

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ПРИВАТНИЙ ЗАКЛАД
«ДНІПРОВСЬКИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ»
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ
Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу**

На правах рукопису

САЛЕНКО ЄВГЕН ОЛЕКСАНДРОВИЧ

**НАПРЯМКИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ
СЕРВІСУ РЕСТОРАНІВ**

Спеціальність: 241 Готельно-ресторанна справа
(код) (назва спеціальності)

Освітня програма Готельно-ресторанна справа
(назва)

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавр

Науковий керівник:
ЛИСЕНКО Олена Вікторівна,
кандидат економічних наук, доцент

РЕКОМЕНДОВАНО ДО ЗАХИСТУ

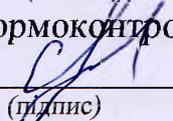
Протокол засідання кафедри

№ 8 від 02.06.2025 р.

т. в. о. завідувача кафедри ТГРБ

 Дмитро ЛІСНИЙ
(підпис) (Ім'я, ПРІЗВИЩЕ)

Нормоконтроль

 Наталія СЕРГІЄНКО
(підпис) (Ім'я, ПРІЗВИЩЕ)

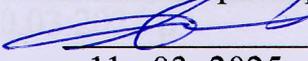
Дніпро, 2025

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ПРИВАТНИЙ ЗАКЛАД
«ДНІПРОВСЬКИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ»
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ**

Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу
Освітній ступінь бакалавр
Спеціальність 241 Готельно-ресторанна справа
Освітня програма «Готельно-ресторанна справа»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри туристичного та
готельно-ресторанного бізнесу


Дмитро ЛІСНИЙ

«11» 03 2025 року

**ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ
САЛЕНКА ЄВГЕНА ОЛЕКСАНДРОВИЧА**

1. Тема роботи: **«Напрямки вдосконалення організації сервісу ресторанів».**

2. Науковий керівник роботи: Лисенко Олена Вікторівна, кандидат економічних наук, доцент кафедри туристичного і готельно-ресторанного бізнесу.

Затверджені наказом вищого навчального закладу №8 від «02» 06 2025 р.

3. Термін подання роботи на кафедру: 09.06.2025 р.

4. Мета кваліфікаційної роботи: аналіз сучасного стану та пошук шляхів удосконалення культури та якості обслуговування у готельно-ресторанних підприємствах.

5. Завдання кваліфікаційної роботи:

- проаналізувати літературні джерела та дослідження в науковій літературі за темою напрямки вдосконалення організації сервісу ресторанів;

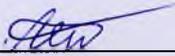
- дослідити процес формування культури та якості обслуговування у готельно-ресторанних підприємствах світу та України;

- здійснити аналіз якості та культури обслуговування в ресторані «GARDEN» міста Перещепине;

- визначити шляхи вдосконалення якості та культури обслуговування на підприємстві ресторанного господарства «GARDEN» м. Перещепине.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН ВИКОНАННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Термін виконання етапів роботи	Примітка
1.	Вступ	30.03.2025 р.	виконано
2.	I Розділ	15.04.2025 р.	виконано
3.	II Розділ	02.05.2025 р.	виконано
4.	III Розділ	27.05.2025 р.	виконано
5.	Робота в цілому	03.06.2025 р.	виконано

Науковий керівник  Олена ЛИСЕНКО

Здобувач вищої освіти  Євген САЛЕНКО

Дата видачі завдання 11.03.2025 р.

АНОТАЦІЯ

Саленко Є. О. Напрямки удосконалення організації сервісу ресторанів / Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня «бакалавр» за спеціальністю 241 Готельно-ресторанна справа (освітньо-професійна програма «Готельно-ресторанна справа»), ВНПЗ «ДГУ», Дніпро, 2025.

Ресторанна індустрія сьогодні розвивається стрімкими темпами. Для збереження позицій на ринку та стабільності бізнесу необхідно постійно шукати нові шляхи покращення фінансово-економічного стану. Успіх підприємств ресторанного господарства залежить від вдосконалення процесів обслуговування, що сприяє утриманню клієнтів та збільшенню прибутків. Висока якість послуг та обслуговування є ключовими чинниками ефективної роботи закладу, адже саме вони допомагають зберегти лояльність споживачів.

У розділі 1 кваліфікаційної роботи проведено аналіз теоретичних аспектів процесів надання послуг у готельно-ресторанній сфері, досліджено особливості ресторанного господарства та розкрито специфіку його технологій.

Розділ 2 присвячений вивченню сервісного обслуговування ресторанів як в Україні, так і у світі. У межах дослідження проведено аналітичну оцінку якості обслуговування в ресторані «GARDEN» м. Перещепине.

У розділі 3 розглянуто шляхи вдосконалення ресторанного сервісу в Україні та світі, акцентовано увагу на впровадженні інноваційних технологій і нестандартних підходів. Запропоновано ефективні методи підвищення якості та рівня обслуговування у ресторані «GARDEN» м. Перещепине.

Наукова новизна отриманих результатів полягає у всебічному аналізі чинників, що впливають на розвиток та впровадження ресторанного сервісу (на прикладі ресторану «GARDEN» м. Перещепине).

Ключові слова: ресторан, якість послуг, культура обслуговування, дослідження, сталий розвиток, світові інновації розвитку ресторанів.

Список публікацій здобувача:

1. Лисенко О. В., Саленко Є. О. Розвиток готельної індустрії Хорватії та Чорногорії. Освітні і культурно-мистецькі практики в контексті інтеграції України у міжнародний науково-інноваційний простір в умовах воєнного часу: матеріали V міжнародної науково-практичної конференції студентів та молодих вчених (м. Запоріжжя 18-19 квітня 2023 р.). Запоріжжя: ДНУ «Інститут модернізації змісту освіти», 2024. С. 923-924.
2. Сазонець І. Л., Саленко Є. О. Основні види та напрями внутрішнього туризму в Україні в умовах воєнного стану. Теоретико-прикладні проблеми розвитку індустрії туризму та гостинності у конкурентному середовищі: матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції (29 листопада 2023 року, ВНПЗ «Дніпровський гуманітарний університет»). Дніпро: ВНПЗ «Дніпровський гуманітарний університет», 2023. 113 с.
3. Сазонець І. Л., Саленко Є. О. Відновлення сфери гостинності в Україні у післявоєнний час. Актуальні проблеми розвитку індустрії туризму та гостинності у конкурентному середовищі: матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції (19 грудня 2024 року, ВНПЗ «Дніпровський гуманітарний університет»). Дніпро: ВНПЗ «Дніпровський гуманітарний університет», 2024. 118 с.

ABSTRACT

Salenko Yevhen Oleksandrovykh. Directions for improving the organisation of restaurant service / Qualification work for the bachelor's degree in speciality 241 Hotel and restaurant business (educational and professional programme «Hotel and restaurant business»), VNPZ DSU, Dnipro, 2025.

The restaurant industry is developing rapidly today. In order to maintain market positions and business stability, it is necessary to constantly look for new ways to improve the financial and economic situation. The success of restaurant businesses depends on the improvement of service processes, which helps to retain customers and increase profits. High quality services and maintenance are key factors in the effective operation of an establishment, *as they help to maintain customer loyalty.*

Chapter 1 of the qualification work analyses the theoretical aspects of the processes of providing services in the hotel and restaurant industry, examines the peculiarities of the restaurant industry and reveals the specifics of its technologies.

Chapter 2 is devoted to the study of restaurant service both in Ukraine and in the world. The study conducted an analytical assessment of the quality of service in the restaurant «GARDEN» in Pereshchepyne.

Section 3 discusses ways to improve restaurant services in Ukraine and the world, focusing on the introduction of innovative technologies and non-standard approaches. Effective methods of improving the quality and level of service in the restaurant «GARDEN» in Pereshchepyne are proposed.

The scientific novelty of the obtained results lies in a comprehensive analysis of the factors influencing the development and implementation of restaurant service (on the example of the restaurant «GARDEN» in Pereshchepyne).

Keywords: *restaurant, quality of services, service culture, research, sustainable development, global innovations in restaurant development.*

List of publications of the applicant:

1. Лисенко О. В., Саленко Є. О. Розвиток готельної індустрії Хорватії та Чорногорії. Освітні і культурно-мистецькі практики в контексті інтеграції України у міжнародний науково-інноваційний простір в умовах воєнного часу: матеріали V міжнародної науково-практичної конференції студентів та молодих вчених (м. Запоріжжя 18-19 квітня 2023 р.). Запоріжжя: ДНУ «Інститут модернізації змісту освіти», 2024. С. 923-924.

