «Халяльні» продукти – це ті, які виготовлені

відповідно до законів шаріату і є «чистими продуктами духовного походження»[21].

Халяль – це термін, який означає що даний продукт, напій або дія відповідає всім нормам ісламської традиції [30с]. Все те, що не підпадає під визначення «халяль», найчастіше є – «харам» (забороненим).

Халяльна їжа може готуватися, перероблятися або зберігатися в різних секціях або лініях в межах одного приміщення, де виробляються нехаляльні продукти, за умови вжиття необхідних заходів для запобігання будь-якого контакту між халяльною та нехаляльною їжею [36].

Тому, можна зробити висновок, що Халяль – це й повага до сімейних стосунків, зовнішнього вигляду і навіть традиції проведення никаха (мусульманської весільної церемонії), і бізнес має бути халяльним: ви не маєте права займатися забороненою діяльністю – торгувати алкоголем, забороненими продуктами.

1.2. Методичні засади дослідження халяльної кухні

Центральним елементом всієї системи методології є метод. Метод дослідження – це система прийомів збору, обробки, представлення інформації для планомірного і цілеспрямованого вирішення наукових та практичних завдань [11]. Сукупність методів і технологій, їх послідовність та взаємозв'язок складають методику дослідження.

Географічне дослідження, включає практично всі основні методи наукового дослідження: літературний метод, метод аналізу і синтезу, метод узагальнення та ін. Проте найбільш типовими і характерними методами дослідження географічної науки є: спостереження, методи аерофотознімання, моделювання, геофізичний метод, експедиційні дослідження, картографічні методи [27].

Якщо говорити про загальні методи дослідження туризму, то можна сказати, що вони співпадають із загальнонауковими методами дослідження.

Професор А. Шаблій висуває такі вимоги до методів дослідження:

- якість (загальна зрозумілість методу);
- націленість (спрямованість методу на досягнення певної мети);
- детермінованість (чітка послідовність застосування методу);
- результативність (здатність забезпечувати досягнення мети);
- надійність (здатність забезпечувати бажаний результат);
- економність (здатність методу досягати результату при найменших витрат коштів і часу) .

Знання вимог до методів дослідження може допомогти визначити, які методи слід використовувати. При вивченні туристичного потенціалу території часто використовують такі методи дослідження: статистичний, літературний, історичний, візуальний, математичний, польове дослідження, особисте інтерв'ю, опитування, картографічний [22].

Літературний метод полягає у дослідженні різноманітних друкованих джерел, що стосуються обраної території.

Картографічний метод використовують як для створення картографічних основ, так і для вивчення місцевості та польових спостережень.

Історичний метод передбачає вивчення різних історичних матеріалів, що стосуються території, на якій ведеться дослідження.

Порівняльний метод використовується для визначення подібності до вже відомих і характерних ознак досліджуваних географічних об'єктів.

Візуальний метод дослідження полягає в безпосередньому огляді та спостереженні при вивченні досліджуваних географічних об'єктів, явищ і процесів.

Математичний метод найчастіше застосовують при кількісних вимірюваннях та обчисленнях.

Методи особистого інтерв'ю та опитування відкривають можливості для спілкування з місцевим населенням. Особливо цінними є дискусії з місцевими дослідниками, місцевими жителями та експертами.

Збираючи різні предмети під час подорожі, особливу увагу слід приділяти їх надійності, точності та повноті.

Одним із важливих методів оцінки туристичного ресурсу є метод аналізу та інтеграції, заснований на послідовній декомпозиції (аналізі) об'єкта на елементи чи ознаки, об'єднанні єдиного цілого та окремих речей (синтез).

До найпоширеніших наукових методів відносяться описові методи, що супроводжуються використанням загальної статистики. У подібних дослідженнях часто використовуються методи статистичної оцінки (визначення функцій за результатами спостережень) і статистичної перевірки гіпотез.

Порівняння — є одним із найпоширеніших методів пізнання. Це процес встановлення схожості або відмінності предметів та явищ дійсності, а також знаходження загального, притаманного двом або кільком об'єктам.

Ці всі методи дозволяють якнайефективніше проаналізувати особливості оцінки закладів ресторанного господарства та у висновку розробити точну методику. В оцінці завжди присутні об'єкт і суб'єкт. Об'єктом в оцінці виступають кількісні і якісні характеристики природних, соціально-економічних та історико-культурних ресурсів в цілому або їх окремих елементів, та їх територіальні поєднання, а суб'єктом може виступати рекреаційна галузь, різні ранги ТРС, суспільство в цілому, окремі групи рекреантів, рекреант.

1.3. Відмінності між продуктами халяльної та нехаляльної їжі

Халяльні заклади харчування відрізняються своїм меню, у ньому немає страв зі свинини і відсутні алкогольні напої. Багато ресторанів та кафе, які позиціонують себе як халяльні заклади, можуть мати у своєму меню алкогольні напої, що є не допустимим у даному випадку.

Можна сказати, що будь-яка їжа вважається халяльною в ісламі, якщо це не заборонено Кораном чи Хадісом. Тому, потрібно визначити які продукти вважаються «халяль», а які «харам» (див. Табл. 1.1.).

За офіційним визначенням, халяльними продуктами є:

- без будь-яких компонентів, які мусульманам заборонено вживати згідно з ісламськими законам;
- оброблені, виготовлені, оброблені, перероблені, збережені з використанням посуду, обладнання та/або машин, які були очищені відповідно до ісламського законодавства.

У Корані написано всі варіанти їжі, яку не можна вживати віруючим людям. Халяльная їжа готується за певними правилами [36].

Для того, щоб м'ясо вважалось халяльним слід дотримуватися кількох основних правил:

- перше правило для халяльного м'яса полягає в тому, що воно повинне походити від дозволеної тварини. Це означає, що м'ясо не повинно бути від свиней, загиблих до забою або від хворих тварин.
- другий закон, що стосується халяльного м'яса, – це спосіб, яким вбивають тварину. У Корані говориться, що тварина має бути вбита дуже гострим ножом, шляхом перерізання шиї. Під час акту забою слід згадати Аллаха (демонструючи таким чином, що дана жертва зроблена на славу Аллаха). Тут слід також зазначити, що Коран вчить ставитися до тварин з належною повагою. При здійсненні забою, тварині повинно бути заподіяно мінімальну кількість болю і страждань.

- третім і дуже важливим кроком при створенні халяльного м'яса є повне позбавлення від крові шляхом підвішування туші. Тут річ у тім, що споживання крові суворо заборонено в ісламі, і м'ясо в якому залишилася кров, вже не може вважатися халяльним [30с].

Таблиця 1.1.

**Продукти харчування, які дозволено та заборонено вживати при
дотриманні стандарту «Халяль»**

(створено на основі опрацьованих матеріалів)

Дозволена продукція	Заборонена продукція
продукти, які не відносяться до категорії «Харам»	Алкоголь
м'ясо морських тварин, морської і річкової риби	свинина і всі продукти пов'язані з нею
всі їстівні ягоди, фрукти, овочі і їх похідні	тварини, які померли своєю смертю
молоко і молочні продукти, за винятком продуктів, виготовлених із застосуванням компонентів, отриманих натуральним способом з кісток, жиру або м'яса тварин, що є заборонними	тварини, які були вбиті не належним чином і не в ім'я Аллаха
Яйця	хижі тварини або птиці (м'ясоїдні тварини)
Мед	кров і продукти приготовані з неї
	рослини які містять в собі п'янки речовини або змінюють свідомість людини
	емульгатори і барвники

1.4. Дефініція понять «халяльна їжа» та «кошерна їжа»

Досить часто можна почути, що кошерну та халяльну їжу ототожнюють та не розрізняють.

«Халяль», як вже було зазначено, з арабської перекладається як «дозволено Алахом» і в мусульманському світі означає дозволені вчинки загалом (по Шаріату).

Кошерне – вірне, дозволене, це те, що створено за правилами кашруту, в основу яких взяті закони Тори.

Якщо говорити про продукти, то, в основному, ті, що є кошерними, водночас є і халяльними. У зворотній бік це правило не діє. Кошерне і халяльне м'ясо є однаковим тільки у тому, що при його виробництві дотримуються релігійним законам [38]

Таким чином, «Кашрут» і «Халяль» – це набір релігійних правил у відношенні «дозволеної» їжі, а також правил та образу життя. Але існує ряд розбіжностей та правил, для того, щоб їжа була Халяльною або Кошерною. Відмінність між цими двома термінами лежить глибоко у духовному аспекті і в релігійному сенсі. Одне з них полягає саме у процесі забою тварин.

Іслам дозволяє робити забій тварини будь-якому дорослому чоловікові (наприклад, це може бути, як мусульманин, так і єврей чи християнин). В іудаїзмі тільки спеціально навчений равін або Саші, може забивати тварину.

В іудаїзмі не є обов'язковим казати ім'я Бога над кожною твариною. Досить лише прочитати спеціальну молитву над першою і над останньою твариною в партії.

Іслам зобов'язує мусульман вимовляти ім'я Аллаха перед забоєм кожної тварини, лише тоді це м'ясо буде благословенне [34].

Процес забою тварини мусульмани називають Дабх. • Ритуал євреїв називають Шечита. • І халяль, і кошер вимагають відбору крові з м'яса перед вживанням [31].

М'ясо, таке як курятина, гуска, качка, верблюд та кролик, приймаються як халяль.

М'ясо, таке як курка, гуска, качка, тварини з копитами, які розділилися навпіл і їдять жуючи, не приймаються як кошерні.

Ще однією спільною рисою є те, що і мусульмани, і євреї уникають вживання свинини.

Щодо алкоголю, то він у будь-якій формі заборонений в ісламі. А в іудаїзмі алкоголь дозволений як кошерне вино.

Що стосується овочів та фруктів, то всі вони вважаються халяльними, а кошерними вони можуть вважатися лише в тому випадку, якщо в них немає жодних дефектів чи недоліків.

Мусульманам дозволяється вживати в їжу всі частини тварини, крім деяких частин - геніталій, залоз. Євреям - тільки передню частину туші великої рогатої худоби або овець.

Халяльну м'ясну страву можна приготувати з використанням молочних продуктів. Кошер забороняє при приготуванні змішувати м'ясні та молочні інгредієнти.

Отже, в Розділі 1 ми вирішили проблему визначення «халяль» та суміжних понять. Також було визначено основні питання щодо відмінностей та схожості між поняттями «халяльної» та «нехаляльної» кухонь. В основному все залежить від віросповідання, способі забою тварин та принципі приготування страв. Також було опрацьовано ряд наукових публікацій, завдяки яким було охарактеризовано халяльну індустрію. Також можна сказати, що на сьогоднішній день є досить багато методів та методик оцінки закладів харчування. Оцінка цих структур є складним і ще не до кінця вивченим дослідницьким процесом. Складність цього процесу залежить від багатьох факторів - відсутність чітко розроблених і усталених методик, розрізнення рівнів оцінювання, проблема переходу від вимірювання властивостей об'єкта до його оцінки. Тому, для цього і використовують різні методи.

РОЗДІЛ II

ПОЯВА І РОЗВИТОК ХАЛЯЛЬНОЇ КУХНІ У СВІТІ

2.1. Зародження та утворення халяльної кухні

У всьому світі існує безліч етнічних та релігійних угруповань які, як правило, мають унікальні звичаї та традиції, пов'язані з відповідними обмеженнями релігійних і соціальних структур. У цьому контексті мусульманська громада має особливі звичаї та положення щодо релігійних норм, передбачених відповідним законом - Шаріат. Їжа є базовою потребою людини, однією з основних умов її існування, закладених природою [32]. У піраміді потреб Абрагама Маслоу їжа займає фундаментальне положення (див. Рис. 2.1.). Харчування має неабиякий вплив на здоров'я, тривалість та якість життя людини, її працездатність, фізичний та розумовий розвиток, самопочуття і настрої.



Рис.2.1. Піраміда потреб Абрагама Маслоу (створено на основі
опрацьованих матеріалів)

Саме від кількості отриманих з їжі поживних речовин, вітамінів та мікроелементів залежить життєдіяльність та правильне функціонування організму людини[32].

На ранніх етапах розвитку людства (2,5 млн. років тому) раціон людини був не надто різноманітним і обмежувався споживанням необробленої рослинної їжі (ягід, трав, горіхів, корінців різних рослин). Згодом до нього додалося ще й м'ясо, оскільки людина навчилася виготовляти з каменю примітивні знаряддя для полювання – великі рубила, скребки, різці та мала можливість колективно полювати на великих тварин [40].

Мусульманська кухня - це незліченна кількість особливостей та різноманітностей. Так склалося, що ще з давніх-давен у мусульмани, які проживають у різних кінцях світу, гастрономічні смаки відрізнялися, часом, настільки, що знайти в них щось спільне не просто. Наприклад, перси категорично не розуміли, як їхні побратими за вірою – араби можуть їсти сарану, скорпіонів, ящірок, дикобразів, собак та інших істот, які мешкають у пустелі. Араби у свою чергу, нахваляючи своє улюблене осяче сало, обурювалися, як перси можуть їсти рибу, та ще й з рисом. Проте жодна країна ісламського світу не мислить себе без численних прянощів, яких дослідники нарахували понад чотири десятки - ароматні трави, листя, квіти, насіння, коріння, ягоди.

Якщо говорити про мусульманську кухню, то не можна не згадати, що останнім часом набрала популярності халяльна їжа і не лише серед мусульман.

Халяльна їжа напряму пов'язана із вірою та релігією, тому започаткувався цей напрямок ще приблизно в VI-VII ст., коли було закінчено роботу над Кораном [30].

Халяльна індустрія розвивається стрімкими темпами. Згідно з глобальним ісламським економічним звітом 2017/2018 року, який зроблено авторитетним медійним агентством Thomson Reuters у співпраці з DinarStandard, світові витрати мусульман на продукти харчування та напої у 2016 році становили 1,2

трильйони доларів. За їх оцінками, до 2022 року ця цифра сягне 1,9 трильйонів доларів США [34].

До 11 вересня 2001 року Європа була головною туристичною дестинацією для туристів з ісламських країн, що становило 12,9% частки ринку в 2000 році (World Tourism Organization). Проте це суттєво змінилося після 2001 року. Мусульманські напрямки, такі як Туреччина, Малайзія та Індонезія, стають важливими експортними ринками для цих туристів [3].

Ринок халяльних продуктів і послуг довгий час недооцінювали. Лише на початку 1970-х років про нього почали говорити серйозно. Зараз халяль-індустрія – одна з галузей, що швидко розвивається у світі. Її об'єми, за даними міжнародних фінансових агентств, оцінюються в 500 мільярдів доларів. Ця харчова продукція вже завойовує популярність в країнах Євросоюзу та Америки, в тому числі і серед споживачів-немусульман. А її ведучими виробниками серед немусульманських країн є Австралія, Бразилія, Нова Зеландія та Індія. Центром халяльної індустрії вважається Малайзія, де щороку проводяться міжнародні виставки.

2.2. Розвиток халяль-туризму у світі

Світові дослідники ринкової економіки визначили халяль-туризм одним із провідних напрямків туризму, хоча це поняття з'явилося нещодавно. Завдяки запасам нафти в країнах Близького Сходу, стрімкому зростанню в банківській сфері та інших сферах економіки призвели до того, що багаті мусульмани подорожують світом і готові платити за наданий якісний сервіс, який відповідає нормам та законам Шаріату. Тому туристичний бізнес повинен орієнтуватися і на цю групу клієнтів. Халяль-туризм швидко розвивається в секторі туристичного ринку, і в зв'язку зі стрімким збільшенням кількості туристів-мусульман, які обирають саме напрямки з відповідними умовами, все більше готельних та ресторанних мереж починають пропонувати свої цій категорії туристів та представляють себе на туристичному ринку. Власники готелів,

ресторанів та туроператори в усьому світі докладають великих зусиль, в тому, щоб йти в ногу з розвитком та зі змінами, а також щоб знайти своє місце в секторі ринку послуг з маркуванням «халяль».

Визнання феномену халяльного туризму є визначальним фактором зростання галузі як в країнах Організації Ісламської Співпраці (ОІС), так і за її межами. Значний і зростаючий мусульманський ринок по всьому світу сприяє збільшенню галузей промисловості халяль, створюючи багато можливостей на ринку халяль-продуктів і халяль-послуг. Значне підвищення попиту на продукцію та послуги халяль сприяє також рівень поінформованості мусульманських споживачів.

Позитивні тенденції на ринку халяль-туризму викликають необхідність розуміти потреби та вимоги мусульманських туристів під час подорожі. Незважаючи на цей факт, зусилля з пояснень ісламського туризму залишаються фрагментарними, з чіткою відсутністю теоретичних підстав, що пояснюють це явище [8].

Згідно з індексом глобальної галузі мусульманського туризму (GMTI), що розроблено MasterCard і CrescentRating, до 2020 року галузь виросте до 233 млрд. доларів, тоді як в 2014 році її обіг складав 142 млрд. доларів. На ринок мусульманського туризму доводиться 11,6 % усіх глобальних витрат на подорожі.

Оскільки іслам вимагає споживання халяльної їжі, туристи-мусульмани з високим споживчим попитом, обов'язково харчуються продуктами, що відповідають ісламським правилам. Тому все більше поширюються ініціативи покращення халяльних харчових пропозицій для подорожуючих мусульман як в мусульманських, так і немусульманських туристичних дестинаціях [8]. Наприклад, адміністрація туризму Таїланду зобов'язала власників всіх ресторанів забезпечити якісну їжу, яка відповідає вимогам мусульман (Bon, & Hussain, 2010, с. 47-59). В останні роки Малайзія стала улюбленим місцем для туристів з країн Перської затоки саме через наявність халяльної їжі в більшості своїх міжнародних готелів та ресторанів (Battour, Ismail, 2010, с. 461-470).

Однак, відсутність унікального глобального товарного знака для харчових продуктів халяль, а також міжнародних організацій з регулювання сертифікації халяль продуктів, суттєво стримує підвищення якості халяльної їжі для мусульманських туристів [8].

На сьогодні ринок Халяля став одним із найбільш впливових та найприбутковіших ринкових арен у світі. Продовольчий ринок халяля сильно виріс за останнє десятиліття - халяльна їжа становить близько 20% всієї світової харчової промисловості. З очікуваним збільшенням як населення, так і доходів споживачів Халяля, в поєднанні з очікуваним зростанням попиту на продукти харчування більш ніж на 70% до 2050 року, дає зрозуміти, що майбутній попит на продукти Халялю є дуже високим [8].

Найбільш перспективними ринками продукції Халяль є країни з інтенсивним розвитком економіки. Це країни Азії, Близького Сходу, Європи та Америки. Виходячи зі зростаючою споживчої бази у багатьох частинах світу, промисловість

Не дивно, що найбільші виробники та експортери харчової продукції халяль розташовані в немусульманських країнах, як США, Бразилія, Аргентина, Австралія та Китай. З огляду на традиційний характер ринку, за приблизними оцінками, транснаціональні компанії з цих країн контролюють 90% світового ринку Халяль [2].

Для задоволення зростаючого попиту мусульманських туристів створюються нові глобальні інформаційні ресурси, такі як HalalBooking.com – сайт для пошуку і бронювання туристичних послуг, що відповідають стандартам халяль (HalalBooking). У відповідь на підвищення попиту на халяль-туризм не лише поширюються і створюються нові веб-сайти для мусульманських туристів, але готелі по всьому світу теж визнають значення збільшення послуг для релігійних постояльців, коригуючи обслуговування з урахуванням потреб цієї групи подорожуючих. Зараз багато європейських готелів мають персонал, що володіє арабською мовою, арабські телеканали,

номери з вказівкою на пряму кімнату для намазу, килимки для молитви та вибір блюд халяль.

Цікаво є те, що першим і найбільшим у світі сайт для мандрівників-мусульман Lagisatu.com допомагає власникам готелів завоювати ринок хаяльтуризму, пропонуючи перелік готельних послуг, які призначені спеціально для мусульман. На сьогодні представлено понад 650 тисяч варіантів житла, починаючи з п'ятизіркових готелів і курортів, закінчуючи варіантами проживання в сім'ї в 83 тис. міст в усьому світу. Причому, більш ніж 10 тисячам готельних об'єктів присвоєно бали рейтингової системи MuslimStars, що враховує такі критерії, як близькість мечетей і халяль-ресторанів, доступність блюд халяль в готелі, наявність в номері Корану та інше [8].

Дослідженням рейтингових агенств CrescentRating і DinarStandard в 47 країнах свідчать, що темпи зростання кількості туристів-мусульман випереджають аналогічні показники для інших категорій мандрівників. Потенційним туристом є кожен, хто сповідує іслам. Особливо високий попит на подібні послуги з боку громадян Індонезії (країни з найбільшим у світі мусульманським населенням), Малайзії, Саудівської Аравії і Об'єднаних Арабських Еміратів. Істотний сегмент ринку доводиться на мандрівників з країн Північною Африки. Серед немусульманських країн високі рейтинги популярності у халяль-туристів мають Сінгапур, Таїланд, США, Іспанія, Тайвань. Як свідчить мусульманський туристичний індекс для Європи (Muslim Travel Index Europe), туристи-мусульмани найчастіше вибирають для відвідування на континенті Францію (30%), Англію і Італію (28%). Третє місце ділять Німеччина і Туреччина (26%). У зв'язку з підвищенням рівня ісламофобії на Заході, туристи-мусульмани стали більше звертати уваги на відпочинок в Малайзії, Австралії і Новій Зеландії. Природньо, що у подорожуючих більше шансів отримати послуги, що розраховані на халяль-туристів, в країнах, де переважає іслам, наприклад, Туреччина, Дубаї або Катар[8].

2.3. Структурно-просторова організація закладів ресторанного господарства з халяльною кухнею у світі

Мусульмани завжди повинні враховувати, чи є їжа халяльною чи ні. Для них вживати нехаляльну їжу вважається грішно, тому, для мусульман почали відкривати заклади харчування та розміщення, де притримуються законам Шаріату та використовують лише халяльну їжу, щоб вони відчували себе комфортно в будь-якій країні.

Мальдівські острови є ідеальним місцем для тропічних пляжів і великих океанських пейзажів. Мальдіви довгий час вважалися головним місцем для мандрівників-мусульман, офіційною релігією там є іслам, тому на курортах будуть халяльні ресторани.

Їжа на Мальдівах часто складається з місцевої риби, а тунець є поширеним інгредієнтом. Мальдівська їжа не містить свинини або алкоголю і готується з дотриманням суворих умов. Серед найкращих курортів халяльної їжі на Мальдівах є кемпінг в Акабі ,готель Four Seasons в Аммані , табір Сім Чудес Бедоюн у Ваді Муса Петра.

Йорданія – це країна, де можна отримати найкращу халяльну їжу в світі в популярних туристичних місцях, таких як Акаба, Амман і Петра.

Найпопулярніші ресторани для халяльної їжі в Йорданії включають 2 Najla, де Нівін Карам використовує рецепти своєї бабусі, щоб готувати видатну йорданську кухню, пропонуючи одну-дві основні страви на обід щодня, а також різноманітні соуси та невеликі тарілки із закусками. Найбільше пропонують спробувати мусахан з куркою, сумахом і цибулею.

В Марокко знайти ресторани із халяльною кухнею не проблема. У країні є багато давніх курортів, які славляться вишуканими стравами та високими стандартами гостинності. Найкращими халяльними ресторанами Марракеша є Dar Najat's Kitchen, Restaurant/Riad Omar, 16 café, Henna Café, Al-Fassia, Azar, Marrakech Korner і продуктові кіоски в Джемаа Ель-Фна.

Шрі-Ланка має багату культуру харчування з багатьма вегетаріанськими та рибними стравами каррі, які є відмінними та смачними. Ресторани пропонують поєднання традиційної та сучасної кухні з широким вибором свіжих інгредієнтів та спецій. Щоб спробувати найкращу халяльну вуличну їжу, потрібно відвідати Galle Face Green ввечері.

Сінгапур – країна із цікавими кулінарними напрямками, не виключенням є і халяльна кухня. Найпопулярніші варіанти для мусульманських мандрівників, які шукають найкращі халяльні кафе в Сінгапурі, є чайний будинок Tang, Zam Zam, Hei Sushi, Andes by Astons і Maki-San [3].

Розглянемо найкращі ресторани світу з халяльною кухнею:

1. Ресторан Bai Kui LaoNao (Пекін, Китай) – у цьому ресторані подається справжня китайська кухня за розумними цінами [5].
2. Shinjuku Gyoen Ramen Ouka (Токіо, Японія) – ресторан для справжніх шанувальників японської кухні та смачного рамену.
3. Ресторан Yosma, натхненний вулицями Стамбула, Yosma пропонує смачну халяльну їжу своїм гостям у Лондоні, Англія. Меню Yosma – це демонстрація спадщини смаків Туреччини та уваги до деталей.
4. Paramount Fine Foods. Те, що починалося як єдиний ресторан у Міссіссозі, Канада, тепер перетворилося на всесвітньо відому мережу ресторанів. Paramount перетворив повсякденну їжу на здоровий та екзотичний досвід. Вони навіть розширили свою власну мережу м'ясних магазинів.
5. Nomad Marrakech вперше був запущений в 2014 році і з тих часів набуває поширення. Їхня сучасна марокканська кухня має складне меню, в якому для страв використовуються свіжі місцеві продукти. Nomad підходить як вегетаріанцям, так і м'ясоїдам.
6. Al Tazaj зарекомендував себе на Близькому Сході з понад 100 закладів. Ресторан почав свою діяльність у 1989 році у священному місті Мекка, як невелике кафе. Відтоді ресторан виріс. Використовуючи найякісніші інгредієнти з природних джерел, Al Tazaj створив неймовірну мережу халяльних ресторанів в історії світу.

7. BBQ Tonight – заклад, в якому смачно подають у 14 різних місцях у всьому світі. Тут подають справжні пакистанські страви, які прославилися своїми унікальними спеціями та чудовим смаком.

8. Herfy — це мережа ресторанів швидкого харчування світового класу по всій Саудівській Аравії. Завдяки їхньому баченню постійного вдосконалення, їхні ресторани отримали міжнародне визнання. У меню Herfy є широкий вибір: від сендвічів до арабських солодоців.

9. Halal Guys — всесвітньо відома міжнародна мережа ресторанів. Те, що розпочиналося в 1990 році як нью-йоркський фургончик, перетворилося на міжнародний ланцюг харчування. Їх знаменитий фалафель і секретний часниковий соус поширилися в соціальних мережах, зробивши їх всесвітньою сенсацією.

10. Al Baik — мережа ресторанів швидкого харчування по всій Саудівській Аравії. Ресторан пропонує високоякісні страви за дивовижними цінами. Фундамент цієї компанії заснований на міцних цінностях і суворих стандартах приготування їжі [4].

У 2 Розділі було розглянуто різні питання: зародження та утвердження халяльної кухні у світі, розвиток халяльної кухні у світі та вивчено найкращі заклади халяльної кухні у світі. Можна сказати, що халяльна індустрія у світі розвивається дуже стрімко. Також у Розділі 2 визначено за яких умов та коли почав розвиватися халяльний туризм, а також заклади, які на цьому спеціалізуються. У роботі було виявлено, що зростанню галузі халяль-туризму сприяють багато чинників: зростання чисельності мусульманського населення і середнього класу зі значним готівковим доходом, а також відкриття нових туристичних напрямів, що мають потенціал в цій сфері. Також було визначено основні скупчення розвитку халяльної індустрії у світі, наведено деякі статистичні дані.

РОЗДІЛ III

РОЗВИТОК ХАЛЯЛЬНОЇ КУХНІ В УКРАЇНІ

3.1. Зародження закладів з халяльною кухнею в Україні

Проникнення ісламу в Україну почалося ще у часи правління Праведного халіфа Умар ібн аль-Хаттаб (634—644 рр.). Перші відомості про мусульманський світ, про мусульман, перші знання про іслам пращурів сучасних українців здобули під час торговельних операцій, мандрівок та військових походів. Русичі мандрували до Ітиля найчастіше через Десну, Сейм та Оскол. Так виникав прямий контакт із країною, яка зазнавала величезного впливу арабо-мусульманської культури. Ознайомленню Київської Русі з ісламом також сприяли і військові походи русичів на Схід, де вони вступали в контакти з представниками мусульманських країн. Це, наприклад, похід київського князя Володимира на болгар у 985 році [1] де іслам було проголошено державною релігією у 922 році [13].

На користь існування ісламських громад на території сучасної України вже в середині IX ст. вказують як археологічні знахідки, так і писемні джерела. Згідно з даними розкопок, з середини IX – 1-й половині X ст. в середній течії Сіверського Донця існувало кілька мусульманських громад, витягнутих ланцюгом уздовж річки Сіверський Донець та її приток. Імовірно, поширення ісламу в цей період пов'язане з крупним торговельним шляхом, який йшов через територію Північного Кавказу, вздовж річки Сіверський Донець і прямував в лісостепову смугу Східної Європи. По цьому шляху разом з товарами і сріблом рухалися мусульманські купці, а з ними – поширювалися релігійні ідеї [9].

Про масове поширення ісламу на українських землях можна говорити починаючи з XIII ст. – коли розпочалася поступова ісламізація Кримського півострова, за активної участі представників суфізму [17].

Відродження релігійного життя в Україні, в тому числі поява та розвиток мусульманських громад призвів до розвитку видимої ісламської інфраструктури в Україні. Це включає, зокрема, розвиток Халяль-індустрії, що охоплює заклади громадського харчування, що відповідають вимогам Халяль, продовольчі марки з відповідною сертифікацією та структури сертифікації.

Розвиток Халяль-індустрії в Україні має свої певні економічні та соціально-історичні характеристики. Можна виокремити – експортну орієнтацію українського виробника, тривалу відсутність мусульман у публічному дискурсі та низький рівень релігійних знань серед значної частини місцевих мусульман. У сукупності це означає, що мусульмани в Україні не були основними споживачами, реальними чи уявними, для місцевої халяльної галузі.

Варто зауважити, що відбудова халяль-індустрії в Україні переважно пов'язана з діяльністю двох основних центрів сертифікації «Халяль», пов'язаних з найвпливовішими ісламськими організаціями серед українських мусульман: Центр сертифікації «Халяль» Духовного управління мусульман України (ДУМУ) та Центр досліджень та сертифікації «Халяль» Асоціації громадських організацій «Альраїд».

Україна за рівнем розвитку халяльної ресторанної та готельної індустрії посідає одне з останніх місць серед інших країн. Але є важливо те, що надання послуг за нормами Шаріату наближує українських туроператорів та представників готельного та ресторанного бізнесу до міжнародного рівня та дає можливість розвивати халяльний туризм в Україні [35].

Брильовим досліджено, що в Україні стрімко розвивається халяль-індустрія, переважно в галузі сертифікації. Водночас, розвиток халяль-індустрії в Україні має свої економічні та соціально-історичні характеристики. Серед них – експортна орієнтація українського виробника, тривала відсутність мусульман у публічному дискурсі та недотримання харчових заборон значною частиною місцевих мусульман.

3.2. Вплив пандемії Covid-19 на розвиток халяльних ресторанів в Україні

Постковідний туризм приносить чимало непередбачуваних ситуацій. Одна з них — доволі приємне «нашестья» в Україну туристів з Саудівської Аравії. Завдяки прямому авіасполученню України з Королівством Саудівська Аравія, віднедавна на вулицях не тільки столиці, а й Львова — міста, що є одним із лідерів за туристичною привабливістю, значно побільшало туристів із цієї країни. Причиною такого туристичного буму став саудівський лоукостер Flynas, який з 11 червня розпочав виконувати рейси в Україну. Спочатку в Київ, а далі у його планах з'явилися Львів та Одеса [33с].

Лоукостер або лоукости (low cost airlines), або дискаунтери (від англ. Discount знижка) — це авіакомпанії, що займаються продажем квитків за доволі низькими цінами і пропонують мінімум сервісів. Якщо по-іншому і ще простіше лоукост це «бюджетна авіалінія». Такі перевізники відмовляються від багатьох послуг, які надають традиційні авіакомпанії, що дозволяє знизити вартість перевезення [39].

Чому саудівці обрали саме Україну? Саудитів до Європи у зв'язку з пандемією не пускають. Тому, найближчою європейською альтернативою, куди можна поїхати мандруватит та зробити непоганий шопінг, виявилась саме Україна. У 2020 році для громадян Саудівської Аравії і ще кількох країн Перської Затоки, які їдуть з ціллю туризму, Україна ввела в дію електронну візу. Якраз це позитивно вплинуло на рішення щодо вибору відпочинку.

Туристи з Саудівської Аравії, Катару та ОАЕ — одні з найбажаніших у всіх країнах Європи. Ці туристи багато витрачають за час відпочинку, живуть у готелях рівня 4 та 5 зірок і, як правило, приїжджають цілими сім'ями.

Українці, на жаль, не були готові до приїзду туристів із арабських країн, тому стикнулися із рядом багатьох проблем по приїзду гостей в Україну. Першою несподіванкою стало те, що жінок-мусульман в аеропорті мали перевіряти лише жінки. По-друге, номери в готелях повинні бути оснащені

біде, а в Україні, не у всіх 5-и зіркових готелях є такі зручності. Проте, деякі заклади з розміщення зробили реконструкцію та на першому поверсі розмістили кімнати зі всіма зручностями. У готельних ресторанах саудівці вимагають халяльну їжу — яловичину та баранину, до того ж тварини мають бути вирощені та забиті за нормами ісламу — лише в такому разі їхнє м'ясо вважають за дозволене для споживання. Ще не всі готелі готові запропонувати своїм гостям халяльну їжу, зате у Львові саудівцям до вподоби пісний борщ [33].

У готелях столиці – міста Київ буквально за день-два до першого авіарейсу надшвидко почали працювати над створенням халяльного меню, а у готельних номерах вказувати напрям до Мекки.

Туристів цих країн цікавить більше гастрономічний туризм та шопінг, а менше екскурсії та пізнавальний туризм. Громадян Саудівської Аравії також цікавить поїздка в Карпати. Кожен другий турист із цієї країни після Львова їде до Буковеля.

Завдяки туристам із Саудівської Аравії зросли прибутки в дорогих ресторанах, де можна зустріти чимало гостей із королівства, а в люксових парфумерних магазинах мають піврічний виторг. Львів отримав багатих туристів, щедрих і водночас вимогливих до сервісу. Авіаквиток в один бік коштує понад 700 доларів, а за день перебування у Львові кожен дорослий саудівець витрачає в середньому близько тисячі доларів.

3.3. Розвиток халяльної кухні у найбільших центрах України

Кухня країн Сходу шанує мусульманські традиції та секрети кулінарів давнини. Термін «халяль» означає, що продукція виробляється згідно з усіма ісламськими стандартами, а тому є не тільки «дозволеною», але й відповідає сучасним екологічним вимогам. Завдяки цій концепції кухня халяль популярна в усьому світі серед людей різних віросповідань та національностей. Ресторани

в Україні національної кухні пропонують гостям познайомитися з усім різнобіччям такого меню.

В Києві можна зустріти декілька закладів ресторанного господарства із халяльною кухнею. Розглянемо три найпопулярніші ресторани:

1. Dash Group, мережа ресторанів. Мережа ресторанів Dash Group з радістю відчиняє двері для всіх, хто шукає меню з халяльною їжею. У будь-якому ресторані мережі – Cafe Dash, Kebab Dash, Kebab&Burger by Dash, Fish Dash, ви не знайдете страви з м'яса тварин, які порушують мусульманську культуру харчування. Всі страви в ресторанах приготовані з халяльних продуктів за турецькими та азербайджанськими рецептами. Cafe Dash порадує вас турецькою випічкою з печі – лахмаджун та піде, бараниною та запеченою у печі телятиною у глиняному посуді. Навіть у рибному ресторані Fish Dash Ви знайдете популярну страву гостей закладу – ягня у тандирі. Фото закладу та страв зображено в Додатку А та Б.

Сайт одного із закладів: <https://cafe.dashgroup.com.ua/>

2. Ресторан «Хайям». У ресторані перської кухні «Хайям» пропонують познайомитися з усією самобутністю національної кухні Ірану. Головними інгредієнтами цієї кухні є м'ясо на мангалі, рис, хліб, свіжі овочі та ароматні трави. Тут використовують продукти лише найвищої категорії, з м'яса – баранина, птиця, телятина, яловичина. Відвідавши ресторан «Хайям» можна бути впевненим, що до столу не подадуть свинину, а решта м'яса — виключно халяльне, ретельно відібране для ресторану. Фото закладу та страв розміщено в Додатку В та Г.

Сайт закладу: <https://khayyam.com.ua/>

3. Ресторан «Musafir», мережа закладів. «Musafir» – це кримсько-татарське кафе, яке у 2015 році перебралось з Бахчисараю до Києва, і з того часу знайомить гостей двох своїх закладів із різноманітністю та традиціями традиційної кухні. Тут намагаються готувати так, як готували у Криму, – за сімейними рецептами, зберігши тепло та затишок рідного дому. Тому меню в

Musafir багате та щедre, а продукція – свіжа та відповідає всім вимогам. Фото закладу та страв розміщено в Додатку Г та Д

Сайт закладу: <https://www.musafir.com.ua/>

Заклади халяльної кухні і Одесі:

1. Ресторан Сальєрі. В історичному центрі Одеси поруч з Оперним театром і сквером «Пале-Рояль» розташоване арт-кафе «Сальєрі». Інтер'єр закладу виконаний в середньовічному стилі. В арт-кафе проходять виставки робіт молодих одеських художників тематичні вечори. Salieri - кафе з правильною їжею, унікальною десертною картою та романтикою, що витає у повітрі. Фото закладу та страв розміщено в Додатку Е.