2. Сазонець І. Л., Саленко Є. О. Відновлення сфери гостинності в Україні у післявоєнний час. Актуальні проблеми розвитку індустрії туризму та гостинності у конкурентному середовищі: матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції (19 грудня 2024 року, ВНПЗ «Дніпровський гуманітарний університет»). Дніпро: ВНПЗ «Дніпровський гуманітарний університет», 2024. 118 с.

3. Сазонець І. Л., Саленко Є. О. Основні види та напрями внутрішнього туризму в Україні в умовах воєнного стану. Теоретико-прикладні проблеми розвитку індустрії туризму та гостинності у конкурентному середовищі: матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції (29 листопада 2023 року, ВНПЗ «Дніпровський гуманітарний університет»). Дніпро: ВНПЗ «Дніпровський гуманітарний університет», 2023. 113 с.



Звіт подібності

метадані

Назва організації
Dnipropetrovsk University of Humanities
Заголовок
Саленко ДР
Автор Науковий керівник / Експерт
СаленкоЛисенко О.В.
підрозділ
Dnipropetrovsk University of Humanities

Обсяг знайдених подібностей

Коефіцієнт подібності визначає, який відсоток тексту по відношенню до загального обсягу тексту було знайдено в різних джерелах. Зверніть увагу, що високі значення коефіцієнта не автоматично означають плагіат. Звіт має аналізувати компетентна / уповноважена особа.



25

Доля найдовших фраз для коефіцієнта подібності %



15366

Кількість слів

121717

Кількість символів

Тривога

У цьому розділі ви знайдете інформацію щодо текстових спотворень. Ці спотворення в тексті можуть говорити про МОЖЛИВІ маніпуляції в тексті. Спотворення в тексті можуть мати навмисний характер, але частіше характер технічних помилок при конвертації документа та його збереженні, тому ми рекомендуємо вам підходити до аналізу цього модуля відповідально. У разі виникнення запитань, просимо звертатися до нашої служби підтримки.

Заміна букв		1
Інтервали		0
Мікропробіли		16
Білі знаки		0

Подібності за списком джерел

Нижче наведений список джерел. В цьому списку є джерела із різних баз даних. Колір тексту означає в якому джерелі він був знайдений. Ці джерела і значення Коефіцієнту Подібності не відображають прямого плагіату. Необхідно відкрити кожне джерело і проаналізувати зміст і правильність оформлення джерела.

10 найдовших фраз

Порядковий номер	Назва та адреса джерела URL (назва бази)	Колір тексту
1	КР Саленко 2 спроба 5/17/2024 Dnipropetrovsk University of Humanities (Dnipropetrovsk University of Humanities)	146 0.95 %
2	http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/19251/1/77-85.pdf	124 0.81 %
3	КР Саленко 2 спроба 5/17/2024 Dnipropetrovsk University of Humanities (Dnipropetrovsk University of Humanities)	107 0.70 %
4	https://www.transformations.in.ua/index.php/journal/article/download/55/53/	62 0.40 %

ЗМІСТ

ВСТУП.....	9
РОЗДІЛ 1. СУТНІСТЬ ПРОЦЕСІВ НАДАННЯ ПОСЛУГ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ СФЕРИ.....	12
1.1. Загальна характеристика сфери гостинності.....	12
1.2. Характеристика ресторанного господарства.....	18
1.3. Характеристика технологій ресторанного господарства.....	23
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ПРОЦЕСУ НАДАННЯ СЕРВІСНИХ ПОСЛУГ РЕСТОРАНАМИ.....	34
2.1. Аналіз сервісу ресторанів в світі.....	34
2.2. Аналіз сервісу ресторанів в Україні	40
2.3. Аналіз процесу обслуговування службами ресторанного сервісу на прикладі ресторану «GARDEN» в місті Перещепине	47
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ СЕРВІСУ РЕСТОРАНІВ	54
3.1. Застосування інновацій ресторанами у світі	54
3.2. Застосування інновацій ресторанами в Україні	66
3.3. Удосконалення сервісу ресторану «GARDEN» в місті Перещепине	71
ВИСНОВКИ.....	79
ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАНЬ	81
ДОДАТКИ.....	85

ВСТУП

Актуальність теми.

У сучасних умовах розвитку туристичної галузі замовники, держава та інші причетні особи приділяють особливу увагу обслуговуванню в закладах туристичної спрямованості. Офіційні документи визначають стандартизовані вимоги до якості товарів і послуг, але клієнти все більше цінують культуру надання послуг, яка стає ключовим чинником для ефективного існування та вдосконалення готельних і ресторанних підприємств. Потреба у покращенні обслуговування актуальна як для великих брендових закладів, так і для малих готельно-ресторанних підприємств. Висока культура та якість обслуговування відповідають соціальним і правовим вимогам держави, сприяють формуванню позитивного іміджу та підвищують конкурентоспроможність закладів у сфері гостинності.

Вітчизняні та зарубіжні вчені досліджували різні аспекти культури та якості обслуговування у готельно-ресторанних закладах. У роботах М. Г. Бойка, Л. М. Гопкала, О. М. Головка, Н. С. Кампова, С. С. Махлинця та Г. В. Симочка висвітлювалися питання організації обслуговування у готельних підприємствах, а також основні концепти культури й якості обслуговування. Сучасні підходи до управління якістю у готельно-ресторанних комплексах досліджували І. Б. Андренко, Л. І. Гірняк, О. Ю. Давидова, О. М. Кравець, Р. С. Ладигенська, І. М. Писаревський, К. А. Бенавідес-Веласко, К. Кінтана-Гарчаб та М. Мархант-Лараб. Проблематику культури у сфері готельно-ресторанного господарства аналізували І. Г. Везомська, Л. В. Польова, П. Р. Пуцентейло, Й. Сео, К. Хуссайна, Р. Конарб, Ф. Алік та інші дослідники.

Мета і завдання дослідження.

Метою роботи є аналіз сучасного стану та пошук шляхів удосконалення процесу обслуговування у готельно-ресторанних підприємствах.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити наступні завдання:

- проаналізувати літературні джерела та дослідження в науковій літературі за темою напрямки удосконалення організації сервісу ресторанів;
- дослідити процес формування культури та якості обслуговування у готельно-ресторанних підприємствах світу та України;
- здійснити аналіз якості та культури обслуговування в ресторані «GARDEN» міста Перещепине;
- визначити шляхи вдосконалення якості та культури обслуговування на підприємстві ресторанного господарства «GARDEN» міста Перещепине;
- проаналізувати отримані результати та сформулювати висновки.

Об'єктом дослідження є процес організації обслуговування споживачів.

Предметом дослідження є сукупність теоретичних та практичних аспектів, пов'язаних з можливістю вдосконалення процесу обслуговування в ресторані «GARDEN».

У процесі створення дипломної роботи застосовувалися різноманітні методи дослідження, такі як діалектичний підхід, абстрактно-логічний метод (теоретичні узагальнення й формулювання висновків), ситуаційний аналіз, використання середніх, абсолютних та відносних величин, порівняння, графічний і економіко-статистичний методи тощо. Інформаційна база була сформована на основі наукових статей, монографій вітчизняних і зарубіжних дослідників, нормативно-правових документів України, матеріалів наукових конференцій та Інтернет-джерел.

Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаної літератури та додатків.

Наукова новизна отриманих результатів полягає в тому, що це дослідження є одним із системних, виконаним комплексно із застосуванням сучасних методів аналізу, враховуючи специфіку впливу процесів формування та впровадження ресторанного сервісу.

Практичне значення отриманих результатів полягає в можливості застосування цих напрацювань у освітньому процесі, зокрема на курсах,

лекціях і семінарах, а також у використанні рекомендацій для вдосконалення організації ресторанного сервісу.

Структура роботи.

Кваліфікаційна робота складається із вступу, трьох розділів, 9 підрозділів, висновків, переліку посилань, який налічує 39 джерел, та 9 додатків. Обсяг основної частини кваліфікаційної роботи становить 80 сторінок.