Офіційна сторінка закладу: <http://salieri.com.ua/>

2. Кафе Ali Baba. У самому центрі Одеси, на вулиці Дерибасівській, міститься кафе східної кухні «Ali Baba». У розпорядженні гостей просторий основний зал закладу, оформлений у сучасному стилі й витриманий у сіро-кавовій колірній гамі. Основу меню кафе складають популярні страви турецької кухні. Гостям подають холодні й гарячі закуски, салати, перші страви, основні страви з м'яса і риби, приготовані на відкритому вогні, гарніри з овочів, десерти [14]. Фото закладу та страв розміщено в Додатку Є та Ж.

Сайт закладу: <https://ru.restaurantguru.com/Alibaba-Odessa>

3. Ресторан байт Альманді. Неподалеку стадіону «Динамо» в будівлі політехнічного інституту на проспекті Шевченка розташований ресторан східної кухні «Байт Альманді». Інтер'єр закладу оформлений в колоритному етно-стилі - фактурне оздоблення теплих тонів візерунчастий текстиль різьблені меблі. У ресторані є основний і бенкетний зали загальною місткістю до 500 персон. Меню складається з халяльних страв приготованих за східними рецептами. Гості можуть скуштувати афганську турецьку арабську узбецьку і європейську кухні в авторській подачі шеф-кухаря[37]. Фото закладу розміщено в Додатку З.

Сайт закладу: <https://www.facebook.com/baitalmandi/>

Найкращі ресторанні заклади з халяльною кухнею у Львові [24]:

1. Ресторан «Валентино» при готелі «Швейцарський» з радістю відкриває двері для всіх, хто шукає меню з халяльної їжі. З такими стравами можна ознайомитися в ресторані на першому поверсі ресторану або на панорамній терасі. В меню ви також знайдете страви з м'яса тварин, які не порушують мусульманську культуру харчування. Всі страви в ресторанах приготовлені за всіма стандартами НАССР. Наші кухарі можуть допомогти приготувати для Вас те, що Вам до вподоби. Офіціанти разом з меню покажуть наявність халяльного сертифікату. М'ясні страви на грилі з телятини і ягнятини тут теж завжди доступні [30с]. Фото закладу та страв можна побачити в Додатках И та І.

Офіційний сайт: <https://www.facebook.com/ValentinoLviv>

2. У Food and Good представлені страви турецької кухні. У цьому закладі затишна атмосфера. Відвідувачі стверджують, що персонал у цьому ресторані енергійний. Приємний сервіс - великий плюс Food and Good . Меню підходить для вегетаріанців, ввеганів та прихильників хал яль-їжі. Фото можна подивитися в Додатку Й та К.

Сайт: <https://www.facebook.com/Food-Good-213312185837327/>

3. Beirut hall – це заклад ліванської кухні, що знаходиться у серці Львова. Знайти заклад зовсім просто, адже запах прянощів і свіжих спецій ви почуєте ще не доходячи до кафе. Кухня Лівану славиться великим вибором страв з м'ясом та овочами яке готується на грилі і виключно на оливковому маслі, тому, страви не тільки смачні, а ще й корисні. І хто ж не любить справжні східні солодощі, тому у Beirut hall для себе знайдуть багато смачного поціновувачі солодкого [1]. Фото закладу та страв можна подивитися в Додатках Л та М.

Сайт закладу: <https://www.beirut-hall.com.ua/>

3.4. Міжнародна сертифікація Халяль в Україні

Халяльна індустрія сьогодні активно розвивається у всьому світі. Щоб задовольнити запити мусульманських споживачів, компанії прагнуть 286 сертифікувати свою продукцію на відповідність принципам шаріату (тобто як халяльну, дозволена для споживання мусульманам)[9].

Сертифікат Халяль – це єдиний документ, що надає можливість експортувати продукти харчування в країни арабо-мусульманського світу. Крім того, сертифікат Халяль – це документ, який підтверджує, що сертифікована продукція відповідає вимогам Халяль стандартів, за основу яких взяті закони Ісламу. Також, сертифікат Халяль є гарантією того, що продукція виготовлена за спеціальною технологією, під контролем працівників сертифікуючого органу, із дотриманням ісламських норм і дозволені до споживання мусульманами [23].

Така процедура огляду чи сертифікації проводиться для того, щоб надати допомогу споживачеві компетентно вибрати товари та послуги Халяль, захистити мусульманських споживачів від небезпеки купити невідповідний вимогам продукт у недобросовісного виконавця чи виробника, а також для того, щоб підтвердити інформацію про те, що товари та послуги відповідають мусульманським нормам.

Українські підприємства, передусім виробники харчових продуктів, що прагнуть задовольнити потреби внутрішнього споживача та вийти на ринок арабо-мусульманських країн, обов'язково мають уважати на суворі вимоги до продукції, що експортують [16].

Один із найбільших вітчизняних виробників м'яса птиці та м'ясопродуктів у Європі, агроіндустріальний холдинг «Миронівський хлібопродукт» (МХП) — українцям добре відомі бренди «Наша Ряба», «Sultanah», «Assilah», «Секрети Шефа», «Kurator», «Башинський» — 2008 року стикнувся з тим, що для експорту до мусульманських країн потрібен сертифікат на відповідність продукції вимогам халялю.

12 липня 2010 року, створено Інформаційно-аналітичний центр «Альрайд», а вже 11 грудня 2012 року організатори Всеукраїнської асоціації «Альрайд» відкрили Центр досліджень і сертифікації халялю «Альрайд».

За понад 10 років співпраці МХП з Центром досліджень та сертифікації халялю «Альрайд», компанія розширила географію експорту продукції та сьогодні постачає її до понад 50 країн — пострадянських республік, країн Азії, Африки та Близького Сходу — і є одним зі спонсорів найбільшої всесвітньої виставки халяльних продуктів «GulFood» у Дубаї (ОАЕ).

З часом дедалі більше українських виробників стали цікавитися сертифікацією продукції на відповідність стандарту «халяль», а приклад «Альрайда» наслідували інші мусульманські організації: 23 листопада 2011 року відкрито Центр сертифікації «Халяль», а згодом, 17 січня 2016 року відкрито Центр сертифікації «Халяль глобал Юкрейн», що також зробили чималий внесок в економіку країни та активно конкурують між собою — це дає можливість українським підприємствам щороку збільшувати експорт своєї продукції на Близький Схід і в інші регіони ісламського світу.

2017 року Центр досліджень і сертифікації халялю «Альрайд» отримав такого великого клієнта, як Кондитерська корпорація «Roshen», укотре підтвердивши свою бездоганну репутацію та високий статус у галузі халяль-сертифікації в Україні [15].

2015 року Центр досліджень і сертифікації халялю «Альрайд» узяв участь у Міжнародній виставці халяльних продуктів у Малайзії (MHAS), представивши Україну та кількох вітчизняних виробників, що пройшли сертифікацію.

За рік, у 2017-му, Центр сертифікації «Халяль глобал Юкрейн» отримав акредитацію GSO, що дозволяє сертифікувати харчову продукцію відповідно до стандартів халялю країн Перської Затоки (ОАЕ, Саудівська Аравія, Катар, Бахрейн, Оман, Кувейт і Ємен) — це вивело його на новий, вищий рівень [18].

Щодо Центру сертифікації «Халяль», то 2019 року він отримав акредитацію JAKIM і визнання в Малайзії, а незабаром — акредитацію EIAC,

що дає можливість сертифікувати харчову продукцію на відповідність стандарту «халяль» згідно з вимогами ОАЕ [16].

За інформацією Agravey.com, в Україні діє близько 200 сертифікаційних органів, які займаються видачею сертифікату халяльної продукції.

Сьогодні в Україні існує понад 20 центрів сертифікації халялю, але не кожен відповідає високим вимогам шаріату, бо вони стосуються не тільки виробників, а й самих центрів.

На ринку продуктів харчування сьогодні товари з таким сертифікатом настільки комерційно вигідні, що потенціал їхнього товарообігу неймовірно великий: вже зараз масштаби ринку халяльної продукції перевершують у кілька разів ринок кошерних продуктів, і це пов'язано з тим, що вимоги до халяльних продуктів менш жорсткі, ніж вимоги до продукції кошерної.

Опрацювавши вищенаведений матеріал, можна дійти висновку, що отримання сертифіката Халяль є добровільною процедурою, вона може бути проведена з ініціативи самих виробників, виробників, продавців, які побажають отриманням сертифіката підтвердити, що їхні послуги чи товари відповідають ісламським вимогам. Також виробник може спіткнутися із рядом багатьох перешкод, щоб отриманий цей сертифікат. В Україні останнім часом набуває популярності хал яль-продукція, тому отримання сертифіката є бажаним результатом для багатьох компаній та виробників.

3.5. Соціологічне опитування громадян щодо обізнаності халяльною їжею в Україні

Під час було проведено опитування громадян України щодо їхньої обізнаності в халяльній їжі. Було опитано 10 людей у віковому діапазоні від 18 до 56 років. Респондентам було задано 6 питань, з якими можна ознайомитися в Табл.3.1.

За результатами дослідження було виявлено, що 90% опитаних зустрічали такий термін у своєму житті, один респондент лише чув про

халяльну їжу, але не знав значення цього вислову. Тому, не було доречним те, що цей опитуваний мав відповідати на всі запитання. Результати дослідження можна побачити на діаграмі Рис.3.5. Щодо того чи пробували ці опитувані халяльну їжу, то п'ятеро осіб відповіли «так», двоє – «ні» і ще троє, що не пам'ятають. Багато опитуваних не бачили на прилавках магазинів їжу із позначкою Халяль сертифіката, лише 3 їх зустрічали. Щодо закладів харчування, то більшість бачили такі заклади ресторанного господарства, проте не всі були в них. Лише 20% опитуваних пробували страви халяльної кухні в ресторанних закладах. Проте є краща статистика щодо того, щоб розвивати халяльну індустрію в Україні. Респонденти стверджують, що на даному етапі халяльна кухня є не настільки поширена та розвинена, як інші види кухонь, що користуються популярністю в Україні. Але після опитування всі зацікавилися даною темою та відповіли, що залюбки відвідають бодай один заклад із халяльними стравами.

Таблиця 3.1.

Опитування респондентів щодо їхньої обізнаності стосовно халяльної кухні
(створено автором)

№п/п	Питання	Відповідь		
		Так	Ні	Важко відповісти
1	Чи знаєте Ви що таке «халяльна їжа»?	Так	Ні	Важко відповісти
2	Чи пробували Ви коли-небудь їжу-халяль?	Так	Ні	Важко відповісти
3	Чи зустрічали Ви на прилавках магазинів їжу з позначкою Халяль-сертифіката?	Так	Ні	Важко відповісти
4	Чи зустрічали Ви заклади харчування з халяльною кухнею?	Так	Ні	Важко відповісти

Продовження Таблиці 3.1.

5	Чи були Ви в закладах харчування халяльної їжі?	Так	Ні	Важко відповісти
6	Чи є доречним розвивати халяль-індустрію в Україні?	Так	Ні	Важко відповісти

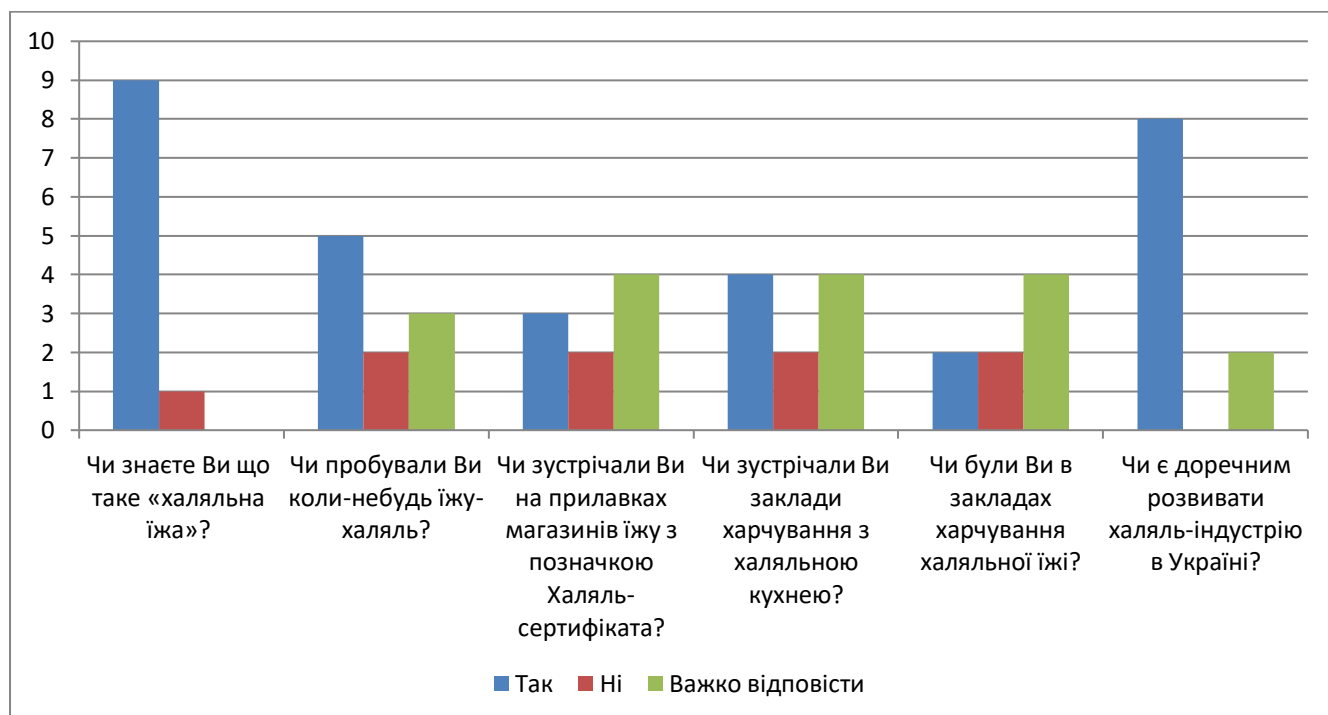


Рис. 3.5. Показники опитування респондентів щодо їхньої обізнаності стосовно халяльної кухні (створено автором)

Також було проведено експеримент, метою якого було знайти на прилавках магазинів продукти із маркуванням Халяль-сертифікату. У результаті якого було виявлено, що лише декілька продуктів містили на упаковці таку позначку. І все це були солодощі, виробником яких є не Україна, а Туреччина. Фото цих солодощів можна подивитися в Додатках Н, О, П та Р.

Отже, у Розділі 3 за результатами двох досліджень можна дійти висновку, що українці принаймні чули та більшість знає за халяльну їжу та кухню. Деякі опитувані були в закладах ресторанного бізнесу з такою кухнею та куштували такі страви. Проте, халяль-індустрія повинна розвиватися та поширювати інформацію про свої заклади.

РОЗДІЛ IV.
ВИРОБНИЧО-ЕКСПЛУАТАЦІЙНА ТА ФІНАНСОВО-
ГОСПОДАРСЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ
РЕСТОРАНУ «SAKAE RAMEN BAR» (М. ЛЬВІВ)

4.1. Характеристика ресторану «Sakae Ramen Bar»

Ресторан - це заклад громадського харчування, в якому відвідувач має можливість замовити обрану в меню страву складного приготування. У ньому можна спробувати і ексклюзивні страви, і звичайні, приготовані без особливих вишукувань [28].

Sakae Ramen Bar – концептуальний заклад азійської кухні, двоповерховий рамен-бар. Він з'явився у приміщенні бізнес-центру Futura Hub на вул. Кульпарківській, 200а (Див. Рис. 4.1. та Рис. 4.2.). Інтер'єр розробляли разом із архітекторами Replus Bureau. Заклад розташований на двох поверхах, в інтер'єрі є антикварні деталі, зокрема вази 17 сторіччя, дзеркала, світильники, шовкові парасольки.



Рис.4.1. Екстер'єр закладу «Сакає Рамен Бар»

Джерело: <https://www.the-village.com.ua/village/food/food-news/327717-yaponskiy-restoran-iz-traditsiyim-ramenom-u-lvivskomu-futura-hub>



Рис.4.2. Інтер'єр закладу із зображенням мадам Сакае

Джерело:<https://posteat.ua/news/u-lvovi-v-futura-hub-vidkrili-novij-aponskij-restoran-z-tradicijnim-ramenom-sakae-ramen-bar/>

В оздобленні використали бамбук і дерев'яну гуцульську гонту. Також облаштували літню терасу з лавами з модринового бруса австро-угорського періоду [29].

Головною стравою у меню є японський рамен – пшенична локшина, яку, до речі, в закладі готують самі. Подається з бульйоном, звареним на свинині. Пропонують відвідувачам також локшину, рис, традиційні японські пельмені, японські сандвічі й рисові чіпси [6].

Власники ресторану позиціонують заклад як сучасний формат класичної японської раменної з традиційними стравами та сучасним інтер'єром. Так як заклад себе позиціонує як ресторан японської кухні, то доцільно розглянути визначення.

Японська кухня – національна кухня японців. Відзначається перевагою натуральних, широким застосуванням морепродуктів, мінімально оброблених продуктів, характерними стравами, специфічними правилами оформлення страв, сервіруванням, етикетом. Страви японської кухні, як правило є основною пам'яткою для туристів з інших країн [26].

«Sakae – японське жіноче ім'я, яке означає «процвітання». Наша мадам Sakae – господиня закладу і його ключова фігура. Вона гейша. У японській

культури гейша — це жінка, яка зустрічає та розважає своїх гостей традиційними танцями, співами, веденням чайної церемонії, бесідою на будь-яку тему. Вона — головна людина в домі, його господиня, яка створює відповідний настрій та затишок», - Олена Якубовська про заклад.

Формою власності компанії Sakaе Ramen Bar є приватна форма власності, а саме колективна. а. Партнерська приватна власність – це власність кількох фізичних чи юридичних осіб, які мають домовленості про об'єднання своїх капіталів або майна та спосіб управління ним з метою здійснення спільної підприємницької діяльності. Перевагами даної форми є об'єднання розмірів внесків засновників до статутного фонду підприємства, зменшення тиску та рівня відповідальності окремого власника. Недоліками можуть бути протиріччя у прийнятті рішень між засновниками. Співзасновницею закладу є Олена Якубовська, а також компанія AVALON, яка і є власницею FUTURA HUB.