РОЗДІЛ 1

СУТНІСТЬ ПРОЦЕСІВ НАДАННЯ ПОСЛУГ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ СФЕРИ

1.1. Загальна характеристика сфери гостинності

Сьогодні індустрія гостинності є однією з найбільших і найдинамічніших систем у сфері економіки. Сам термін «індустрія гостинності» прийшов до нас зі США.

Цей сектор є частиною туристичної галузі, що відповідає за розташування туристів і охоплює діяльність різних сфер, спрямованих на забезпечення житла, харчування та розваг.

Варто зазначити, що індустрія гостинності включає життєдіяльність багатьох підприємств з різною спеціалізацією, таких як готелі, ресторани, туристичні агентства, музеї, транспортні компанії, інформаційні центри тощо, які об'єднує спільна мета – задоволення будь-яких потреб і бажань споживачів.

Гостинність є комплексною послугою, яка має специфічні споживчі характеристики та сприяє формуванню позитивного іміджу закладу, що, у свою чергу, забезпечує виникнення «вторинного попиту» на послуги. Позитивний імідж у сфері гостинності повинен формуватися шляхом максимального використання ресурсів гостинності, створення комфортного середовища, а також ефективної стратегії та концепції.



Рисунок 1.1 – Модель гостинності

Джерело: розроблено автором на основі [1; 2; 3, 9].

Злагоджена взаємодія умов гостинності в рамках єдиного технологічного процесу повинна бути забезпечена шляхом створення моделі гостинності (рис. 1.1). Ця модель включає чотири ключові концепції: гуманітарну, технологічну, функціональну та комерційну, які визначають взаємини у системі гостинності між «гостем (клієнтом) – послугою – середовищем гостинності».

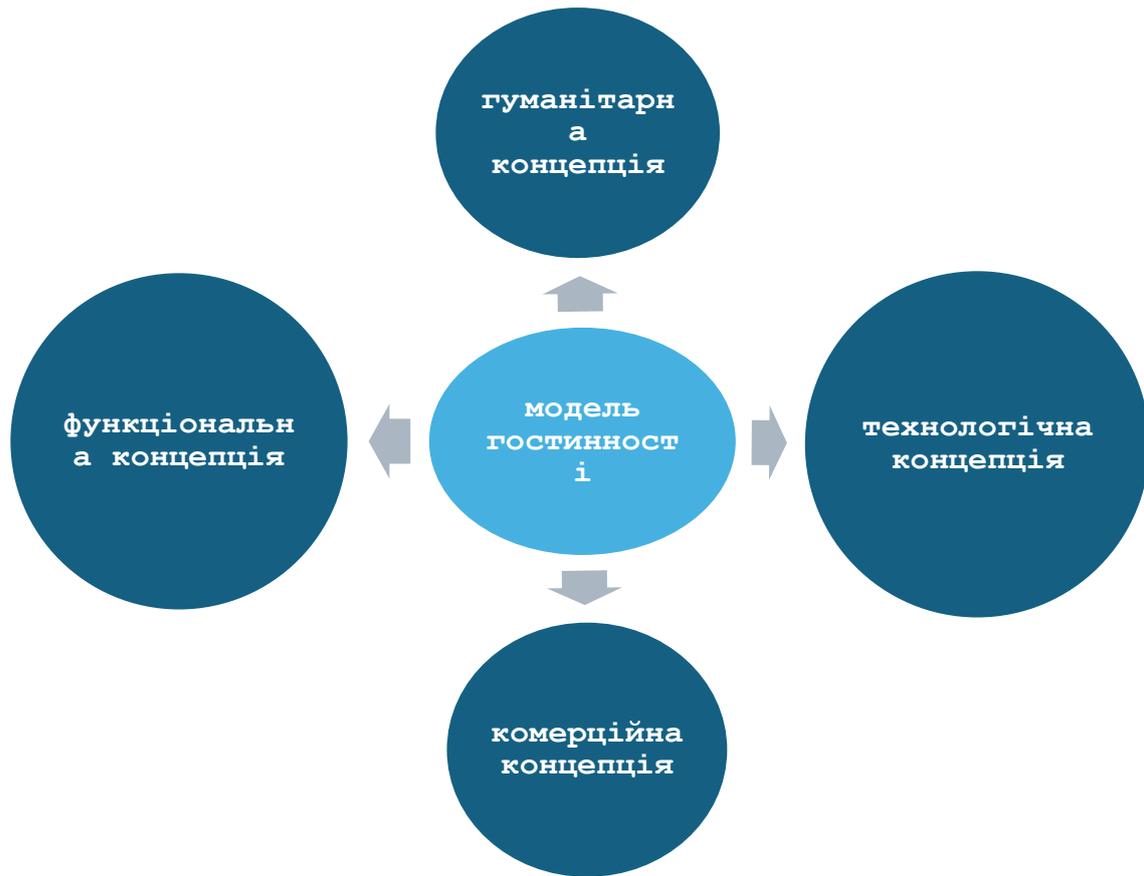


Рисунок 1.2 – Концепції моделі гостинності

Джерело: розроблено автором на основі [1; 2; 3, 9].

Гуманітарна концепція спрямована на формування позитивного іміджу підприємства на морально-етичному рівні та створення емоційного комфорту гостей під час спілкування з персоналом.

Технологічна концепція гостинності стосується впровадження гуманітарних принципів обслуговування в поєднанні з професійними та особистими характеристиками персоналу, технічним оснащенням

підприємства, архітектурними і планувальними особливостями будівлі, а також забезпеченням закладу інформаційними ресурсами й комунікаціями.

Функціональна концепція визначає рівень ефективності організації управління процесом обслуговування, де якість забезпечується раціональною побудовою організаційної структури та застосуванням відповідних принципів управління.

Комерційна концепція, що стосується отримання підприємством доходів, формується відповідно до його стратегії. Ключовим показником цієї концепції у сфері гостинності є повторні візити гостей, з урахуванням аналізу їхніх потреб. Її реалізація прямо залежить від дотримання попередніх принципів моделі гостинності.

Модель гостинності відображає основне призначення підприємства, його філософію, а також визначає ключові пріоритети, цінності та принципи, на основі яких здійснюється діяльність у сфері послуг. Вона характеризується здатністю підприємства оперативно адаптуватися до змін як у внутрішньому, так і у зовнішньому середовищі, акцентуючи увагу на своїй місії та унікальності порівняно з іншими підприємствами.

Внутрішнє середовище закладів готельно-ресторанного бізнесу формується під впливом таких змінних, як структура підприємства, організаційна культура та наявні ресурси, що безпосередньо впливає на процес виробництва товарів і послуг. Воно включає людей, які утворюють між собою певні взаємини та підлягають регулюванню.

Зовнішнє середовище закладів готельно-ресторанного бізнесу формується під дією таких факторів, як економічні, політичні, правові, соціально-демографічні, технологічні тощо. До його складу входять усі чинники, що мають відношення до діяльності підприємства: власні та фінансові структури, акціонери, постачальники, клієнти, гості, представники громадськості, місцеві спільноти та інші.

Сфера гостинності значною мірою залежить від зовнішніх факторів (економічних, політичних, культурних, соціальних) і взаємодії спеціалізованих

чинників, таких як ресурси гостинності, індустрія гостинності та професії, пов'язані з цією галуззю.

На сферу гостинності найбільший вплив мають економічні та політичні фактори. Економічні аспекти, такі як інфляція, стан ринку товарів і послуг, валютні курси тощо, опосередковано впливають як на споживачів послуг у цій галузі, так і на виробників (рис. 1.3).

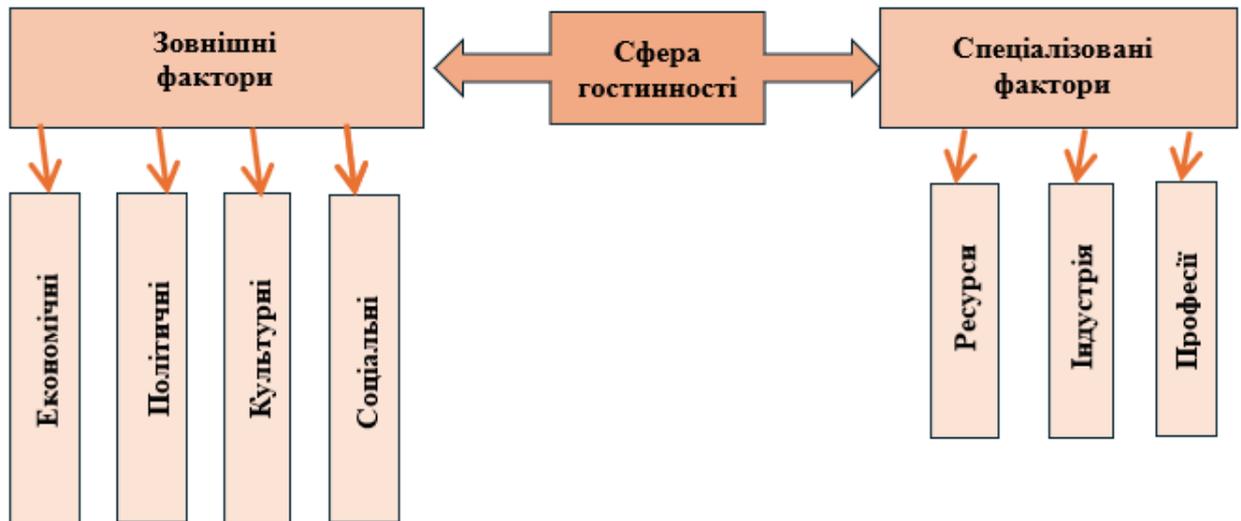


Рисунок 1.3 – Фактори, що впливають на сферу гостинності

Джерело: розроблено автором на основі [1; 2; 3, 10].

Це проявляється в тому, що споживачі та виробники аналізують і оцінюють свої можливості щодо використання або інвестування коштів.

Політичні чинники впливають через прийняття державою різних законодавчих та нормативних актів (закони, постанови, директиви, регламенти тощо).

Культурні фактори безпосередньо впливають як на споживачів, так і на виробників, оскільки обидві сторони живуть у суспільстві й взаємодіють із ним, що вносить корективи в їх поведінку. Культура відображає цінності суспільства в цілому та складається із субкультур, які можуть бути класифіковані за різними критеріями.

Соціальні чинники впливають на сферу гостинності через соціальний статус споживачів у суспільстві, їх приналежність до певної референтної групи, що виражає позицію людини, визначену її соціальною роллю і статусом.

Взаємодія зазначених факторів спрямована на формування попиту на продукцію в сфері гостинності, основою якої є ресурси.

Ресурси гостинності охоплюють оцінку природних ресурсів.

- за функціональним критерієм, тобто їх придатності для певного виду послуг;
- за екологічним критерієм (з урахуванням обґрунтованості вибору місцевості);
- за психофізіологічним комфортом (відсутність шуму, вітру та інших негативних впливів зовнішнього середовища);
- за естетичним впливом, тобто емоційним враженням від ландшафтів.

Результати діяльності у сфері гостинності залежать від сприйняття процесу обслуговування, яке може бути як позитивним, так і негативним, і враховує такі аспекти, як безпека середовища, умови надання послуг, сталість їхньої якості, поведінка обслуговуючого персоналу, набір послуг, комфорт навколишнього середовища (технічний і естетичний), доступність послуг та короткий час очікування.

Аналіз світових тенденцій в індустрії гостинності свідчить про стрімкий розвиток цієї сфери та її високий дохід.

У міжнародній практиці виділяють чотири основні моделі гостинності [3, 11-12].

1. Європейська модель гостинності асоціюється з високим рівнем обслуговування та бездоганною репутацією, основними характеристиками якої є:

- орієнтація європейських готелів на зменшення місткості номерного фонду, що сприяє індивідуалізації обслуговування клієнтів;

- ключовою перевагою готелів є не розкіш, а витончені стильні інтер'єри, висока репутація, популярність та якісне обслуговування;
- найдорожчі готелі розташовуються в унікальних місцях та історичних будівлях у центрах міст;
- збереження традицій та висока вимогливість до гостей у престижних готелях;
- автоматизація процесів в європейських готелях не усуває особистісного підходу до відвідувачів;
- характерна готельна сегрегація, завдяки якій гості елітних готелів не перетинаються з відвідувачами іншого соціального статусу;
- разом із тим європейський ринок послуг відзначається різноманітністю пропозицій – від недорогих придорожніх готелів до елітних люксових закладів.

2. Азіатська модель гостинності значно відрізняється від європейської, проявляючись у схильності до розкоші, показного багатства та масштабності. Саме в Азії розташовані найвищий готель (Шанхай), наймісткіший (Бангкок) і найрозкішніший (Дубай) у світі. У той час як у Європі категорія готелів має обернено пропорційну залежність від їх місткості, в Азії ця закономірність діє у зворотному напрямку.

Основні характеристики азіатських готелів класу люкс включають:

- ідеальне місце розташування;
- просторі номери та громадські зони;
- значну місткість;
- багатство та розкіш в оформленні інтер'єрів і екстер'єрів;
- нижчу вартість послуг порівняно з європейськими аналогами;
- доступ до розширеної інфраструктури та великого вибору додаткових послуг;
- широке застосування систем обслуговування «All inclusive» та «Ultra all inclusive».

3. Американська модель гостинності поєднує в собі елементи європейської та азіатської моделей. У центрах великих міст США домінують готелі класу «люкс», які відповідають характеристикам європейських закладів (вишуканий стиль, компактність, індивідуальний підхід до обслуговування). Водночас у ключових курортних і туристичних зонах країни переважають готелі, які за зовнішнім виглядом та внутрішнім наповненням нагадують азіатські заклади (значна місткість, розкішний дизайн, добре розвинена інфраструктура).

4. Східноєвропейська модель гостинності відрізняється від європейської через значну частку пострадянських підприємств у готельній індустрії. Подібно до американської моделі, вона демонструє поєднання готелів, характерних як для європейської, так і для азіатської моделей. Водночас сучасний етап розвитку готельного ринку в пострадянських країнах Європи відзначається активним будівництвом нових засобів розміщення, які відповідають стандартам обох регіонів – Європи та Азії.

Отже, сфера гостинності охоплює широкий спектр послуг, спрямованих на задоволення потреб гостей – від готельного бізнесу та ресторанного обслуговування до туризму та розваг. Вона відіграє важливу роль у соціально-економічному розвитку, створюючи робочі місця та стимулюючи культурний обмін. Основними характеристиками цієї сфери є високий рівень сервісу, клієнтоорієнтованість, гостинність та гнучкість у реагуванні на потреби ринку. Інновації та цифровізація також мають значний вплив, покращуючи досвід клієнтів та оптимізуючи бізнес-процеси.

1.2 Характеристика ресторанного господарства

Гостинність є одним із базових принципів людської цивілізації, реалізація якого нині забезпечується такими сферами економіки, як готельна та ресторанна справа. Бізнес у сфері громадського харчування є ключовим і найзначущішим компонентом індустрії гостинності. Майбутнє ресторанного

бізнесу великою мірою залежить від економічного стану країни та визначається культурними і національними особливостями її населення [2, 10].

Ресторанний бізнес водночас слугує ефективним способом інвестування капіталу та представляє сферу з високою конкуренцією. У більшості розвинених країн це один із найпоширеніших видів малого підприємництва. Заклади та компанії постійно змагаються за поділ ринку, залучення нових клієнтів і збереження лояльності постійних споживачів своїх товарів і послуг [2, 11].

Ресторанний бізнес охоплює як великі компанії, що виробляють широкий спектр харчових продуктів, так і малі приватні заклади: ресторани, кафе та бари.

Заклад ресторанного господарства може бути:

- 1) незалежним суб'єктом підприємницької діяльності, який має статус юридичної особи та створений для виробництва, продажу, надання послуг зі споживання продукції й організації дозвілля;
- 2) структурною одиницею в сфері ресторанного бізнесу, що здійснює виробничу й торговельну діяльність.

Ресторанне господарство є особливою галуззю, яка об'єднує підприємства різних форм власності. Ці підприємства подібні за типом оброблюваної сировини та виробленої продукції, організацією виробничих процесів, формами обслуговування населення і характером наданих послуг [5] (Додаток А).

Ресторан – це складова економічної структури ресторанного бізнесу, яка здійснює виробничо-торговельну діяльність, включаючи виготовлення, продаж продукції, організацію її споживання, а також приготування напівфабрикатів до готовності [3].