Формою організації компанії Sakaе Ramen Bar є товариство з обмеженою відповідальністю. Учасники товариства не відповідають за його зобов'язання, а збитки можуть нести лише в межах своєї частки статутного фонду (п. 1 ст.87 ЦК України).

У компанії Sakaе Ramen Bar лінійно-функціональна структура управління, що передбачає поділ функцій управління між окремими підрозділами апарату управління.

Команда Сакае рамен бар складається із директора, 2-х адміністраторів, шеф-кухаря, 2-х су-шефів, 2-х барменів, 3-х офіціантів, 6-и кухарів, 2-х господиньок, головного бухгалтера, бухгалтера, економіста, спеціаліста у відділі кадрів та постачальників. Охорона є загальною для всього Коворкінгу Футури.

4.2. Структура послуг у ресторані «Sakaе Ramen Bar»

Послуга ресторанного господарства - результат діяльності підприємств та громадян-підприємців по задоволенню потреб споживача у харчуванні та проведені дозвілля [7].

У ресторані «Сакае Рамен бар» надаються такі послуги ресторанного господарства:

- послуги харчування;
- послуги з виготовлення кулінарної продукції;
- послуг реалізації кулінарної продукції;
- послуги з організації споживання й обслуговування;
- послуги з організації дозвілля;
- інші послуги.

Послуги з виготовлення кулінарної продукції ресторані «Сакае Рамен бар», у зв'язку з тим, що це ресторан японської кухні, мають деякі специфічні аспекти.

Власниця Олена Якубовська так говорить про свій заклад: «Це, мабуть, наша спеціалізація. Я люблю будувати бізнес на їжі, смаку, деталях, людях та їхній увазі, їхніх враженнях. Так, у Львові є класні рамен-бари з чудовою їжею, але більшість із них невеликі та можуть мати дещо іншу цільову аудиторію. Наш заклад – це не просто «зайшов, поїв і пішов». Для мене це стосується не лише японської кухні, а й деталей та історії культури. Дуже хочеться, щоб відвідувачі частково занурилися у світ східного регіону і водночас відчували епоху імператорської Японії. Тому ми приділили особливу увагу підбору декоративних елементів».

Загалом заклад спеціалізується на раменах та інших стравах традиційної японської кухні, за винятком суші, адже мета – показати на прикладі, що японська кухня буває іншою, ніж та, до якої ми всі звикли.

Асортимент страв, представимо у вигляді меню на Рис. 4.3. та 4.4.

Меню		SAKAE RAMEN BAR	
Рамен <i>мадон щодня готує свіжу цілнатурову локшину та варить бульйон більше 12 годин за старовинним японським рецептом</i>		ラーメン	
🌱🍌 Веган рамен <i>домашній бульйон, місо паста, локшина, едамаме, шітаке, фузікме, тофу, цибуля зелена, олія аракісова</i>	350/500	173/237	
Рамен з місо пайтаном <i>(курений бульйон, місо паста, локшина, фарш свинний, яйце мариноване, норі, кукурудза, аракі смажений, кукурудза, нагутамакі, зелена цибуля, кукурудза олія)</i>	350/500	185/255	
Сіфуд рамен <i>(бульйон із морепродуктів, локшина, філе лососа, креветки, кіноа, зелена цибуля, лимон, олія чай, кукурудза, карамбо імбир, норі, нагутамакі, яйце мариноване)</i>	350/500	197/277	
🍌 Спайсі місо рамен <i>(курений бульйон, місо паста, локшина, фарш курячий, аракі смажений, кунжут, зелена цибуля, кунжутна олія, розстрий соус, чилі олія, кукурудза, нагутамакі, яйце мариноване, норі, часник сшениці)</i>	350/500	177/245	
🍌 Тонкоцу рамен <i>(бульйон курячо-свинний, кукурудза, локшина, яйце мариноване, рулет м'ясний, бекон копчений, цибуля зелена, нагутамакі, норі, часник сшениці, олія аракісова)</i>	350/500	173/239	
Шою пайтан рамен <i>(бульйон курячий, локшина, норі, яйце мариноване, фарш курячий, цибуля зелена, олія часникова, фузікме, цибуля фрі, нагутамакі, боби едамаме)</i>	350/500	193/267	
Склади свій рамен			
Обери бульйон: <i>веган/курячий/курячо-свинний/сіфуд</i>			
Обери основу <i>(в основу входить локшина, мариноване яйце, кукурудза, зелена цибуля, норі, олія часникова)</i>			
<i>класична/солодка-солана (місо)/гастро</i>	350/500	173/249	
Додай за смаком			
редис курячий	10	35	
м'ясний рулет	50	37	
фарш курячий	30	37	
фарш свинний	10	33	
бекон копчений	10	19	
креветки	10	37	
лосось	10	39	
локшина цілнатурова	10	39	
гливи	10	15	
шітаке	10	17	
едамаме	10	13	
тофу	20	15	
кукурудза	10	11	
місо паста	10	11	
яйце мариноване	10	25	
норі	2 шт	13	
смажений аракі	10	13	
зелена цибуля	10	13	
кіноа	10	13	
часник	10	13	
Закуски			
🍌 Крісні креветки <i>(креветки смажені у темпурі та сухаря панко, японський майонез, фузікме, огірок маринований, дайкон маринований)</i>	200/50	195	
Крісні курча караче <i>(курча смажена у темпурі та сухаря панко, японський майонез, паприка, огірок маринований, дайкон маринований)</i>	200/50	185	
🍌 Едамаме фрі із сіллю	200	121	
🍌 Рисові чіпси із кисло-солодким соусом	100	125	
🍌 улюблена страва мадон Сакі	🍌 мадон Сакі рекомендує	🌱 веганська страва	
🍌 смажені креветки із креветочним японським соусом	🍌 незалежно поєднати з мадон Сакі	🍌 веганські страви	
🍌 Гьодза <i>з традиційних японських пельменчик. Подаємо зі сметанкою та спеціальним соусом. Посипаємо зеленою цибулькою. Мадон Сакі рекомендує</i>			
🌱 Гьодза веганські	150/50	187	
Гьодза із куркою	150/50	187	
Гьодза із свининою	150/50	187	
🍌 Боули			
🍌 Із курячою грудкою	350	217	
<i>(курка маринована, салат мікс, яйце мариноване, гриби шиітаке, помідори чері, авокадо, квасоля стручкова, соевий соус, рис, кіноа, фузікме)</i>			
Із креветкою та авокадо	350	227	
<i>(креветка, авокадо, мікс салату, кіноа, аракісовий соус, едамаме, помідори чері, гливи, шітаке, соевий соус, квасоля стручкова, огірок, лимонний фреш)</i>			
Із хрустким тофу	350	197	
<i>(рис, тофу, мікс салату, шітаке, кіноа, едамаме, соевий соус, помідори чері, кукурудза олія, гливи)</i>			
🍌 Локшина			
🌱 Веган	395	215	
<i>(локшина, авоці, сир тофу, квасоля стручкова, едамаме, цибуля зелена, часник, імбир, соевий соус, фузікме, олія кукурудза)</i>			
🍌 Із креветками	370	225	
<i>(локшина, креветки, авоці, едамаме, перець болгарський, квасоля стручкова, імбир, соевий соус, цибуля зелена, кіноа, кукурудза)</i>			
Із куркою	395	197	
<i>(локшина, курка маринована, квасоля стручкова, цибуля ріпчатка, перець болгарський, гливи, кукурудза, імбир, часник, соевий соус, аракі, цибуля фрі, аракісова олія)</i>			
🍌 Рис			
Із смаженим яйцем	350	197	
<i>(рис, перець болгарський, курка маринована, цибуля ріпчатка, гриби шиітаке, гливи, імбир, часник, яйце куряче, цибуля зелена, олія чай, кунжут, соевий соус)</i>			
🌱 Веган	350	215	
<i>(рис, авоці, часник, імбир, цибуля зелена, тофу, соевий соус, цибуля ріпчатка, аракі смажений, олія кукурудза, олія аракісова, гливи, перець болгарський)</i>			
🍌 Із креветкою та свининою	350	225	
<i>(рис, фарш свинний, бекон копчений, креветки, квасоля стручкова, імбир, часник, цибуля ріпчатка, цибуля зелена, едамаме, шітаке, аракісовий соус, соевий соус, кунжутна олія, цибуля фрі)</i>			
🍌 Японські сендвічі			
Крісні чікен	237	183	
<i>(курка маринована смажена в темпурі-клярі, японський майонез, хліб тостовий, мікс салату, цибуля ріпчатка, огірок маринований, дайкон маринований)</i>			
🍌 Із грибами	247	175	
<i>(хліб тостовий, майонез японський, салат мікс, шітаке, гливи, олія трюфельна, маринований огірок, сир чеддер, дайкон маринований)</i>			
Зі свининою	280	197	
<i>(хліб тостовий, японський майонез, бекон копчений, салат мікс, огірок маринований, рулет м'ясний, сир чеддер, дайкон маринований)</i>			
🍌 Десерти			
Матча рисовий наполеон	135	187	
🍌 Чізкейк з матча та солоною карамеллю	170	197	
Моті	1 шт	89	
<i>Якщо у вас є алергія на будь-які складові наших страв, будь ласка, попередьте нашу команду</i>			
+38 067 802 60 22 Futura Hub, м.Львів, вул.Кульпарківська, 200А @sakaе_ramen_bar f Sakaе Ramen Bar			

Рис.4.3. Основне меню закладу «Сакае Рамен Бар»

Джерело: <https://sakaeramenbar.choiceqr.com/menu/section:osnovne-menu>

Меню бару



Безалкогольні напої			Алкогольні напої		
Вода Моршинська <i>слабогазована/негазована</i>	330	47	Вино		
Вода Боржомі	500	63	 150 ml	 750 ml	
Соки в асортименті <i>(апельсиновий, яблучний, ялиновий, помаранчевий)</i>	250	37	Ігристе		
Апельсиновий фреш	250	59	Villa Clara Cava Brut	151	747
Грейпфрутовий фреш	250	63	Prosecco Treviso Extra Dry		857
Апельсиново-грейпфрутовий фреш	250	61	Біле		
Coca-cola	250	43	Viognier Torrontes Esperado	153	765
Tonic water	250	41	<i>Salicón, San Juan, Argentina</i>		
Гарячі напої			La Sogara, Soave DOC	177	885
Кава			<i>Soave, Italy</i>		
Еспресо	30	41	Marques de Riscal Sauvignon		1185
Американо	60	43	<i>Rioja, Spain</i>		
Капучіно	150	53	Рожеве		
Латте	200	59	Rose Konig		1097
Матча			<i>Pittnauer, Austria</i>		
<i>Продукт вторинної обробки, що отримується шляхом перетранювання на спеціальних кам'яних жерновах в млину гудру постя зеленого чаю тенча</i>			Червоне		
Матча Фуку (на молотці)	200	125	Tenuta Di Campriano, Chianti DOC	175	875
Матча Ізумі (на воді)	80	115	<i>Chianti, Italy</i>		
Чай			Cabernet Sauvignon Reserva	187	939
<i>У Японії процес приготування та призначення чаєм був піднесений до ранню мистецтва. Були навіть розроблені хімічні показники чайного дріття.</i>			Altos Ibericos Crianza		1079
<i>Слабководна чаю будуться на чотирьох основних принципах: гармонії, шунуванні, чистоті та спокої. Модам Сакае обрали для вас свої улюблені чаї, які неодмінно рекомендують скуштувати</i>			Сяке		
Чорний			Gekkeikan Sake, Awayuki	30	75
Shu Puerh	400	135	Awayuki Sparkling Sake	300	793
<i>Пур-це маленький округ на півдні Китаю в провінції Юньнань. Це постферментований чай, тобто ферментація відбувається не лише зовнішніми бактеріями в чаю, а і за рахунок внутрішніх мікроорганізмів та грибків. Чай вважається дуже корисним для травної системи та покращує кислотність шлунку. Невеличкий смак-сирх овочів та земляні відтінки роблять цей чай унікальним та не схожим на інші</i>			Пиво		
Зелений			Крафтове японське пиво		
Long Jing	400	135	White Ale Hitachino Nest Beer	330	215
<i>Витончений, збалансований легендарний імператорський китайський зелений чай, з історичної батьківщини Ханьжоу, у перекладі відомий як "Колодязь Дракона". Має дуже приємне м'яке тіло, відтінки феєричності та гарбузового насіння у смаку. В ароматі квітковий, трояндовий, з відтінками кукурудзи. При обробці чайного листа, майстри пресують лист руками на гарячих валиках, за рахунок чого, лист отримує форму тонкої пластини</i>			Red Rice Ale Hitachino Nest Beer	330	215
Улун			Крафтове українське пиво		
Indochina Beauty	400	135	Pravda Tom Yum	330	93
<i>Характерним для цього чаю є неповторний цитрусовий відтінок в ароматі та пряний, майже солодкий карамельний смак, який з'являється після збору листа, лежачого влітку в умовах високої вологості (Ассольська гігієна). Модам Сакае цей чай називає чаєм екстази, тому що після нього хочеться обійняти весь світ і всім посміятись, легка ебфарія міжневичько охолонок все ваше тіло</i>			Pravda Lviv blanche	330	93
Білий			<i>Пиво отримало золотисто-червоного кольору. Виразений аромат кафеєвого листя, лимонного, інжирного та запашого. Смак комплексний, пряний. Цілимте округле тіло завдяки молочному цукру, покращує баланс пива. В кінці легка відчужається гострота чаші</i>		
White shan	400	135	<i>Пиво отримало найкраще від стило блонд: приємний солодкий, мутний колір, аромат цитрусових та кориандру, характерний смак пшеничного солоду з легким кислинковим напівкислим</i>		
<i>Легкий, медовий та воднонасичений та складний чай. Листя зібране зі столітніх чайних дерев. Такий чай росте в диких умовах, без втручання людей, серед тисячолітнього чайного лісу. Region Хазанг, що межує з китайською провінцією Юньнань. Подібно як для чайних плантацій так і для печелюхів. Чай зроблений по технології білого чаю, тобто після збору чайного листя не відбувалось ніякого механічного і температурного втручання. Сяке збирає листя до того ферментувало спаршу на сонці, а потім декілька днів у тіні</i>			Коктейлі		
<i>Лякаю у вас є переваги на будь-які складові наших страв, будь ласка, попередьте нашу команду</i>			<i>модам Сакае дуже подобаються алкогольні напої - 4 коктейлі за окремим рецептом модам на вижну пару року</i>		
			Winter	100	187
			<i>джин, сяке, кардіал шайн, персиковий лікер</i>		
			Spring	140	185
			<i>аперитив Lillet, цитрусовий сік, лікер Green Chartreuse, сироп фенхель</i>		
			Summer	130	185
			<i>сироп, апельс, камарі, біттер, ігристе сяке</i>		
			Autumn	140	183
			<i>фундуківий ром, сироп кориці, сироп ваніліний</i>		

+38 067 802 60 22 | Futura Hub, м.Львів, вул.Кульпарківська, 200А | @sakaе_ramen_bar | f Sakaе Ramen Bar



Рис.4.4. Барне меню ресторану «Сакае Рамен Бар»

Джерело: <https://sakaeramenbar.choiceqr.com/menu/section:osnovne-menu>

Також заклад, орієнтуючись, на гостей зі Східних країн, які є представниками різних релігійних угруповань та віросповідань, запропонували халяльні та вегетаріанські страви в меню. Навіть був тиждень халяльної кухні в липні цього року. Фото страв можна переглянути на Рис. 4.5., Рис. 4.6., Рис. 4.7, Рис. 4.8.



Рис.4.5. Шою пайтан рамен – представник халяльної кухні

Джерело: <https://sakaeramenbar.choiceqr.com/menu/section:osnovne-menu>



Рис.4.6. Гьодза веганські – представник халяльної кухні

Джерело: <https://sakaeramenbar.choiceqr.com/menu/section:osnovne-menu>

Додаток Ж



Рис.4.7. Боул з хрустким тофу- представник халяльної кухні

Джерело: <https://sakaeramenbar.choiceqr.com/menu/section:osnovne-menu>



Рис.4.8. Седвіч з грибами - представник халяльної кухні

Джерело: <https://sakaeramenbar.choiceqr.com/menu/section:osnovne-menu>

Головна страва в меню – рамен, який готують за традиційними рецептами. За словами власників, бульйон варять не менше 12 годин, додають локшину власного виробництва та використовують тільки свіжі інгредієнти. Хочемо зауважити, що бульйон справді варять дуже довго – зазвичай це 16 годин. Тому він наваристий та концентрований.

Можна замовити рамен на курячому бульйоні, веганський рамен, рамен на свинному бульйоні, рамен із м'ясо-пастою, на бульйоні з морепродуктів та інші варіації. Крім того, є можливість створити свій рамен за власним рецептом.

Класичний вид рамену – Тонкоцу. Тонкоцу рамен походить із міста Фукуока, яке розташоване на північному березі острова Кюсю в Японії, і це особлива страва у Фукуоці та Кюсю. Страву часто називають хаката рамен, оскільки Хаката – це історична назва центральної Фукуоки, ще одна назва страви – тонкоцу рамен. Вона також готується у всіх інших регіонах Японії. Тонкоцу рамен спочатку позиціонували як доступний і легкий у приготуванні для робітників на рибних ринках. У наш час тонкоцу рамен знаний як такий, що знадобиться для приготування правильної версії страви в її класичному стилі. Зробимо динаміку гостей за 3 роки функціонування на Рис. 4.9. Дані взято зі Звітів 13 та 15 (Див. Додаток С).