Таблиця 1.1

Визначення закладів ресторанного господарства

Заклад	Характеристика
Ресторан	це підприємство ресторанного господарства, яке пропонує широкий асортимент продукції власного виробництва та придбаних товарів, забезпечує високий рівень обслуговування і комфорту, а також поєднує це з організацією відпочинку та дозвілля для споживачів
Повносервісний Ресторан	це підприємство ресторанного господарства, яке надає послуги обслуговування через офіціантів і пропонує значну кількість фірмових та замовних страв і напоїв, виготовлених власними силами
Спеціалізований Ресторан	це підприємство ресторанного господарства, яке надає послуги обслуговування через офіціантів і має вузьку спеціалізацію на конкретному асортименті кулінарної продукції, наприклад, рибні страви чи національні кухні

Джерело: розроблено на основі [35, 88]

Категорія закладу ресторанного господарства встановлюється на основі сукупності характерних особливостей його торговельно-виробничої діяльності. Типологія таких закладів регламентується стандартом ДСТУ 4281:2004 «Заклади ресторанного господарства. Класифікація».

Таблиця 1.2

Різновиди ресторанів

Заклад	Характеристика
Ресторан - бар	Це тип ресторану, який включає бар, причому його торговельний зал може бути об'єднаний з залом ресторану або барна стійка розташовується безпосередньо у торговельному залі ресторану.
Ресторан за спеціальним замовленням (catering)	Це підприємство ресторанного господарства, яке спеціалізується на приготуванні та доставці готових страв, а також на забезпеченні обслуговування за індивідуальними замовленнями.
Ресторан-їдальня (commissary restaurants)	Це тип ресторану, який спеціалізується на забезпеченні харчування в установах та організаціях.

Заклад	Характеристика
Вагон-ресторан	Це тип ресторану, що спеціалізується на забезпеченні харчуванням клієнтів залізничних компаній та інших підприємств пасажирського транспорту.
Ресторан тейк-аут	Це тип ресторану, основною послугою якого є продаж виготовленої ним продукції для споживання поза закладом.
Ресторан кері-аут	Це тип ресторану, основною функцією якого є забезпечення доставки приготованих страв до інших локацій.

Джерело: розроблено на основі [35, 89]

(Детальніше про класифікацію ресторанів за різними ознаками дивіться у Додатку Б).

Головна місія ресторанів полягає у задоволенні потреб клієнтів у якісному харчуванні та організації дозвілля за допомогою наданих ними товарів і послуг [3]. Далі наведено список послуг, які можуть пропонувати заклади ресторанного господарства:

- послуги забезпечення харчування;
- послуги з приготування кулінарних та кондитерських виробів;
- послуги з організації споживання та сервісного обслуговування;
- послуги з продажу кулінарної продукції;
- послуги з організації відпочинку та розваг;
- консультаційно-інформаційні послуги тощо [6].

Заклади ресторанного господарства класифікуються за рівнем якості наданих послуг на такі категорії, як «люкс», «вищий» і «перший».

Ресторани категорій «люкс» і «вищий» зазвичай розташовуються в громадських, адміністративних та розважальних комплексах, при готелях, на курортах, у великих аеровокзалах, а також у місцях, пов'язаних з історичними чи архітектурними пам'ятками. Вони забезпечують обслуговування офіційних і святкових заходів, конференцій, урочистостей, а також організують вечори дозвілля, тематичні заходи та програми з музичним і естрадним супроводом.

Ресторани першого класу зазвичай розташовуються поблизу магістралей, у відпочинкових зонах або в торговельних комплексах.

Основна мета закладів ресторанного господарства – забезпечувати комфорт і зручність для відвідувачів завдяки сучасному облаштуванню торговельних і споживчих приміщень, створюючи сприятливу атмосферу для відпочинку. Такі ресторани, де працюють висококваліфіковані фахівці (зокрема кухарі, офіціанти, метрдотелі), вирізняються високим рівнем обслуговування та стабільним потоком клієнтів. Обслуговуючий персонал має бути забезпечений спеціальним робочим одягом і взуттям. Робота офіціантів проходить під контролем адміністратора або метрдотеля. У ресторанах, які обслуговують іноземних гостей, персонал повинен володіти міжнародною іноземною мовою на рівні, достатньому для спілкування.

До закладів ресторанного господарства встановлюється ряд вимог, які поділяються на загальні та специфічні для закладів різних типів і класів. До загальних вимог належать такі:

- у всіх підприємствах ресторанного господарства, незалежно від типу та класу, повинні бути забезпечені безпека життя і здоров'я відвідувачів, збереження їхніх особистих речей, а також дотримання санітарних норм, технічних стандартів і правил, передбачених чинними ДСТУ, ГОСТами, ТУ, збірниками рецептів страв, кулінарних та кондитерських виробів, а також наказами щодо розробки та затвердження технологічної документації для фірмових страв, кулінарних і кондитерських виробів;

- підприємства ресторанного господарства повинні забезпечувати умови, які дозволяють вільно пересуватися людям з інвалідністю, що користуються колісними кріслами;

- підприємства ресторанного господарства мають бути обладнані відповідно до свого типу виробничими, торговельними та побутовими приміщеннями, а також необхідним устаткуванням для приготування й реалізації їжі, яке відповідає екологічним стандартам, санітарно-гігієнічним нормам, вимогам безпеки та протипожежним правилам.

- склад приміщень підприємств і їхні площі повинні відповідати будівельним нормам та санітарно-технічним стандартам у сфері ресторанного господарства;

- архітектурні й планувальні рішення, а також матеріально-технічне оснащення підприємств мають базуватися на принципах оптимальної організації виробничо-торговельних процесів;

- підприємства ресторанного господарства повинні забезпечувати гармонійне поєднання зовнішнього та внутрішнього дизайну відповідно до свого типу і класу;

- підприємства ресторанного господарства мають бути укомплектовані необхідною кількістю столового посуду, приборів та столової білизни відповідно до їхнього типу і класу;

- склад працівників, їхня кількість і професійна кваліфікація повинні відповідати вимогам, встановленим для відповідного типу та класу закладу;

- персонал підприємства ресторанного господарства повинен надавати клієнтам повну інформацію про кулінарні страви, товари і послуги, які пропонуються;

- на фасаді будівлі обов'язково має бути вказана інформація про тип і клас закладу, а також графік його роботи.

Особливі вимоги до підприємств ресторанного господарства включають такі ключові характеристики:

- розташування підприємства та стан прилеглої території;
- тип, вигляд і специфіка будівлі;
- комфортність і дизайн приміщення, як зовнішній, так і внутрішній;
- оснащеність устаткуванням, меблями, столовим посудом, наборами та білизною;

- організація процесу обслуговування;

- асортимент страв і продукції, а також правила оформлення меню, преїскурантів і винних карт;

- рівень кваліфікації працівників;
- перелік додаткових послуг, які надаються закладом.

1.3. Характеристика технологій ресторанного господарства

Слово «технологія» походить з грецької мови і означає вчення про виробництво. У традиційному розумінні технологія є наукою, що займається дослідженням способів і процесів отримання сировини та її переробки на споживчі товари й засоби виробництва для людських потреб. Однією з ключових рис сучасної технології є фокус на методах масового виробництва. У наш час технологізація різних аспектів виробничої діяльності активно набирає обертів, а поняття технології зазнає значних змін і набуває нового змісту відповідно до сучасного рівня виробництва.

Технологія – це сукупність змін стану, властивостей, структури, форми та інших характеристик предметів праці, спрямованих на створення певної продукції. У сучасному світі використовуються різноманітні предмети праці, форми виробництва, що призводить до появи різних типів технологій. Технологія вивчає найбільш економічні способи та процеси створення продукції й надання послуг.

Процес – це поступовий розвиток певного явища, що включає зміну стадій, етапів чи операцій, які виконуються над вихідними матеріалами, підвищуючи їхню цінність та приводячи до запланованого результату. Підвищення вартості вихідного матеріалу досягається завдяки залученню кваліфікованої праці й знань.

Технологічний процес – це сукупність дій, спрямованих на використання сировини та матеріалів для виготовлення кінцевої продукції. Він може бути розбитий на типові технологічні етапи або операції й представлений у вигляді технологічної схеми.

Основні принципи проектування та організації технологічних процесів включають:

Технологічний процес – це комплекс операцій, спрямованих на використання сировини та матеріалів для створення готової продукції. Кожен такий процес можна структурувати, розділивши на типові технологічні етапи чи операції, й оформити у вигляді технологічної схеми.

Основні принципи розробки та організації технологічних процесів:

- Спеціалізація: зменшення різноманітності операцій задля підвищення однорідності виробничих технологій.
- Пропорційність: збалансування пропускної здатності виробничих підрозділів і стадій виробництва.
- Паралельність: виконання кількох операцій одночасно для скорочення часу процесу.
- Прямолінійність: забезпечення переміщення об'єктів праці найкоротшими шляхами.
- Безперервність: усунення розривів у технологічному циклі шляхом синхронізації операцій та впровадження сучасних методів управління.
- Ритмічність: рівномірне виконання плану всіх підрозділів для стабільного випуску продукції.
- Автоматичність: автоматизація процесів, щоб мінімізувати участь людини в рутинних операціях.
- Гнучкість: здатність процесу швидко адаптуватися до виробництва нової продукції.
- Гомеостатичність: стійкість системи до змін у межах допустимих відхилень.

Виробничий процес не може бути здійснений без впровадження одного чи кількох технологічних процесів. Технологічний процес являє собою складову частину виробничого процесу та включає дії, спрямовані на зміну характеристик предмета праці. Для виконання технологічного процесу створюється схема, що містить опис усіх технологічних операцій, необхідних для виробництва продукції або надання певного виду послуг.

Технологічний процес складається з менш складних елементів, таких як стадії чи окремі операції.

Кожен технологічний процес може бути представлений у вигляді технологічної схеми, яка включає послідовний опис чи зображення процесу та необхідного обладнання, пристроїв і устаткування. У закладах ресторанного господарства використовуються стандарти для розробки технологічних схем.

Технологічні процеси, що відповідають за перетворення матеріалів у готову продукцію, називаються основними. Допоміжними вважаються ті технологічні процеси, які сприяють ефективному виконанню основних операцій і служать для забезпечення основного виробництва, наприклад, транспортування чи пакування продукції.

Проектування технологічних процесів є важливим етапом у створенні будь-якого виробництва. На цьому етапі визначається найбільш ефективний технологічний процес, який буде застосовуватися.

Ефективність кожного технологічного процесу оцінюється за основними техніко-економічними показниками, такими як витрати сировини й енергії на одиницю продукції, капіталовкладення в організацію виробництва, продуктивність обладнання, якість і собівартість продукції, а також інтенсивність процесу, рівень його механізації та автоматизації.

Будь-який технологічний процес можна трактувати як систему, що має входи (наприклад, склад і кількість сировини) і виходи (готова продукція, параметри якості, кількість тощо) [2, с. 60-62].

Продовольча сировина та харчові продукти представляють собою складні багатокomпонентні біологічні системи, які проходять незворотні зміни на різних етапах технологічного процесу виробництва продукції у закладах ресторанного господарства. Ці етапи включають:

- отримання продовольчої сировини та харчових продуктів;
- зберігання харчових продуктів;
- механічна й гідромеханічна обробка сировини та продуктів, а також приготування кулінарних напівфабрикатів;

- теплова обробка напівфабрикатів і створення готових страв;
- зберігання готових страв;
- організація процесу споживання їжі.

Основною сировиною для технологічних процесів у ресторанах є сільськогосподарські продукти без технологічної обробки, а також різні харчові вироби, що зазнали часткової або повної переробки на підприємствах харчової промисловості. До першої категорії сировини входять: свіжа картопля, овочі, зелень, фрукти, ягоди, цитрусові, баштанні культури, свіжа та охолоджена риба, морепродукти, дичина, гриби тощо.

До другої категорії сировини відносять: борошно, крохмаль, крупи, макаронні вироби, бобові культури, цукор, харчові жири, молочні продукти, м'ясо та м'ясопродукти, рибопродукти, яйця та товари з яєць, сільськогосподарську птицю, субпродукти, овочеві, м'ясні, рибні й комбіновані напівфабрикати, спеції, приправи тощо.

Продовольча сировина та харчові продукти, що надходять до закладів

Продовольча сировина та харчові продукти, що надходять до закладів ресторанного господарства, повинні відповідати встановленим стандартам якості та гігієнічним нормам, а також супроводжуватися документами, які підтверджують їхню безпеку та якість. Для запобігання інфекційним захворюванням і харчовим отруєнням заборонено приймати:

- сировину та продукти без документів, що підтверджують їхню якість і безпеку;
- м'ясо і м'ясопродукти сільськогосподарських тварин без клейма ветеринарного огляду та ветеринарного свідоцтва;
- рибу, раків, птицю без ветеринарного свідоцтва;
- непатрану птицю (за винятком дичини);
- яйця із забрудненою шкаралупою, із тріщинами, дефектами «протікання» чи «розбиття», а також з господарств, де зареєстровано випадки сальмонельозу;
- яйця качок і гусей;

- консерви з порушенням герметичності упаковки, деформовані, бомбажні, «хлопавки», банки з іржею, без етикеток або з простроченим терміном придатності;
- крупи, борошно та інші сухі продукти, заражені шкідниками запасів;
- овочі та фрукти зі слідами гнилі чи цвілі;
- гриби неїстівні, некультивовані їстівні, червиві або пошкоджені;
- продукти з простроченим терміном придатності чи ознаками недоброякісності;
- продукцію домашнього приготування, таку як консервовані гриби, овочі, фрукти, м'ясо, риба, молочні вироби чи готові страви.

Тара та упаковка імпортованих харчових продуктів повинні залишатися цілими, без пошкоджень і чистими [1, с. 11-12].

Ключовим етапом технологічного процесу є забезпечення збереження запасу сировини для стабільної роботи закладу ресторанного господарства.

Кожне підприємство ресторанного господарства облаштовує продовольчий склад, що складається з кількох приміщень, розташованих поблизу зони розвантаження та вантажних ліфтів. Склад включає як охолоджені, так і неохолоджені приміщення (комори). Охолоджені камери й комори повинні відповідати встановленим технічним, технологічним та санітарно-гігієнічним нормам.

Складські приміщення оснащують системою притічно-витяжної вентиляції, штучним освітленням та герметичними дверима. Холодильні камери додатково забезпечують вологостійкою теплоізоляцією по всьому контуру. Завантажувальний майданчик обладнують вагами для зважування товарів. Природне освітлення у складських приміщеннях не використовується, адже світло сприяє окислювальним процесам у продуктах під час зберігання. Зберігання продуктів здійснюється у темному середовищі, без доступу світла. Також у складських приміщеннях встановлюють пристрої для контролю температури та вологості повітря.

Дотримання правил зберігання сировини відіграє вирішальну роль у забезпеченні якості продукції ресторанного господарства.

На невеликих закладах ресторанного господарства кількість складських приміщень може бути меншою, проте зберігати необроблену сировину разом із готовими до споживання продуктами суворо заборонено [2, с. 12].

Основною метою механічної та гідромеханічної обробки харчової сировини є отримання напівфабрикатів, підготовлених до теплової обробки, а також приготування страв і кулінарних виробів.

Під час механічної та гідромеханічної обробки сировини виконують такі операції:

- розпакування;
- розморожування;
- сортування;
- калібрування;
- миття;
- поділ на їстівні частини та малоцінні в харчовому відношенні елементи (наприклад, очищення картоплі, овочів, фруктів і грибів від шкірки та насіння, відділення кісток від м'яса тощо);
- подрібнення;
- порціонування;
- змішування багатокомпонентних мас для котлет і фаршу;
- панірування.

На цьому етапі технологічного процесу всі операції здійснюють у заготівельних цехах закладів ресторанного господарства [1, с. 15].

Під час теплової кулінарної обробки продукти доводять до стану готовності, який визначається органолептичними показниками якості, такими як зовнішній вигляд, смак, запах і консистенція. Крім того, у ході обробки знищується більшість бактерій, зокрема тих, що можуть становити небезпеку для людини.

Під час теплової обробки напівфабрикатів температура досягає 80 °С і вище. У таких умовах основні харчові речовини піддаються значним фізико-хімічним змінам, що по-різному впливають на харчову цінність готового продукту. У результаті теплової кулінарної обробки покращується засвоюваність білків і вуглеводів, водночас зменшується засвоєння жирів. Частина вітамінів руйнується, а інша під час варіння переходить у відвар разом із мінеральними та екстрактивними речовинами. При смаженні температура у верхньому шарі продукту досягає 120–130 °С через втрату вологи. У таких умовах відбувається руйнування природних харчових речовин (піроліз) і формування нових, частина з яких може мати мутагенну та канцерогенну дію на людський організм.