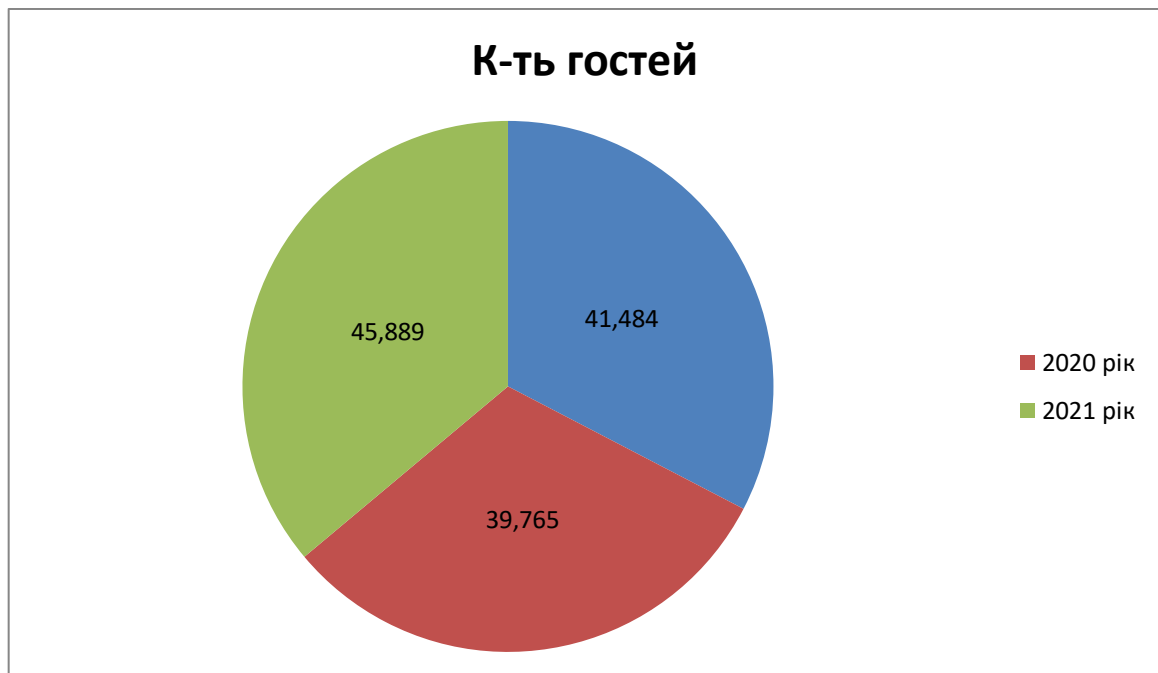


Рис.4.9. Динаміка гостей за 3 роки (2019 -2021 рр.) (створено автором)

За 2019 рік заклад відвідало 41 484 гостей. У 2020 році до закладу прийшло 39 765 відвідувачів, а 2021 році – 45 889 гостей.

Якщо подивитися на ці дані, то можна зробити висновок, що 2020 року ситуація погіршилася у порівнянні з 2019 роком. Проте це можна пояснити тим,

що в країні нестабільна політична та економічна ситуація. Також ситуація з пандемією повпливала серйозно на к-ть відвідувачів. Заклад тривалий час не працював, що і відзначилося на статистиці. Ситуація у 2021 році вже стала кращою, проте не набагато більше. Середній чек коливався від 340 гривень в день до 890 гривень. Він визначався як увесь дохід за місяць поділити на загальну кількість гостей того ж місяця.

Найбільш прибутковими днями для закладу є вихідні дні, свята та як не дивно, понеділок, адже зверху над рестораном знаходиться коворкінг, звідки всі приходять з'їсти рамен.

4.3. Виробничо-експлуатаційної діяльності підприємства, застосування інноваційних технологій у ресторані «Sakae Ramen Bar»

Головне завдання в індустрії ресторанної діяльності визначається концепцією технології гостинності, спрямованої на задоволення найвибагливіших потреб споживача. Якщо гості не отримують задоволення від відвідування ресторанного закладу, то все інше немає значення.

У більшості випадків, як правило, ресторани поєднують у своєму виробництві два технологічних процеси - повний цикл виробництва і неповний.

В ресторані «Сакае рамен бар» використовують два технологічні процеси. Тому, що є власна пекарня, на якій виготовляється локшина та випікається хліб.

В закладі присутні такі приміщення:

- М'ясо - рибний цех призначений для переробки сировини і виготовлення напівфабрикатів (заготівельний).
- Гарячий цех - доготівельний цех, випускає готову продукцію.
- Холодний цех - доготівельний цех, також випускає готову продукцію.
- Кондитерський цех - спеціалізований, випускає готові кондитерські вироби.

- Пекарня – виготовляє продукцію;
- Мийні кухонного і столового посуду;
- Приміщення завідувача виробництвом.
- Приміщення для обслуговування споживачів призначене для реалізації готової продукції та організації її споживання:
 - Адміністративно - побутова група призначена для створення нормальних умов праці (кабінети директора, зам.директора, бухгалтері);
 - Туалети та службові приміщення.

Важливими інноваційними технологіями є інформаційно-комп'ютерні технології, розроблені для підприємств ресторанного господарства, які дозволяють значно спростити та оптимізувати низку специфічних для бізнесу процесів. Проте їх розповсюдження заважають, по-перше, ненасиченість попиту на послуги ресторанного господарства і дозвілля, по-друге, низька технологічна культура населення. Це все заважає розвитку інноваційних процесів. Також однією з основних ІТ-інновацій для ресторанного бізнесу є впровадження комплексу web- і телекомунікаційних рішень для взаємодій зі споживачами. В результаті все частіше з'являються послуги доставки додому замовлень, зроблених за телефоном та через Інтернет [10].

Задля покращення комунікації залу та кухні використовуються так звані «Кіпери», через які вибиваються замовлення одразу на кухню. Також є монітор на кухні, який показує замовлення повністю і кухарі можуть побачити скільки є гостей за столиком та чи разом чи окремо подавати страви. Також «Кіпер» багатофункціональний, адже там одразу можна побачити всю звітність за день, скільки гостей було, який виторг закладу, скільки який офіціант вибив страв на себе за день та інші особливості.

4.4. Інформаційні системи та технології в діяльності у ресторані «Sakae Ramen Bar»

Автоматизована інформаційна система управління дозволяє для швидкого та безпомилкового контролю роботи, повного аналізу існуючої ситуації, швидкості та повноти обслуговування гостей на рецепції, тобто забезпечення високої економічної ефективності та високої якості обслуговування. Впровадження стає неминучим та незамінним. Автоматизована інформаційна система — це сукупність економіко-математичних, технічних, програмних, технічних засобів, експертної інформації, методів і моделей з метою обробки інформації та прийняття управлінських рішень.

У закладах, такого типу як «Сакае рамен бар», використовують інформаційні системи. Автоматизація дозволяє оптимізувати документообіг, забезпечити порядок на складі. У більшості співробітників ресторанів змінний графік роботи, і вони не завжди встигають обмінюватися інформацією - автоматизація ресторану вирішує цю проблему. Всі дані зберігаються в єдиній системі, користуватися якою просто і зручно. В даний час, особливо у великих центрах, автоматизація ресторану є необхідним рішенням для того, щоб опередити конкурентів і зробити свій заклад кращим.

Мета автоматизації - підвищення ефективності управління рестораном, прискорення обслуговування та мінімізація можливих зловживань, особливо крадіжок. Важливою частиною успіху є хороший сервіс і швидка робота наших співробітників. Саме можливості автоматизації для ресторанів можуть оптимально поєднати швидкість і якість.

Ресторан «Sakae Ramen Bar» використовує інформаційну систему для реєстрації складних страв і типів їжі, облік продуктів за термінами придатності, реєстрації сезонів споживання. планувати закупівельну, виробничу та збутову діяльність, вести нормативний та управлінський облік в єдиній базі даних; обмін інформацією з різними фронт-офісними системами. звітність (контроль залишків, стан замовлень покупцям і постачальникам), використання

дисконтних і клубних карток; захист від крадіжок недобросовісними працівниками.

Отже, лише створивши добре розроблену концепцію та реалізувавши всі складові ресторану послідовно та комплексно, інформаційні технології гарантують успіх у розвитку підприємства.

4.5. Маркетингова діяльність ресторану «Sakae Ramen Bar»

Характеристика ресторану «Sakae Ramen Bar» залежить від макросередовища та зовнішніх факторів, які знаходяться поза контролем компанії. До таких факторів належать політико-правові, економічні, демографічні, соціально-культурні, технологічні та природні фактори. Тепер розглянемо кожен із них. залежать від макросередовища та зовнішніх факторів, які знаходяться поза контролем компанії. До таких факторів належать політичні-правові, економічні, демографічні, соціальні-культурні, технологічні та природні фактори. Тепер розглянемо кожен із них.

Політико-правові фактори:

З 17 березня 2020 року ввійшла в дію низка обмежувальних заходів за рішенням Державної комісії з питань ТЕБ і НС та дорученням Президента України у зв'язку із поширенням коронавірусної інфекції COVID-19.

З 16 січня 2021 року набрала чинності стаття 30 Закону України «Про забезпечення функціонування української мови як державної». В разі порушенні «мовного» Закону – підприємству-порушнику будуть виписані штрафні санкції.

З 1 жовтня 2020 року обов'язково використовувати касові апарати РРО, запровадити електронний чек, зобов'язані так звані "групи ризику" до яких належить сфера реалізації товарів (надання послуг) через мережу Інтернет

24 лютого 2022 року в країні розпочалася масова війна,. У результаті це призвело до пригальмування розвитку ресторанного бізнесу. Адже заклад мав відкритися ще в березні.

Демографічні фактори:

Скорочення працездатного населення України. Цей фактор являє загрозу зменшення кількості гостей.

Трудова міграція українців в більш розвинені і благополучні країни. Цей фактор як ніколи актуальний, адже за період війни з України мігрувало понад 9 млн.

Велика смертність і скорочення народжуваності в Україні. Це пов'язано з тим, що українці не можуть забезпечити більше ніж 2-х дітей. Крім того, на цей показник впливає і політична ситуація в країні. Таким чином, з часом кількість гостей буде меншати.

Економічні фактори:

Різний рівень доходу по регіонах України. Наприклад, у Львівській області середньомісячна зарплата складає 11 937 грн (дані за 2020 рік).

Соціально-культурні фактори:

Популяризації вегетаріанства серед населення України. Згідно з даними зоозахисної організації Відкриті клітини, на замовлення якої в 2017 році провів дослідження КМІС, в Україні загальна кількість вегетаріанців досягла 2 млн — 5% населення країни, а в деяких країнах Західної Європи сьогодні кожен десятий є вегетаріанцем. Тому даний фактор дає можливість для «Сакає Рамен Бар» залучити більшу аудиторію споживачів, нових клієнтів за рахунок наявності вегетаріанського меню.

Популярність азійської кухні серед населення України. Отже, цей фактор сприяє збільшенню кількості потенційних клієнтів компанії «Сакає Рамен Бар» і являється можливістю для збільшення обсягів збуту її товарів.

Швидкий ритм сучасного життя, підвищення зайнятості серед населення сприяє популяризації доставки готових страв. Так як компанія працює на доставку теж, то це позитивний фактор впливу.

Науково-технічні фактори:

Популярність соціальних мереж серед демографічних груп та діяльностей, які займаються різними видами діяльності. Цей фактор для «Сакає

Рамен Бар» є можливістю користуватися більшою популярністю серед споживачів, збільшення їх довіри, зацікавленості та лояльності.

Глобальна інтернетизація в ресторанному бізнесі. Даний фактор сприяє збільшенню кількості потенційних споживачів для «Сакає Рамен Бар». Але в цей же час існує загроза появи прямих конкурентів через відкриття сервісу доставки їжі у вже існуючих стаціонарних ресторанах.

Природні фактори:

Зменшення рівню вилову риби в океанах через зменшення популяції риби, забруднення навколишнього середовища і зміну клімату. Отже, даний фактор може негативно вплинути на діяльність підприємства через дефіцит сировини, збільшення цін на імпортовану рибу, а це означає, що збільшиться собівартість страв, зменшиться чистий прибуток.

Отже, після аналізу факторів макросередовища підприємства у даному пункті, було визначено наступні важливі фактори: популярність азійської кухні серед населення України, швидкий ритм сучасного життя, глобальна інтернетизація в ресторанному бізнесі, популярність соціальних мереж серед населення та підприємств різних видів діяльності, різний рівень доходу по регіонам, обмежувальні заходи під час карантину у зв'язку із поширенням коронавірусної інфекції COVID-19, обов'язкове використання касових апаратів РРО, популяризації вегетаріанства серед населення України, запроваджена програма з підтримки малого і середнього підприємництва, збільшення платоспроможності населення, ведення в дію статті 30 Закону України «Про забезпечення функціонування української мови як державної», зменшення рівню вилову риби в океанах через зменшення популяції риби, забруднення навколишнього середовища і зміну клімату, еко-тренд, скорочення працездатного населення, трудова міграція українців в більш розвинені і благополучні країни

Внутрішнє середовище - це сукупність всіх внутрішніх факторів підприємства, які визначають процеси його життєдіяльності [25].

Внутрішнє середовище аналізується за такими напрямками:

- кадри, їх потенціал, кваліфікація, інтереси тощо;
- організація управління та маркетингу;
- стан основної діяльності (виробництво, організаційні характеристики, наукові дослідження та розробки тощо);
- фінансовий стан;
- організаційна культура.

Отже, дослідження внутрішнього середовища спрямоване на з'ясування сильних та слабких сторін ресторану «Сакає Рамен Бар». Сильні сторони є тією базою, на яку організація спирається у конкурентній боротьбі та яку вона повинна намагатись розширювати й укріплювати. Слабкі сторони мають бути предметом пильної уваги керівництва, щоб їх позбутись.

Задля визначення конкурентоспроможності закладу, проводиться моніторинг мікро- та макромаркетингового середовища, аналіз діяльності конкурентів (огляд нових позицій в асортименті, інформації в соціальних мережах), збір вторинної інформації (звіти та дослідження даного ринку тощо), переглядаються і аналізуються відгуки в профілях в Instagram та Facebook.

На ринку послуг у Львові є раменні, але «Сакає Рамен Бар» має високі ціни на страви, що впливає на зниження його конкурентоспроможності.

Тип конкуренції на ринку японської кухні в Україні – монополістична конкуренція. На ринку наявна велика кількість малих та середніх підприємств, є ресторани мережі, які пропонують диференційований товар. Ринок характеризується відносно низькими бар'єрами виходу для нових компаній. Однак незважаючи на це, велика частка нових закладів закривається протягом одного або декількох років.

Плавно переходимо до SWOT-аналізу ресторану Табл. 4.1.

Таблиця 4.1.

SWOT-аналізу ресторану «Сакає Рамен Бар»

Сильні сторони	Слабкі сторони
<p>Високий рівень кваліфікації співробітників та керівників, які мають вищу освіту і досвід роботи в даній сфері. Підготовка кадрів. Широкий і різноманітний асортимент Наявність вегетаріанського меню Популярність в соціальних мережах Співпраця з відомими блогерами і артистами України. Високий рівень обслуговування. Висока якість сировини і високоякісне обладнання Продукція високої якості, надійні канали постачання сировини і матеріалів. Акумуляування власними і взятими в борг фінансовими ресурсами, передбачається високий прибуток. Зручне місце розташування. Висока якість страв приготовлених за оригінальною рецептурою. Незвичайний інтер'єр .</p>	<p>Невисока оперативність при прийнятті рішень всіма учасниками ділового партнерства. Виплати по кредитам. Можливість не сприйняття споживачами нового продукту. Ще не сформований імідж ресторану. Маленький вибір барного меню Немає своєї доставки Незначний досвід роботи на ринку Вищі ціни ніж в конкурентів Відсутність постійних і частих акцій, спеціальних пропозицій Низька прибутковість на стадії входження Робота з продуктами, що швидко псуються На початковому етапі відсутність необхідних навичок у персоналу</p>
Можливості	Загрози
<p>Є всі можливості для завоювання значної кількості споживачів Розширення асортименту, постійні постачальники, залучення інвесторів. Завоювання ринку Підвищення рівня доходу населення і як наслідок збільшення грошових потоків . Удосконалення технологій і за рахунок цього зменшення витрат на виробництво. Збільшення кількості постійних гостей</p>	<p>Поява конкурентів. Погане сприйняття продукту споживачем. Зміна і зменшення споживчого попиту. Підвищення рівня цін через інфляцію і підвищення податку. Зниження загального рівня купівельної спроможності. Змінна обладнання через нові удосконалені види. Збільшення кількості населення, які не користуються послугами ресторанного</p>

Продовження Таблиці 4.1.

<p>з високим рівнем доходу. Збільшення гостей за рахунок впровадження нового продукту. Збільшення кількості іноземних гостей. Збільшення кількості іноземних туристів в даному закладі за рахунок політичної стабільності в країні. Залучення нової аудиторії через популяризацію вегетаріанства серед населення України Можливість відкрити представництво в новому місті, де менший рівень конкурентної боротьби і залучити нових споживачів, адже спостерігається різна кількість і сила конкурентів в різних регіонах країни.</p>	<p>Господарства Збільшення кількості правопорушень (побої в закладі, нанесення збитків закладу без компенсації), корупція в правозахисних органах. Зростання цін на закупівлю продукції при поганому урожаї, якому сприяли погані природні умови. Загроза втрати споживачів та появи нових конкурентів з нижчими цінами, але таким же високим рівнем через низькі бар'єри входу на ринок Зменшення попиту на товар в тих регіонах, де нижчий рівень дохідності, адже в Україні спостерігається різний рівень доходу населення по регіонам.</p>
---	--

Проведемо перехресний SWOT-аналіз.

Сильні сторони – Можливості

Залучення нової аудиторії через наявність вегетаріанського меню.

Збільшення кількості споживачів завдяки тренду на адресну доставку їжі, популярність компанії в соціальних мережах.

Завдяки популярності азійської кухні серед населення України та різноманітності асортименту компанії можливість збільшити кількість клієнтів.

Можливість відкрити представництво в новому місті, де менший рівень конкурентної боротьби через наявність стабільного джерела прибутку для виходу на нові регіони.

Створення оригінального іміджу ресторану і залучення до відвідування зарубіжних гостей

Удосконалення технології виробництва призведе до високої якості продукції.

Зручне місце розташування дозволить залученню нових інвесторів.

Сильні сторони – Загрози

За рахунок популярності в соціальних мережах, співпраці з відомими блогерами та артистами зменшується загроза втратити «своїх» споживачів, якщо з'являться нові конкуренти.

Змога збільшувати витрати на просування товару за рахунок стабільного джерела прибутку;

Завдяки стабільному джерелу прибутку вийти в ті регіони, де наявний високий рівень доходності, в найбільш привабливі регіони.

Поява конкуруючих ресторанів з оригінальною ідеєю.

Висока якість продукції і послуг призведе до підвищення цін в майбутньому, а це може вплинути на зміну і зменшення попиту.

Загальний рівень купівельної спроможності не знизиться через зручне місце розташування ресторану.

Слабкі сторони – Можливості

Зменшення привабливості продукції через її високу ціну, відсутність акцій, що може виникнути через подальший ріст ринку.

Незначний досвід роботи на ринку та висока ціна не дозволить залучити нових споживачів в разі виходу у нові регіони країни

Відвіданню ресторану зарубіжними гостями може перешкодити нерозвинений імідж компанії.

Відсутність постійних клієнтів, а значить і постійного прибутку перешкоджає розвитку технологій через відсутність грошових ресурсів.

Виплати по кредитах можуть спугнути інвесторів.

Слабкі сторони – Загрози

Зменшення привабливості продукції через її високу ціну, відсутність акцій, що може виникнути через подальший ріст ринку;

Незначний досвід роботи на ринку та висока ціна не дозволить залучити нових споживачів в разі виходу у нові регіони країни

Ймовірність «провалу» або зменшення частки ринку через незначний досвід роботи на ринку та глобальну інтернетизацію в ресторанному бізнесі

Загроза втрати споживачів через появу нових конкурентів з нижчими цінами, але таким же високим рівнем сервісу через низькі бар'єри входу на ринок

Зменшення попиту на товар в тих регіонах, де нижчий рівень дохідності, адже ціни вищі ніж в конкурентів та відсутні акції.

Зменшення попиту.

Втрата потенційних гостей.

Зниження рівня купівельної спроможності вдарить по кредитним виплатам, а це загрожує закриттю ресторану.

Отже, виходячи з проведеного SWOT-аналізу, було визначено маркетингову управлінську проблему: Масштабування за рахунок відкриття представництва компанії в нових містах України. Через те, що ресторану «Сакае Рамен бар представлено лише в одному місті -Львів, через її активність і популярність в Інтернеті, підігрів інтересу завдяки залученню блогерів, - підписники в Інстаграм часто запитують про відкриття представництв в інших містах. В компанії наявні вільні кошти для виходу в нові регіони, але вона не знає яке місто є найпривабливішим, адже існують, як можливості так і загрози при прийнятті даного рішення. А ще в різних українських містах є різний рівень доходу населення та різний рівень конкурентної боротьби. Тому доцільно було б провести дослідження для вирішення даної маркетингової управлінської проблеми.

Цінова конкуренція та конкуренція якості відходять на другий план, адже заклади пропонують страви приблизно однакової якості за приблизно однаковою ціною. Конкуренти концентрують свою увагу на підвищення рівня пропонованого сервісу та додаткових послуг. Сучасні ресторани досягають конкурентних переваг за допомогою інновацій: новий дизайн сайту чи приміщення ресторану, новий процес виробництва, новий маркетинговий підхід чи новий метод підвищення ефективності праці співробітників.

До найближчих конкурентів «Сакае Рамен Бар» можна віднести такі заклади як «Рамен-Мо», «Tiki Ramen», «Chin Chin», «NOA», «Red Monkey».

4.6 Система управління діяльністю підприємства

Управління організацією базується на загальних принципах системи управління продуктом. Завдання управлінню розкривають зміст управління як процесу, конкретизують види управлінської діяльності, посади, закріплені за конкретними структурними підрозділами або працівниками, завдання конкретної організації.

В ресторані «Сакає Рамен Бар» лінійно-функціональна структура управління, що передбачає поділ функцій управління між окремими підрозділами апарату управління. При цьому кожний виробничий підрозділ одержує розпорядження одночасно від конкретного лінійного керівника, який в свою чергу отримує перелік завдань від інших керівників різних відділів. Об'єднання подібних спеціальностей дає змогу заощадити витрати на масштабах, мінімізує дублювання функцій персоналу та устаткування і забезпечує службовцям комфорт. Проте така структура може призвести до інформаційного перевантаження лінійного керівника, а також синтез лінійного та функціонального управління може затягнути строки прийняття рішення.

Залучення інвестицій з випуском різних фінансових інструментів на сьогоднішній день здійснюється в широких масштабах. На нього впливає сприятливий інвестиційний клімат в країні. Інвестиції залучаються в основному в двох напрямках: перший напрямок - через отримання кредитів, а другий - через випуск і продаж цінних паперів. При розрахунку ефективності таких інвестиційних проектів позичальникові видається необхідна сума після кожної завершеної роботи. При отриманні кредиту на основі інвестиційних проектів заставне майно не потрібно.

Серед ризиків, з якими стикаються учасники економічних відносин із зарубіжними державами, особливе місце займає комерційний ризик, такий як неплатоспроможність покупців і позичальників, ризики, пов'язані зі стабільністю валютного курсу, інфляцією та зміною цін на товари. Закінчення контракту. Щоб застрахуватися від можливих збитків, експортер може

включити в ціну премію за непередбачені ризики. Чим вищий рівень ризику, тим вищий розмір цієї премії, а отже, і ціна продукту. Однак цей спосіб комерційного захисту є обмеженим, оскільки зростання цін негативно впливає на конкурентоспроможність товару.

Ризики, з якими може зіткнутися Sakai Ramen Bar, включають політичну ситуацію в країні, стихійні лиха, проблеми з доставкою продукції, ціновий ризик, форс-мажорні обставини, сильну ринкову конкуренцію, неплатоспроможність, надзвичайні обставини тощо. Щоб уникнути таких ризиків, необхідне страхування. Ресторан виконує три важливі функції: виробництво продукції, її реалізація та організація споживання. Їх здійснення потребує створення відповідної виробничо-торговельної структури, до складу якої входять наступні системи: управляюча, виробнича, забезпечення та організаційно-обслуговуюча.

Система забезпечення має важливе значення у забезпеченні виробництва сировиною, напівфабрикатами, предметами матеріально-технічного призначення. Підсистема складається з методичного, правового, ресурсного та інформаційного забезпечення.

Виробнича система посідає центральне місце у закладі ресторанного господарства, в ній сировина та напівфабрикати перетворюються на готову для споживання продукцію. Мета діяльності системи – виробництво високоякісної продукції у запланованих обсягах та у визначені терміни; основний елемент системи – виробничий процес. Предметом занепокоєння менеджерів є безперебійність виробничого процесу, усіх його забезпечуючих складових і інфраструктур, спрямованих на досягнення цілей організації.

Організаційно-сервісна система реалізує впровадження та використання організаційних продуктів і надає послуги користувачам. Мета діяльності – задовольнити потреби клієнта.

Отже, заклад «Сакае Рамен Бар» є складною відкритою соціально-економічною системою, на діяльність якою чинять вплив фактори зовнішнього та внутрішнього середовища.

4.7. Фінансово-господарська діяльність ресторану «Sakaе Ramen Bar»

4.7.1. Обсяг і структура діяльності

Основна виручка від реалізації продукції у «Sakaе Ramen Bar» становить дохід від продажу основної продукції, виготовленої у ресторані. Динаміка обсягу реалізації (товарів, робіт, послуг) ресторану «Sakaе Ramen Bar» за 2020-2021 роки проаналізована у табл. 4.2.

Таблиця 4.2.

Показники динаміки обсягу реалізації (товарів, робіт, послуг) ресторану «Sakaе Ramen Bar» за 2020-2021 роки

Роки	Обсяг реалізації (товарів, робіт, послуг), тис. грн.	Абсолютний приріст, тис. грн.		Темпи зростання, %		Темпи приросту, %		Абсолютне значення 1% приросту, тис. грн.
		до попереднього року	до базисного року	до попереднього року	до базисного	до попереднього року	до базисного	
2020	2744,4	-	-	-	-	-	-	-
2021	3129,3	+384,9	+384,9	114,0	114,0	14	14	27,5

Виручка від реалізації продукції, послуг у «Sakaе Ramen Bar» у 2020р. становила 2744,4 тис.грн, а в 2021р. – 3129,3 тис грн. Абсолютний приріст обсягу реалізації у 2021р. становив 384,9 тис. грн., що на 14% більше, порівняно з 2020р.

4.7.2. Стан основних засобів

Основні фонди туристичного підприємства оцінюються: залежно від моменту проведення оцінки – за первісною (початковою) чи відновленою вартістю; залежно від стану основних фондів – за повною або залишковою вартістю.

Для оцінки показників стану основних фондів ресторану «Sakaе Ramen Bar» за даними Ф № 1 «Баланс» використано табл. 4.3.

Таблиця 4.3.

Показники стану основних засобів ресторану «Sakaе Ramen Bar» за 2020-2021 роки

Показники	2020 рік	2021 рік	Відхилення (+,-)	Темп зміни, %
Первісна вартість основних засобів, тис. грн	139,9	149,8	9,9	107,1
Знос основних засобів, тис. грн.	66,7	80,9	14,2	121,3
Залишкова вартість основних засобів, тис.	73,2	68,9	-4,3	94,1
Коефіцієнт зносу основних засобів	0,48	0,54	0,06	112,5
Коефіцієнт придатності основних засобів	0,52	0,46	-0,06	88,5

Коефіцієнт зносу визначається як відношення суми фізичного зносу до первісної вартості основних фондів. Як видно з табл. 2.2, цей показник у 2021 р. порівняно з 2020 р. збільшився на 12,5%.

Коефіцієнт придатності визначається як відношення залишкової вартості основних фондів до їх первісної вартості. Відповідно цей показник має тенденцію до зменшення, так у 2021 р. він знизився на 11,5%.

4.7.3. Ефективність використання основних засобів

Для визначення ефективності використання основних засобів ресторану «Sakaе Ramen Bar» використано табл. 4.4..

До основних показників, що відображають ефективність використання основних засобів підприємства належать:

- фондівіддача (по реалізованій продукції (послугах)) – відношення обсягу реалізованої продукції (послуг) до середньорічної вартості основних засобів

$$\Phi B = O_p / \Phi,$$

де O_p – обсяг реалізації продукції (послуг), тис. грн.;

Φ – середньорічна вартість основних засобів, тис. грн.

- фондомісткість (по реалізованій продукції (послугах)) – відношення середньорічної вартості основних засобів до обсягу реалізованої продукції (послуг)

$$\Phi M = \Phi / O_p$$

- фондоозброєність - відношення середньорічної вартості основних засобів до середньооблікової чисельності працівників підприємства;

- фондорентабельність показує скільки прибутку припадає на 1 грн. основних засобів (у %).

Таблиця 4.4.

**Показники ефективності використання
основних засобів ресторану «Sakae Ramen Bar» у 2020-2021рр.**

Показники	2020 рік	2021 рік	Відхилення (+, -)	Темп зміни, %
Чистий дохід від реалізації, тис. грн.	2744,4	3129,3	384,9	114,0
Середньорічна вартість основних засобів, тис. грн.	139,9	149,8	9,9	107,1
Прибуток, (збиток), тис. грн.	100,4	372,9	272,5	зб. у 3 рази
Середньоспискова чисельність, осіб	23	23	0,0	100,0
Фондовіддача, грн.	19,6	20,9	1,3	106,6
Фондомісткість, грн.	0,051	0,047	-0,004	92,2
Фондоозброєність, тис. грн.	6,1	6,5	0,4	106,6
Фондорентабельність, %	71,7	248,9	177,2	зб. у 3 рази

Аналізуючи показники ефективності використання основних фондів у табл. 2.3, слід зазначити, що у 2021 р. фондівіддача збільшилась на 6,6%, порівняно з 2020 р., і фондоозброєність теж збільшилася на 6,6%.

Фондомісткість відповідно зменшилась за досліджуваний період. Значно зросла рентабельність основних фондів у 2021р., що пов'язано зі зростанням прибутку у 3 рази, порівняно з 2020р.

4.7.4. Ефективність використання оборотних активів

Оборотні фонди (капітал) - це майно підприємства, яке залучене у виробничий процес, функціонує тільки в одному виробничому циклі і, незалежно від способу виробничого споживання, повністю і відразу переносить свою вартість на собівартість туристичних продуктів і послуг. Окремі елементи оборотного капіталу мають різне призначення і по-різному використовуються в туристичній діяльності. Оборотний капітал включає виробничі запаси, витрати майбутніх періодів, грошові кошти і дебіторську заборгованість.

Динаміку показників ефективності використання оборотних фондів підприємства представимо у табл. 4.5.

Таблиця 4.5.

Показники ефективності використання оборотних активів ресторану «Sakae Ramen Bar» у 2020-2021рр

Показники	2020 рік	2021 рік	Відхилення (+,-)	Темп зміни, %
Чистий дохід (виручка) від реалізації, тис. грн.	2744,4	3129,3	384,9	114,0
Одноденний оборот, тис. грн.	7,5	8,6	1,1	114,7
Середньорічна величина оборотних активів, тис. грн.	631,0	867,9	236,9	137,5
Коефіцієнт оборотності оборотних активів, рази	4,35	3,61	-0,74	82,9
Коефіцієнт завантаження	0,23	0,12	-0,11	52,2
Тривалість обороту, дні	82	99	17	120,7
Рентабельність оборотних фондів, %	15,9	42,9	27,0	зб. у 2 рази

Слід наголосити, що за досліджуваний період загальна вартість оборотних активів ресторану «Sakaе Ramen Bar» у 2021 р. порівняно з 2020 р. збільшилася на 236,9 тис.грн., або на 37,5%.

Коефіцієнт оборотності у 2021 р. порівняно з 2020 р. зменшився на 17,1 %. Коефіцієнт завантаження зменшився на 47,8%. Крім того, тривалість обороту зросла з 82 днів до 99 днів у 2021 р., порівняно з 2020р., або на 20,7%. Рентабельність оборотних коштів у звітному році збільшилась у 2 рази, через зростання чистого прибутку.

4.7.5. Ефективність використання трудових ресурсів

У ресторані «Sakaе Ramen Bar» у 2020-2021рр. працювало за штатним розписом 23 особи. Команда складається із директора, 2-х адміністраторів, шеф-кухаря, 2-х су-шефів, 2-х барменів, 3-х офіціантів, 6-и кухарів, 2-х господиньок, головного бухгалтера, бухгалтера, економіста, спеціаліста у відділі кадрів та постачальників.

З табл. 4.6. можна зробити висновок, що за досліджуваний період 2020-2021 роки була така динаміка проаналізованих показників: середньооблікова чисельність не змінилась і становила 23 особи. Оскільки за цей період зросла середня заробітна плата – від 7000 грн. до 8000 грн. в місяць, то відповідно і зріс фонд заробітної плати – від 1932 тис.грн. до 2208 тис.грн. Крім того, продуктивність праці збільшилася у 2021 р. на 14,1% і становила 136,1 тис.грн на одну особу в рік. Слід відзначити і високу рентабельність персоналу за досліджуваний період.

Таблиця 4.6.

**Показники ефективності використання трудових ресурсів
у ресторані «Sakaе Ramen Bar» протягом 2020-2021рр.**

Показники	2020 рік	2021 рік	Відхилення (+,-)	Темп зміни, %
Обсяг реалізованої продукції, робіт, послуг, тис. грн.	2744,4	3129,3	384,9	114,0
Прибуток тис. грн.	100,4	372,9	272,5	зб. у 3 рази
Середньооблікова чисельність працівників, осіб	23	23	0,0	100,0
Продуктивність праці, тис. грн.	119,3	136,1	16,8	114,1
Фонд оплати праці працівників, тис.	1932	2208	276	114,3
Середньомісячна заробітна плата працівника, грн.	7000	8000	1000	114,3
Затратомісткість	0,05	0,04	-0,01	80,0
Затратовіддача	21,7	23,7	2,0	109,2
Рентабельність персоналу, %	4,4	16,2	11,8	зб. у 3 рази

4.7.6. Структури операційних витрат

Ресторанне підприємство у процесі своєї діяльності використовує засоби і предмети праці та робочу силу. Кожний із названих чинників має свою ціну. Вартісний вираз спожитої живої та уречевленої праці становить для підприємства витрати ведення ресторанної діяльності.

Аналіз структури операційних витрат ресторану «Sakaе Ramen Bar» проведено у табл. 4.7. та проілюстровано на рис. 4.9.

Таблиця 4.7.

Показники структури операційних витрат у ресторані «Sakaе Ramen Bar» протягом 2020-2021рр.

Елементи операційних витрат	2020 рік		2021 рік		Відхилення (+,-)	Темп зміни, %
	тис. грн.	питома вага, %	тис. грн.	питома вага, %		
Операційні витрати під-ва, в т.ч.	321,4	100,0	376,7	100,0	55,3	117,2
- матеріальні витрати	7,2	2,2	5,0	1,3	-2,2	69,4
- витрати на оплату праці	217,7	67,7	256,3	68,0	38,6	117,7
- відрахування на соціальні заходи	20,8	6,5	26,8	7,1	6,0	128,8
- амортизація	19,2	6,0	15,7	4,2	-3,5	81,8
- інші операційні витрати	56,5	17,6	72,9	19,4	16,4	129,0

З табл. 4.7. видно, що у 2021 р. загальні операційні витрати ресторанного підприємства збільшилися на 55,3 тис.грн., або на 17,2%, порівняно з базовим роком. Найбільша частка у структурі витрат припадає на витрати на оплату праці – понад 60%. Дещо меншу частку займають інші операційні витрати – у 2020р. 17,6%, а в 2021р. – 19,4%).

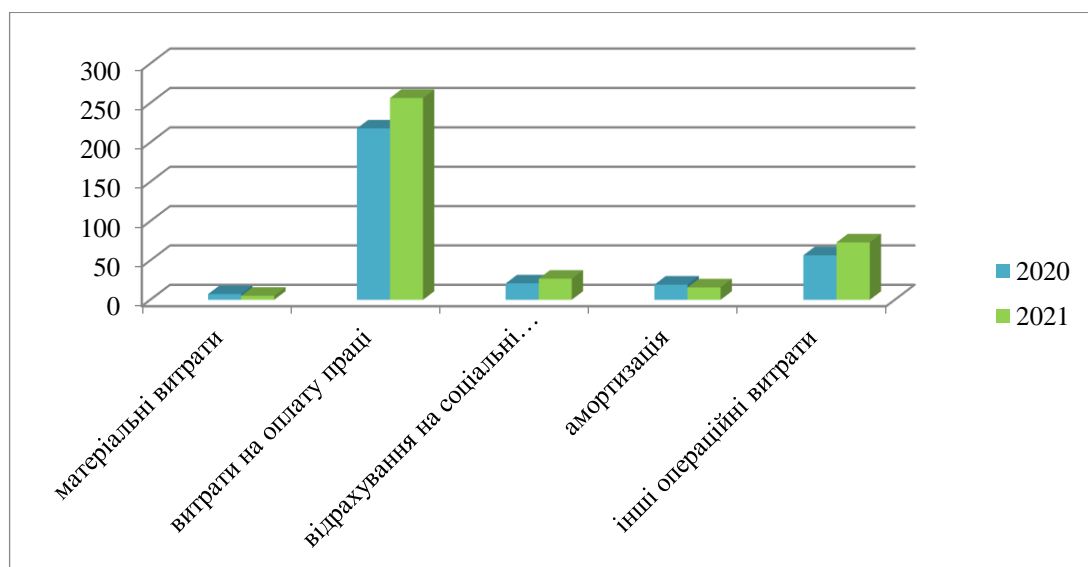


Рис. 4.9. Структура операційних витрат ресторану «Sakaе Ramen Bar» у 2020-2021рр.(створено автором)

4.7.7. Показники формування чистого прибутку

Дохід ресторанного підприємства формується переважно за рахунок оплати купленої продукції клієнтом, туристом. Динаміку формування доходу та прибутку ресторанного підприємства «Sakaе Ramen Bar» за 2020-2021рр. представлено у табл. 4.8.

Таблиця 4.8.

Фінансові результати діяльності ресторану «Sakaе Ramen Bar» у 2020-2021рр.