Під час теплової обробки кулінарних напівфабрикатів утворюються нові речовини, що впливають на смак, аромат та забарвлення продуктів. Однак маса продуктів зазвичай змінюється, здебільшого зменшується. Основною причиною втрати маси є виділення води. Наприклад, яловичина при варінні втрачає приблизно 50% води, що міститься у її складі. Маса картоплі після варіння майже не змінюється, але під час смаження вона скорочується на 30 – 60% залежно від способу подрібнення та техніки смаження.

Науково-дослідний інститут громадського харчування розробив нормативи відходів і втрат сировини під час її механічної та теплової обробки. Ці нормативи опубліковані у збірниках рецептур страв і кулінарних виробів для закладів громадського харчування. Їх рекомендовано використовувати при створенні рецептур для нової продукції ресторанного господарства та для інших виробничих завдань [1, с. 17].

Останнім етапом технологічного процесу на підприємствах ресторанного господарства є забезпечення організації споживання їжі. Персонал закладу зобов'язаний доставити свіжоприготовані страви споживачам, зберігши їх якість, і створити приємну та комфортну атмосферу для приймання їжі в залі їдальні, кафе, ресторану або іншого підприємства ресторанного господарства.

У ресторанах та інших фірмових закладах ресторанного господарства преміум-класу організація споживання їжі здійснюється через індивідуальне обслуговування кожного гостя. Закуси, основні страви та окремі напої готуються за персональними замовленнями, які приймає обслуговуючий персонал. У залах ресторанів використовують спеціалізоване обладнання, унікальний посуд, оригінальні столові набори, інвентар і текстиль для столів. Деякі страви готуються на очах у відвідувачів («фламбе», фондю, гриль), а процес приготування і сервірування іноді набуває вигляду справжнього шоу.

Ресторани пропонують широкий асортимент закусок, основних страв, напоїв, кулінарних і кондитерських виробів, включаючи прохолодні та алкогольні напої. Завдяки цьому вибір страв, що відповідають смаковим уподобанням гостей, не є проблемою.

У кафе, закусточних та інших закладах масового харчування використовується метод самообслуговування, який з часом зазнав істотних змін. У сучасній світовій практиці в залах підприємств ресторанного господарства вже не застосовують роздавальні лінії, біля яких відвідувачі стоять у черзі, щоб отримати обід або вибрати страви.

У міській загальнодоступній мережі, на виробничих підприємствах та в навчальних закладах найбільш поширеними є три системи масового харчування: шведський стіл, попереднє сервірування й накривання столів, а також вільний вибір страв у залі з подальшою оплатою.

У міській загальнодоступній мережі, на виробничих підприємствах та в навчальних закладах найбільш поширеними є три системи масового харчування: шведський стіл, попереднє сервірування й накривання столів, а також вільний вибір страв у залі з подальшою оплатою.

Принцип шведського столу використовується не лише для прийому окремих страв (сніданок, обід, вечеря), але й для функціонування цілих закладів, таких як кафе, закусточні чи невеликі ресторани. У таких випадках встановлюється фіксована оплата за вхід до зали, де гості самостійно обирають закуски, страви та напої. Ретельно підібраний асортимент кулінарної

продукції та комфортний, затишний зал створюють сприятливі умови для споживання їжі в атмосфері спокою.

Попереднє сервірування та накривання столів використовують для організації харчування певних категорій людей – туристів, відпочивальників у пансіонатах, санаторіях, будинках відпочинку, працівників та службовців виробничих підприємств тощо, коли потрібно обслужити велику кількість осіб за короткий час. Для цього обідні зали обладнують столами на 4–6 осіб, які розміщують так, щоб залишались широкі проходи для візків. Столи сервірують холодними закусками, десертами, хлібом, супом у супниці, а також необхідним посудом і столовими приборами. У призначений час гості займають місця за столами, після чого офіціанти розносять візками м'ясні, рибні та інші гарячі страви на вибір. Головними перевагами цього методу є подача свіжоприготовлених страв, спокійна атмосфера в обідньому залі, відсутність зайвого руху людей і прибирання використаного посуду офіціантами. Також цей підхід мінімізує витрати часу та ресурсів. Розрахунки за харчування здійснюються безготівковим способом, включаючи оплату в кредит.

Система вільного вибору в залі з наступною оплатою передбачає наявність двох суміжних приміщень, розділених легкою перегородкою та об'єднаних пунктом розрахунку. Зала А служить виключно для входу, а зала Б – для виходу. Увійшовши до зали А, відвідувач бере тацю та столові прибори, після чого вільно пересувається по залі, обираючи бажані закуски, страви й напої. Прилавки розміщують таким чином, щоб уникнути черг. Роздачу супів та гарячих закусок здійснюють кухарі. У центральній частині зали встановлюють відкриті холодильні прилавки, заповнені лускатим льодом, на яких розташовують гарно оформлені миски зі свіжими, дрібно нарізаними овочами без заправок (капуста білоголова та червоноголова, редиска, морква, салати качанні та листові тощо). Відсутність заправки сприяє тривалому збереженню свіжості овочів. Такі салати можуть слугувати як гарнір до м'ясних і рибних страв.

Після вибору кулінарної продукції відвідувач проходить через вузол розрахунку до зали Б, де розташовані 2–4-місні столи. Вони сервіровані різноманітними спеціями та приправами: сіллю, цукром, меленим чорним і червоним перцем, гірчицею, ароматизованим оцтом та олією. Це дозволяє відвідувачам самостійно заправляти овочі відповідно до власних уподобань. Такий простий і доступний підхід створює атмосферу, максимально наближену до домашньої, де кожен може обрати приправу за своїм смаком.

Останнім часом кейтеринг став широко популярним у ресторанному сервісі. Це послуга, яка передбачає діяльність закладу ресторанного господарства з доставки готових страв, напоїв, посуду та всього необхідного для організації прийомів, бенкетів або спеціальних заходів.

Типи кейтерингу включають: обслуговування в приміщенні, поза межами ресторану, соціальний кейтеринг, роз'їзний (за договором про доставку продукції), роздрібний продаж готових кулінарних виробів, а також VIP-кейтеринг.

Виїзне обслуговування охоплює широкий спектр послуг – від презентації нової продукції до організації барбекю на природі або вишуканої романтичної вечери.

Каву-брейк (або каву-паузу) проводять у ресторанах для швидкого обслуговування учасників нарад, конференцій чи ділових зустрічей, а також у зовнішніх локаціях, таких як конференц-зали або холи. Столи, прямокутної чи круглої форми, накривають яскравими скатертинами зі спідницями, подібно до фуршетного сервісу. Гості їдять і п'ють стоячи.

Меню кави-брейк зазвичай включає тістечка, пиріжки, солодке й солоне печиво, здобні булочки, канапе із сиром і свіжими фруктами, лимон, вершки, каву та чай. З прохолодних напоїв пропонують мінеральну воду й соки [1, с. 19-23].

У сучасній технології продукції ресторанного господарства України з'являється чимало технологічних інновацій: приготування на сковороді ВОК, соте, деглясування, папільйот, фламбування, приготування у вакуумі, сушіння

фруктів та овочів, підпікання, інтенсивне охолодження й шокове замороження
[3] (Додаток В).

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ ПРОЦЕСУ НАДАННЯ СЕРВІСНИХ ПОСЛУГ РЕСТОРАНАМИ

2.1. Аналіз сервісу ресторанів в світі

Ресторанний сервіс у світі є важливим аспектом гастрономічної індустрії, який впливає на досвід клієнтів, конкурентоспроможність закладів та загальний розвиток ресторанного бізнесу.

Культура відіграє ключову роль у формуванні ресторанного сервісу, оскільки вона визначає очікування клієнтів, стиль обслуговування та загальну атмосферу закладу. Розглянемо детальніше вплив культури на ресторанний сервіс у різних регіонах.

Франція – прекрасна країна, оповита безліччю легенд та романтичних історій. І в стінах її ресторанів кожен знайде для себе щось особливе. Будь то чотири столики на набережній, або шикарний заклад з білими мармуровими колонами. Всіх їх об'єднує одне – любов до своєї справи і до своїх гостей. «Романтика вечірніх вулиць, шелест каштанів, аромати свіжої випічки і ледве чутні ноти шансону. Все це – чарівна, заворожлива Франція з усією її красою і величчю. Французька кухня відома на весь світ і вважається однією з найкращих. Кожен французький ресторан – як трюфель. Щоб зрозуміти весь смак, потрібно копнути глибше» [2].