Показники	Роки		Зміни	
	2020	2021	+,-	%
Дохід (виручка від реалізації)	2744,4	3129,3	384,9	114,0
Непрямі податки та інші вирахування з доходу	457,4	521,6	64,2	114,0
Чистий дохід від реалізації	2287,0	2607,7	320,7	114,0
Інші операційні доходи	3,2	23,0	22,6	зб. у 7 разів
Інші звичайні доходи	0,4	0,3	-0,1	75,0
Разом чисті доходи	2290,6	2631,0	340,4	114,9
Разом витрати	2190,2	2258,1	67,9	103,1
Податок на прибуток	24,6	23,1	-1,5	93,9
Чистий прибуток (збиток)	100,4	372,9	272,5	зб. у 3 рази

Як видно з табл. 4.8., основним джерелом одержання доходів від ресторанної діяльності ресторану «Sakaе Ramen Bar» є виручка від реалізації продукції, послуг. Інші операційні доходи та інші звичайні доходи ресторанного підприємства відіграють допоміжну роль. У 2021 р. дохід від реалізації продукції збільшився на 14% або на 384,9 тис.грн, порівняно з 2020р. А чистий прибуток у 2021 р. збільшився на 272,5 тис. грн, або у 3 рази за аналізований період.

Роль доходу підприємства полягає в тому, що він використовується для покриття витрат, сплати податків і одержання прибутку. Тому основою стратегії розвитку ресторанного підприємства є оптимізація доходу від реалізації продукції, послуг.

4.7.8. Аналіз показників рентабельності

У табл. 4.9. проведено комплексний аналіз динаміки показників рентабельності, із врахуванням вище проведеного аналізу, який дає змогу об'єктивно оцінити результати фінансово-господарської діяльності ресторану «Sakae Ramen Bar».

Таблиця 4.9.

Показники рентабельності ресторану «Sakae Ramen Bar» у 2020-2021рр.

Показники	Одиниці виміру	Роки		Зміни	
		2020	2021	+,-	%
Середньооблікова чисельність працівників	осіб	23	23	0,0	100,0
Середньорічна вартість основних фондів	тис. грн	139,9	149,8	9,9	107,1
Середньорічна вартість оборотних фондів	тис.грн	631,0	867,9	236,9	137,5
Дохід (виручка від реалізації)	тис. грн	2744,4	3129,3	384,9	114,0
Витрати підприємства	тис. грн.	321,4	376,7	55,3	117,2
Чистий прибуток (збиток)	тис.грн	100,4	372,9	272,5	зб. у 3 р.
Власний капітал	тис.грн	133,9	506,8	372,9	зб. у 3 р.
Рентабельність обороту	%	3,7	11,9	8,2	зб. у 3 р.
Рентабельність витрат	%	31,2	98,9	67,7	зб. у 3 р.
Рентабельність основних фондів	%	71,8	248,9	177,1	зб. у 3 р.
Рентабельність оборотних фондів	%	15,9	42,9	27,0	зб. у 2 р.
Рентабельність персоналу	%	4,4	16,2	11,8	зб. у 3 р.
Рентабельність власного капіталу	%	74,9	73,6	-1,3	98,3

З табл. 4.9. бачимо, що ресторан «Sakae Ramen Bar» працює рентабельно. Хоча в 2020 р. показники рентабельності ресторанного підприємства були нищими через пандемію Covid-19. Однак, підприємство «Sakae Ramen Bar» не збиткове і за досліджуваний період мало позитивні фінансові результати (прибуток). Так, чистий прибуток у 2020 р. становив 100,4 тис.грн, а у 2021р. – 372,9 тис грн., що у 3 рази більше.

Отже, рентабельне ведення господарсько-фінансової діяльності та отримання прибутку виступають важливим стимулом розвитку ресторанного підприємства.

4.7.9. Комплексне узагальнення результатів фінансово-господарської діяльності підприємства

Загалом можна охарактеризувати тип розвитку економіки підприємства «Sakaе Ramen Bar», як інтенсивний. Ключова відмінність інтенсивного типу розвитку полягає в тому, що він передбачає якісні зміни в рівні розвитку продуктивних сил та факторів виробництва, відновлення основних фондів, підвищення кваліфікації персоналу та ефективності господарської діяльності за рахунок поліпшення її організації. Цей тип розвитку передбачає використання передових науково-технічних досягнень для підвищення продуктивності та результативності соціально-економічної системи.

До інтенсивних факторів можна віднести: запровадження нової техніки, технологій шляхом оновлення основних фондів; підвищення кваліфікації робітників; поліпшення використання основних та обігових коштів; підвищення ефективності господарської діяльності за рахунок її кращої організації.

Продуктивність праці збільшилася у 2021 р. на 14,1%, порівняно з 2020р. і становила 136,1 тис.грн на одну особу в рік. У 2021 р. фондівіддача збільшилась на 6,6%, порівняно з 2020 р., і фондоозброєність теж збільшилася на 6,6%. Фондомісткість відповідно зменшилась за досліджуваний період. Значно зросла рентабельність основних фондів у 2021р., що пов'язано зі зростанням прибутку у 3 рази, порівняно з 2020р. У 2021 р. дохід від реалізації продукції збільшився на 14% або на 384,9 тис.грн, порівняно з 2020р. А чистий прибуток у 2021 р. збільшився на 272,5 тис. грн, або у 3 рази за аналізований період.

Ресторан «Sakaе Ramen Bar» працює рентабельно. Хоча в 2020 р. показники рентабельності ресторанного підприємства були нищими через пандемію Covid-19. Однак, підприємство «Sakaе Ramen Bar» не збиткове і за досліджуваний період мало позитивні фінансові результати (прибуток).

ВИСНОВКИ

Таким чином були зроблені наступні висновки, що халяль (в перекладі з арабської означає «законний» або «допустимий») вже не є лише релігійним зобов'язанням чи дотриманням мусульманами законів Шаріату, він став потужною ринковою силою, що стає дедалі більше загальнолюдським явищем як для віруючих мусульман, так і для немусульман. Цей термін використовується для позначення їжі, яка вважається дозволеною відповідно до ісламського законодавства. Це протилежність хараму. У деяких випадках ці терміни використовуються ресторанами, щоб вказати, що їжа придатна для споживання мусульманами.

Іслам - це не тільки релігія, це спосіб життя з протоколами, правилами та манерами, які регулюють усі аспекти життя. Оскільки їжа є важливою частиною повсякденного життя, закони про харчування мають особливе значення. В ісламі їжа вважається предметом поклоніння Богу, як-от молитва, піст, роздача милостині та інші релігійні заходи.

На сьогодні «халяльна» продукти та послуги користуються популярністю не лише серед віруючих мусульман. Для багатьох людей халяльна їжа викликає інтерес, як наприклад, національна кухня різних країн світу.

Сучасна ситуація на ринку ресторанних послуг характеризується зростаючим попитом на якісні послуги і вимушеним пошуком їх задоволення за кордоном. Такий стан речей породжує необхідність розробки та доведення до власників ресторанів переліку заходів, спрямованих на підвищення якості ресторанних послуг.

Сфера послуг визнає зростаючу зацікавленість в халяль-туризмі як з точки зору розвитку глобального та регіональних ринків товарів Халяль, так і з маркетингового дослідження впливу цих ринків на розвиток міжнародного та внутрішнього халяль-туризму.

По-перше, на початковому етапі вдалося повністю розкрити базові твердження, терміни, пов'язані з поняттям «халяль». На основі отриманого

матеріалу були визначені особливості даної термінології. Для повного розкриття поставленої мети, було розглянуто важливе питання про застосування та раціональне використання продукції халяль — від їх створення до можливих перспектив. Також було порушено питання про загальні методи, які застосовувалися в даній роботі. У Розділі 1 розглянуто основні положення халяль-індустрії, порівняльна характеристика кошерної та халяльної кухонь. Також у цьому розділі ми дослідили що вважається халяль, а що харам. Показали дане порівняння у вигляді таблиці для кращої наочності.

По-друге, халяль-індустрія являє собою швидко зростаючий сектор туристичного ринку, і в зв'язку зі збільшенням чисельності туристів-мусульман, які обирають напрямки з відповідними зручностями, все більше ресторанних та готельних мереж починають пропонувати послуги в цьому секторі ринку, а виробники продукції Халяль- різноманітні споживчі товари. Тому, у Розділі 2 визначено за яких умов та коли почав розвиватися халяльний туризм, а також заклади, які на цьому спеціалізуються. У роботі було виявлено, що зростанню галузі халяль-туризму сприяють багато чинників: зростання чисельності мусульманського населення і середнього класу зі значним готівковим доходом, а також відкриття нових туристичних напрямів, що мають потенціал в цій сфері. Також було визначено основні скупчення розвитку халяльної індустрії у світі, наведено деякі статистичні дані. На основі цього було досліджено найкращі заклади ресторанного бізнесу, що спеціалізуються головним чином на халяль-продукції та у висновку готують страви для споживачів даної категорії.

По-третє, в останні роки, завдяки збільшенню числа заможних мусульман, халяльна промисловість розширила можливості для повноцінного життя подорожуючих мусульман, включаючи халяльні туристичні, ресторанні та готельні послуги, а також моду. Відкриття кордону для гостей з Саудівської Аравії в Україні, спричинили масовий наплив туристів із країн, де сповідується іслам. Україна не була готова до таких масштабів туристів, тому стикнулася із рядом проблем, які у майбутньому планується вирішити. Тому, у 3 Розділі

дипломної роботи розглядалося багато питань. Спочатку можна виділити те, коли і за яких умов на території України почав розвиватися іслам та часи його процвітання. В той період і зародилася халяльна кухня, яка існує в Україні сьогодні. На превеликий жаль, халяльна індустрія в Україні є не настільки розвиненою та поширеною як в інших країнах світу. Проте, ця галузь розвивається, відкриваються нові заклади розміщення та харчування, проводяться тематичні екскурсії для туристів-мусульман, встановлюються спеціальні стандарти та норми для комфортного проживання та перебування віруючих людей в країні. На основі досліджень, які були проведені в ході розбору дипломної роботи було визначено, що українці є ознайомлені із даною тематикою та принаймні хоч один раз в житті стикалися із халяльною кухнею. Також можна визначити, що було виявлено найкращі заклади ресторанного бізнесу в найбільших містах України, які в своєму меню мають халяльні страви або взагалі спеціалізуються на приготуванні халяльної продукції. Також у 3 Розділі було розглянуто питання Халяль сертифікації. У висновку можна сказати, що на сьогоднішній день багато компаній та організацій хочуть отримати такий сертифікат, який надасть їм право експортувати свою продукцію в країни, де надається цьому велика увага.

По-четверте, було розглянуто більш детально заклад зі стравами халяльної кухні «Sakae Ramen Bar». У 4 Розділі ми порушили питання продуктивності та рентабельності ресторану. Також було проведено SWOT-аналіз, на основі якого було розглянуто сильні і слабкі сторони закладу, а також можливості та загрози, які могли б вписнути на розвиток даного підприємства. Було визначено, що при розробці нових страв потрібно чітко планувати випуск на ринок нових продуктів і створювати систематичний процес їхньої розробки. Для того, щоб розвиток ідей про нові продукти був неперервний, компанія повинна використовувати різноманітні джерела нових ідей.

Для розширення маркетингово-рекламних та менеджерських можливостей ресторан «Sakae Ramen Bar» популяризує послуги в Інтернеті

шляхом створення фірмового вебсайту, розміщення його у пошукових, комерційно-ділових, інформаційних системах.

Сьогодні лише конкуренція змушує менеджмент у ресторанному господарстві рухатись в правильному напрямку, поступово підвищується й професіоналізм рестораторів, відбувається поетапне зростання рівня сервісу.

Очевидно, що використання сучасних технологій дозволяє підвищити обсяги продажів, прихильність гостей і ефективність роботи персоналу. Завдяки автоматизації основних процесів, ресторан перетворюється в кероване підприємство, здатне гнучко реагувати на зміни в ринковій ситуації, що виправдовує необхідні інвестиції у технології, котрі повністю окупаються.

Отже, халяльна кухня, на основі поданої інформації в дипломній роботі, набуває популярності серед жителів не лише України, а й світу. Таким чином, це робить споживання халяль одним із найшвидше зростаючих сегментів споживачів у світі. Світовий ринок халяль більше не обмежується продуктами харчування. Зараз галузь халяль вийшла за межі харчової промисловості й включає фармацевтику, косметику, товари для здоров'я, туалетні приналежності та медичне обладнання, а також частини сфери послуг, такі як логістика, маркетинг, медіа-електроніка, брендинг і фінансування.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Beirut hall – це заклад ліванської кухні, що знаходиться у серці Львова. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.beirut-hall.com.ua/>.
2. Hughes R. the Global Halal Industry: An Overview [Електронний ресурс] / Rob Hughes – Режим доступу до ресурсу: https://www.gifr.net/gifr2013/ch_13.PDF.
3. Modarres M. The 10 Best Halal Restaurants In America [Електронний ресурс] / Mohammad Modarres. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.thrillist.com/eat/nation/best-halal-restaurants-in-america>.
4. The Top 20 Halal Restaurants In The World [Електронний ресурс]. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <https://influencedigest.com/lifestyle/the-top-20-halal-restaurants-in-the-world/>.
5. TOP 20 HALAL RESTAURANTS AROUND THE GLOBE [Електронний ресурс]. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <https://zaahara.com/blogs/writers-corner/top-20-halal-restaurants-in-the-world>.
6. Азійська кухня та крафтове пиво – нові заклади, що відкрилися у Львові [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://vagomo.com/azijska-kuhnya-ta-kraftove-pivo-novi-zaklady-shho-vidkrylysia-u-lvovi.html>.
7. Аналіз послуг, які надаються в ресторані [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: https://vuzlit.com/296629/analiz_poslug_nadayutsya_restorani.
8. Антоненко В. С. СУЧАСНІ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ НА РИНКАХ ХАЛЯЛЬНИХ ТОВАРІВ І ПОСЛУГ ЯК ЧИННИК РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ХАЛЯЛЬ-ТУРИЗМУ [Електронний ресурс] / В. С. Антоненко, Х. В. Плещан // "Ефективна економіка". – 2019. – Режим доступу до ресурсу: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/5_2019/12.pdf.

9. Брильов Д. В. ІСТОРИЯ ІСЛАМУ В УКРАЇНІ КІНЦЯ ХІХ – ПОЧАТКУ ХХІ СТОЛІТЬ [Електронний ресурс] / Денис Валерійович Брильов // Київ. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: https://npu.edu.ua/images/file/vidil_aspirant/dicer/D_26.053.21/Brylov_dis.pdf.

10. Давидова О. Я. ІНФОРМАЦІЙНО-КОМП'ЮТЕРНІ ІННОВАЦІЇ В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ [Електронний ресурс] / О. Я. Давидова, Н. В. Полстяна. – 2012. – Режим доступу до ресурсу: <http://eprints.kname.edu.ua/29517/1/403-408%20%D0%94%D0%B0%D0%B2%D0%B8%D0%B4%D0%BE%D0%B2%D0%B0%20%D0%9E%D0%AE.pdf>.

11. Дослідження ринку туристичних послуг: методичні засади. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://osvita.ua/vnz/reports/tourism/36461/>.

12. Заклад ресторанного господарства [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://ips.ligazakon.net/document/TM030862>.

13. Іслам в Україні [Електронний ресурс]. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%86%D1%81%D0%BB%D0%B0%D0%BC_%D0%B2_%D0%A3%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%BD%D1%96.

14. Історія релігії в Україні: Навчальний посібник» / А.М. Колодний, П.Л. Яроцький, Б.О. Лобовик та ін.; За ред. А.М. Колодного, П.Л. Яроцького. — К.: Т-во “Знання”, КОО, 1999

15. Історія розвитку халяль-індустрії [Електронний ресурс]. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <https://ukrhalal.org/ua/istoriya-rozvitku-industriyi-halyal-v-ukrayini-rozvitok-halyal-sertifikatsiyi-v-ukrayini/>.

16. ІСТОРИЯ ХАЛЯЛЬ-СЕРТИФІКАЦІЇ В УКРАЇНІ [Електронний ресурс]. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <https://islam.in.ua/ua/analiz/istoriya-halyal-sertyfikatsiyi-v-ukrayini>.

17. Кафе Ali Baba (Алі Баба) [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://tomato.ua/ua/odessa/restaurants/ali-baba>.

18. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). – К.: Альтерпрес, 2002. – 436 с.
19. Мальська М. П. Міжнародний туризм і сфера послуг: навчальний посібник / М. П. Мальська, Н. В. Антонюк, Ганич Н.М.. – Київ: Знання, 2008. – 661 с.
20. Мальська М. П. РЕСТОРАННА СПРАВА: ТЕХНОЛОГІЯ ТА ОРГАНІЗАЦІЯ ОБСЛУГОВУВАННЯ ТУРИСТІВ (ТЕОРІЯ ТА ПРАКТИКА / М. П. Мальська, О. М. Гаталяк, Н. М. Ганич. – Київ: Центр учбової літератури, 2013. – 304 с.
21. Машанова М. Міжнародний стандарт «Халяль» [Електронний ресурс] / М. Машанова. – 2015. – Режим доступу до ресурсу: http://4ua.co.ua/cookery/tb2ad69a5c53b88521206d36_0.html.
22. Методика туристично-рекреаційних досліджень: конспект лекцій для студентів 3 курсу спеціальності 014 Середня освіта (Географія) та 015 Професійна освіта (Туристичне обслуговування) / Уклад. О.О. Якута. – Рівне: РДГУ, 2017. – 56 с.
23. МІЖНАРОДНА ОРГАНІЗАЦІЯ ПО СЕРТИФІКАЦІЇ ПРОДУКТІВ ХАРЧУВАННЯ ЗА СТАНДАРТОМ “ХАЛЯЛЬ” В УКРАЇНІ [Електронний ресурс]. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.halalglobal.in.ua/ua/>.
24. Найкращий ресторан з халяльною їжею у Львові [Електронний ресурс]. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <https://swiss-hotel.lviv.ua/uk/news/najkrashij-restoran-z-halyalnoyu-yizheyu-u-lvovi/>.
25. Нечаюк Л. І. Аналіз внутрішнього середовища підприємств готельно-ресторанного бізнесу / Л. І. Нечаюк, Н. О. Телеш. – Київ: Центр навчальної літератури, 2003. – 348 с. – (навчальний посібник).
26. Особливості приготування холодних закусок японської кухні. Источник: <https://cesaarean.ru/uk/breastfeeding/osobennosti-prigotovleniya-holodnyh-zakusok-yaponskoi-kuhni/> [Електронний ресурс]. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://cesaarean.ru/uk/breastfeeding/osobennosti-prigotovleniya-holodnyh-zakusok-yaponskoi-kuhni/>.

27. Рекреаційні ресурси та специфіка їх господарського використання [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://buklib.net/books/24141/>.

28. Ресторан - це Визначення та походження поняття. Вимоги до ресторанів [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://poradu.pp.ua/recepti/36394-restoran-ce-viznachennya-ta-pohodzhennya-ponyattya-vimogi-do-restoranv.html>.

29. Ресторан Sakaе Ramen Bar із традиційним раменом у львівському Futura Hub [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.the-village.com.ua/village/food/food-news/327717-yaponskiy-restoran-iz-traditsiyim-ramenom-u-lvivskomu-futura-hub>.

30. Ресторан байт Альманді [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://tomato.ua/ua/odessa/restaurants/baytalmandi>.

31. Різниця між кошерністю та халяллю [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://uk.strephonsays.com/kosher-and-vs-halal-14535>.

32. Ротчук І. Історія харчування [Електронний ресурс] / І. Ротчук. – 2013. – Режим доступу до ресурсу: <https://harchi.info/articles/istoriya-harchuvannya>.

33. У Львові гостям із Саудівської Аравії не вистачає халяльного м'яса [Електронний ресурс]. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <https://lviv1256.com/lists/u-lvovi-hostiam-iz-sauidivskoi-aravii-ne-vystachaie-khaliialnoho-miasa/>.

34. Українська асоціація халяль індустрії Ukrainian Association of Halal Industry UKRHALAL [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://ukrhalal.org/ua/halyal-i-kosher-u-chomu-roznitsya-i-chi-ye-vona/>.

35. Фастовець О. О. Халяльний туризм як напрям розвитку в'їзного та регіонального туризму в Україні [Електронний ресурс] / Оксана Олексіївна Фастовець – Режим доступу до ресурсу: http://repository.knuba.edu.ua/bitstream/handle/987654321/7873/ilovepdf_com-196-200.pdf?sequence=1&isAllowed=y.

36. Халяль - що це і значення слова, особливості промислового виробництва м'яса і продуктів харчування [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://uk.smiley-site.com/92556-halal-means-that-this-is-the-meaning-of-the-word-features-of-the-industrial-production-of-meat-and-food>.

37. Халяль (Халал, Halal) – що це таке та чим особливі халяльні продукти. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://termin.in.ua/khalial-khalal-halal/>.

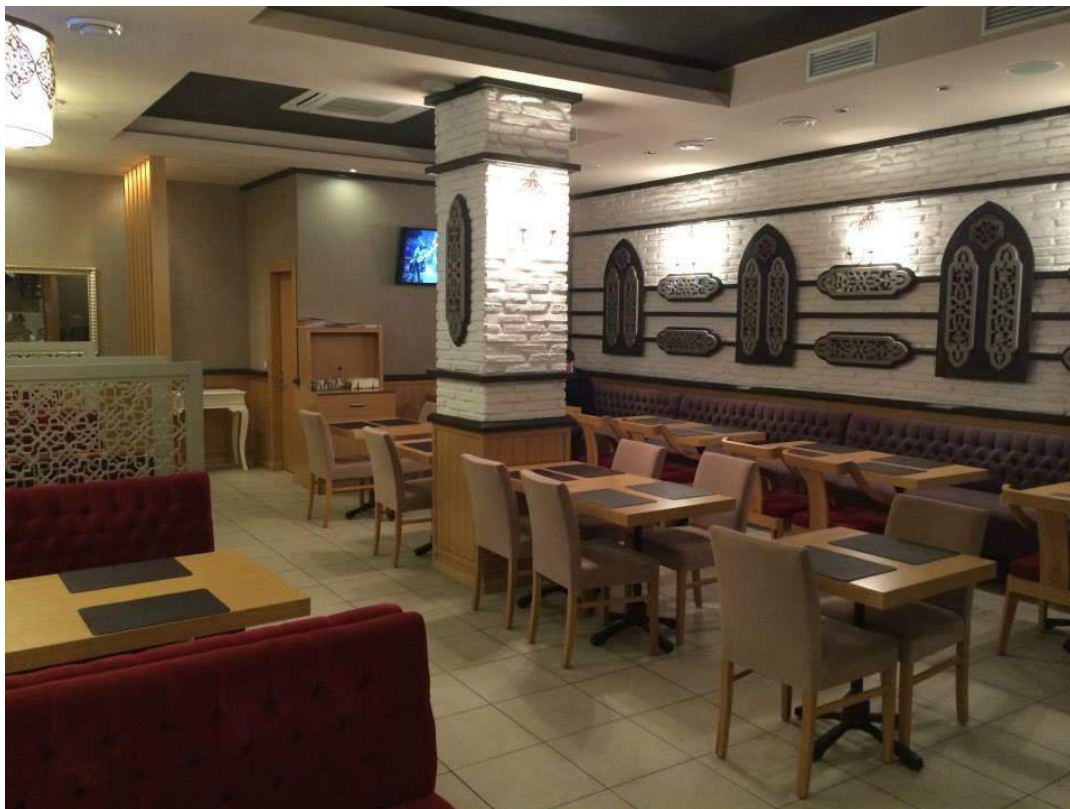
38. Чим кошерне і халяльне м'ясо відрізняється від звичайного [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://harchi.info/blogs/san-ayt-j/chym-kosherne-i-halyalne-myaso-vidriznyayetsya-vid-zvychnogo>.

39. Що таке лоукостери або лоукости? [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://kvk.net.ua/shho-take-loukostery-abo-loukosty/>.

40. Як Україна стала Меккою для туристів з Мекки та Медини [Електронний ресурс]. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <https://biz.nv.ua/ukr/experts/zvidki-v-kiyevi-tak-bagato-turistiv-z-sauidivskoji-araviji-novini-ukrajini-50166583.html>.

ДОДАТКИ

Додаток А

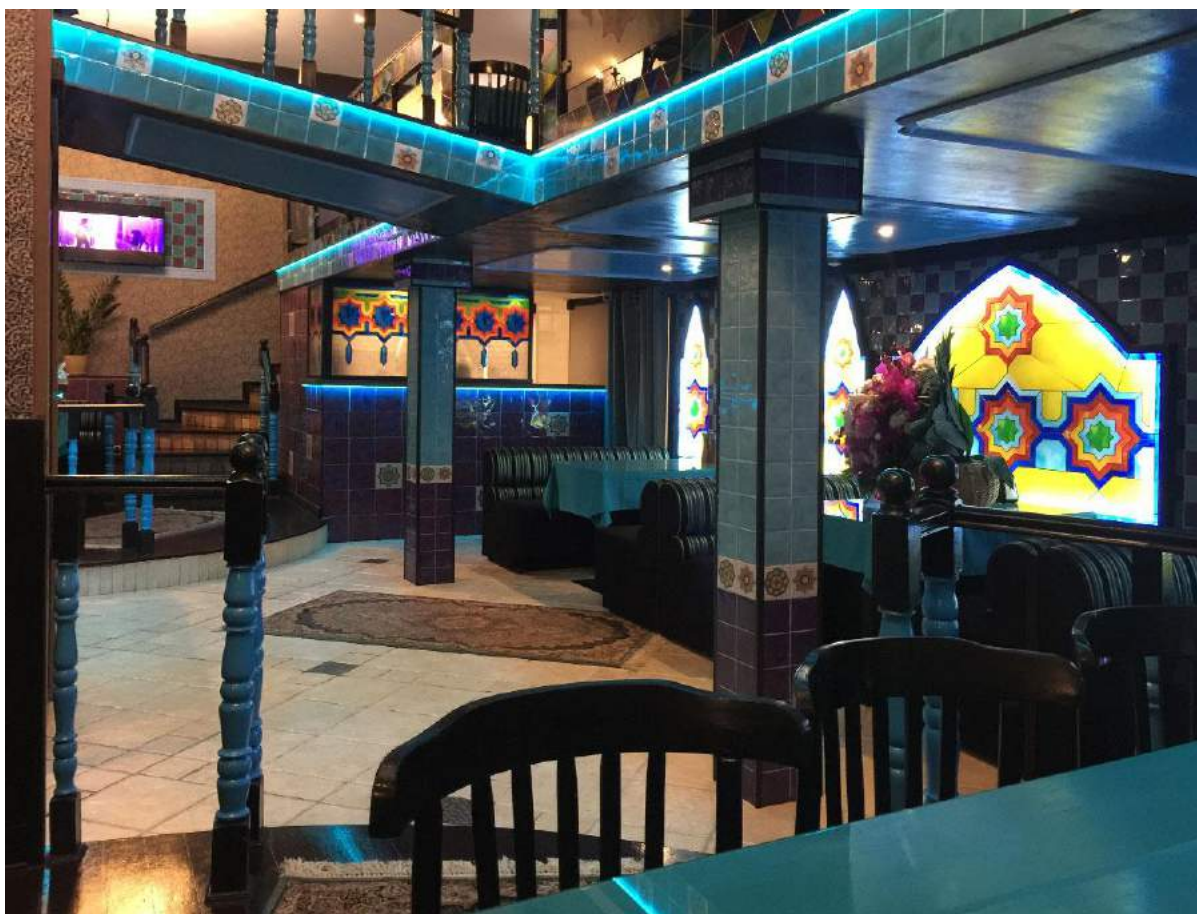


Джерело: <https://tomato.ua/kiev/restaurants/dash>

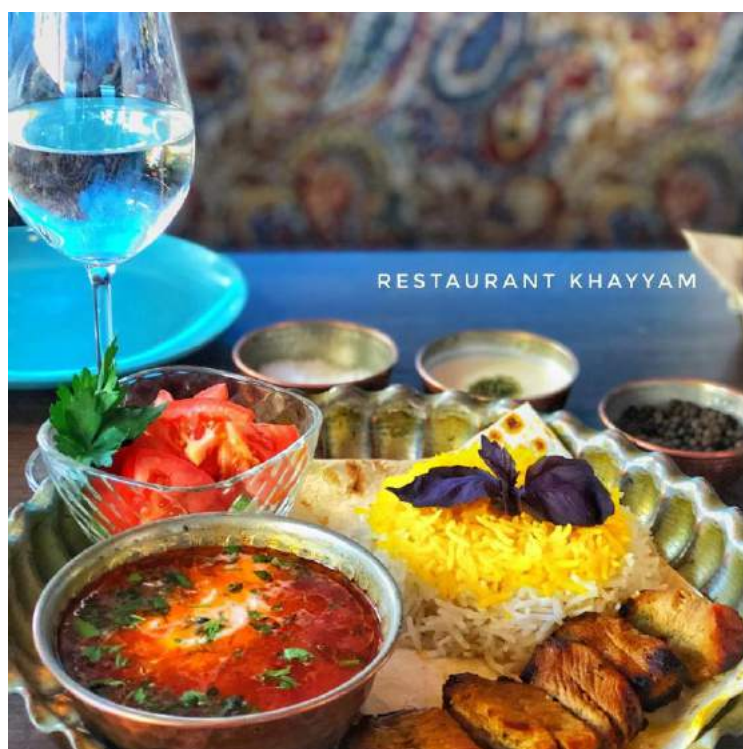
Додаток Б



Джерело: <https://lasoon.net/kyiv/restoran/dash-kafe>

Додаток В

Джерело: <https://khayyam.com.ua/>

Додаток Г

Джерело: <https://www.facebook.com/restaurantkhayyam/>

Додаток Г



Джерело: <https://www.musafir.com.ua/>

Додаток Д



Джерело: <https://lasoon.net/ukr/kyiv/restoran/musafir>

Додаток Е



Джерело: <http://salieri.com.ua/>

Додаток Є



Джерело: https://www.tripadvisor.ru/Restaurant_Review-g295368-d14761177-Reviews-AliBaba-Odessa_Odessa_Oblast.html

Додаток Ж



Джерело: https://www.tripadvisor.ru/Restaurant_Review-g295368-d13116971-Reviews-Ali_Baba-Odessa_Odessa_Oblast.html

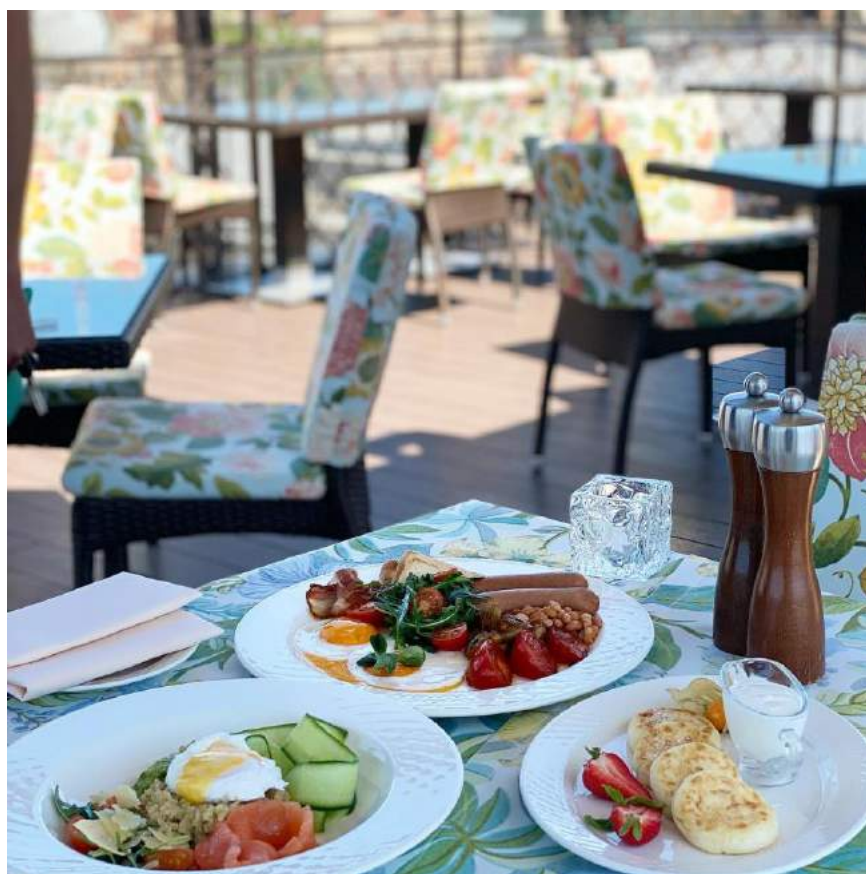
Додаток З



Джерело: <https://www.facebook.com/baitalmandi/>

Додаток И

Джерело: <https://www.facebook.com/ValentinoLviv/photos>

Додаток І

Джерело: <https://www.facebook.com/ValentinoLviv/photos>

Додаток Й



Джерело: <https://www.facebook.com/Food-Good-213312185837327/photos>

Додаток К



Джерело: <https://www.facebook.com/Food-Good-213312185837327/photos>

Додаток Л

Джерело: <https://victoriagardens.com.ua/catalog/beirut-hall>

Додаток М

Джерело: https://www.tripadvisor.ru/ShowUserReviews-g295377-d8763667-r701286850-Beirut_Hall-Lviv_Lviv_Oblast.html

Додаток Н



Джерело: Фото з власного архіву

Додаток О



Джерело: Фото з власного архіву

Додаток П



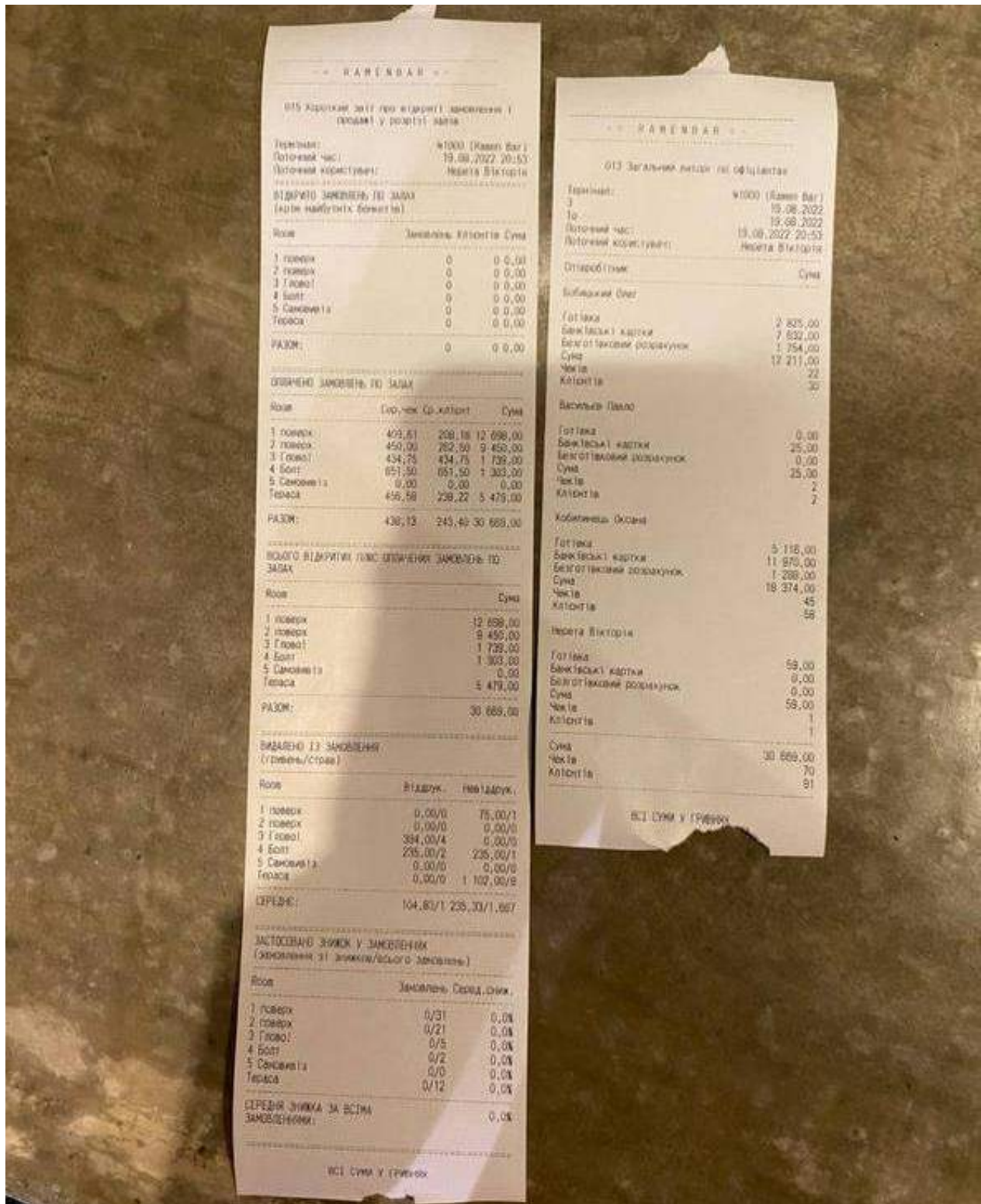
Джерело: Фото з власного архіву

Додаток Р



Джерело: Фото з власного архіву

Додаток С



Джерело: взято з документації закладу «Сакає Рамен Бар»