У Франції важливий етикет та вишуканість. Французька культура славиться своєю гастрономічною традицією, що впливає на ресторанний сервіс. Високий рівень етикету – офіціанти проходять спеціальне навчання, щоб забезпечити бездоганне обслуговування. Вишуканість у подачі страв – страви часто демонструють гостям перед сервіруванням. У багатьох ресторанах є спеціалісти з вин, які допомагають гостям вибрати ідеальне поєднання напоїв зі стравами. Тривалість трапези – французи цінують неспішні обіди та вечери, що сприяє створенню особливої атмосфери.

Прикладом є ресторан Le Meurice у Парижі – один із найвідоміших закладів високої кухні, де кожна деталь обслуговування відповідає традиціям французького етикету. Офіціанти дотримуються строгих правил сервірування, а сомельє допомагає гостям підібрати ідеальне вино до страви [3] (Додаток Г).

США має одну з найкращих у світі ресторанных сцен – це країна, де можна знайти майже будь-яку кухню з усього світу, за будь-яку ціну. Вона також є однією з найбільш прогресивних: від ресторанів, що демонструють кухню різних спільнот, до тих, що проливають світло на часто маргіналізовані групи.

В Америці можна знайти ресторани, де подають страви з фермерських господарств, а у звичайних пекарнях, кафе та винних барах готують одні з найкращих у країні меню. Корейська, індійська, близькосхідна та японська кухня продовжує стрімко розвиватися, а меню, орієнтовані на рослинну їжу, процвітають.

Розташований трохи осторонь від сумнозвісної смуги, ресторан Honey Salt – це місце, де подають страви від ферми до столу, зосереджуючись на креативних інтерпретаціях американської класики. Особливою родзинкою закладу є пізні сніданки. Доступний за цінами та сімейний, це улюблене місце далеко від міської метушні, яке люблять відвідувачі (Додаток Д) [5].

У США акцент робиться на швидкість та зручність. Американський ресторанный сервіс орієнтований на ефективність і комфорт. Фаст-фуд культура – популярність швидкого харчування, де головне – швидкість обслуговування. Автоматизація – використання електронних меню, мобільних додатків для замовлення та безконтактної оплати. У США важливе значення має якість обслуговування, тому персонал часто використовує дружній стиль спілкування. Офіціанти отримують значну частину доходу через чайові, що стимулює їх до якісного обслуговування.

Прикладом може бути мережа ресторанів Chick-fil-A відома швидким обслуговуванням та високим рівнем клієнтоорієнтованості, що робить її однією з найпопулярніших у США (Додаток Д). Культура компанії багато в

чому залежить від південних баптистських переконань свого засновника. На відміну від більшості ресторанів швидкого харчування і роздрібних мереж магазинів, всі ресторани Chick-Fil-A закриті для відвідувачів в неділю. Персонал проходить спеціальне навчання, щоб забезпечити максимальну ефективність роботи та доброзичливе ставлення до клієнтів. Робота кожного в Chick-fil-A служити. Доброта – це найвище покликання. Незалежно від посади та посадових обов'язків, працівники приходять на роботу, щоб щедро ділитися своїм часом та талантами. Співробітники ставляться до клієнтів як до друзів, а один до одного як до сусідів [1].

Страви азіатської кухні за правом вважаються одними з найпопулярніших у світі. У кожній країні зараз можна насолодитися прямим гостро-кислим том ямом або вгамувати голод ситним пад таєм. Але не варто забувати, що азіатська кухня — це безліч тонкощів і сумішей приправ і інгредієнтів, які перетворюються на абсолютно неповторні смаки.

В Азії популярні концепції «все включено» та інтерактивне обслуговування. Азійський ресторанний сервіс має свої унікальні особливості.

У багатьох країнах, таких як Китай та Японія, популярні ресторани з концепцією «все включено», де гості можуть самостійно вибирати страви, так званий буфетний формат.

У Японії активно використовують роботизованих офіціантів та інтерактивні меню. Прикладом є ресторан Najime, який є одним із найтехнологічніших у світі, де обслуговування здійснюють роботи-офіціанти. Вони приймають замовлення, сервірують страви та навіть взаємодіють із гостями, що демонструє високий рівень технологічного розвитку ресторанного сервісу. Ще заслуговує уваги ресторан UltraViolet (три зірки Michelin), який відкрив у Шанхаї французький шеф-кухар Пол Перей. Цей ресторан на один стіл та 10 посадочних місць, вважається першим у світі мультисенсорним рестораном – він використовує зір, звук і запах для покращення сприйняття їжі завдяки контрольованій та адаптованій атмосфері. Щовечора там подається

меню на 20 страв, у аскетичній залі, яка тотально обладнана настінними екранами та настільними проекторами, що транслюють відео, які посилюють враження від вечері (Додаток Е) [4].

У Китаї та Південній Кореї прийнято замовляти страви на всю компанію, групові трапези сприяють соціальній взаємодії. У багатьох азійських країнах існують традиційні правила поведінки за столом, наприклад, використання паличок та спеціальних жестів для вираження вдячності.

Вулична їжа рідко відповідає очікуванням високої кухні і точно не викликає захвату у нутриціологів – зазвичай вона містить багато жиру, солі, цукру, соусів і вуглеводів. Проте навіть якщо це і так, виявляється, є вуличні ресторани, удостоєні зірок Мішлен. І це реальна можливість покуштувати доступні за ціною страви, які оцінили найвибагливіші гурмани на планеті.

Прикладом слугує ресторан Jay Fai (Бангкок), названий на честь шеф-кухаря і власниці Супінайя Юсути. Назва ресторану – прізвисько Юсути. В меню ресторану є чотири зіркових страви: омлет з крабом, п'яна локшина, суп том-ям і жовтий каррі з крабом (Додаток Е).

Ресторанний бізнес у світі стикається з численними викликами, які впливають на його розвиток, прибутковість та конкурентоспроможність.

Перш за все економічні виклики. Ціни на сировину постійно змінюються, а кваліфіковані працівники вимагають вищої заробітної плати. Наприклад, у США через інфляцію ресторани змушені підвищувати ціни на меню, що знижує кількість клієнтів. Зростання кількості ресторанів у великих містах змушує власників шукати унікальні концепції. У Лондоні, наприклад, ресторани активно впроваджують тематичні концепції, такі як «Dark Dining» (вечеря в темряві), щоб виділитися серед конкурентів.

Технологічні виклики змушують ресторани впроваджувати нові технології, такі як електронні меню та мобільні додатки. У Японії популярні ресторани з роботизованими офіціантами, що зменшує витрати на персонал. Ресторани, що працюють з онлайн-замовленнями, стикаються з ризиками

витоку даних клієнтів. Наприклад, у 2023 році велика мережа ресторанів у США зазнала хакерської атаки, що призвело до витоку даних тисяч клієнтів.

Не залишаємо без уваги соціальні та культурні виклики. Клієнти все більше віддають перевагу здоровому харчуванню. У Європі зростає попит на веганські ресторани, а в Німеччині кількість закладів, що пропонують виключно рослинне меню, зросла на 30% за останні 5 років.

У Франції клієнти очікують вишуканого обслуговування, тоді як у США важливе значення має швидкість. Наприклад, у Парижі ресторани Michelin пропонують персоналізоване обслуговування, що підвищує рівень задоволеності клієнтів.

Важливими є екологічні виклики. Ресторани впроваджують стратегії мінімізації відходів. У Данії популярні заклади, що використовують концепцію «zero waste», де всі продукти використовуються максимально ефективно.

Зростає попит на біорозкладні упаковки. У Канаді ресторани активно переходять на екологічні матеріали, що зменшує негативний вплив на довкілля.

Не облишаємо політичні та регуляторні виклики. Ресторани повинні відповідати місцевим законам щодо ліцензування та санітарних норм. У Німеччині нові правила щодо мінімальної заробітної плати змусили багато ресторанів переглянути свою бізнес-модель. Також пандемія COVID-19 суттєво вплинула на ресторанний бізнес. У Великій Британії багато ресторанів закрилися через карантинні обмеження, а ті, що залишилися, перейшли на модель доставки.

Ключову роль у забезпеченні якісного сервісу в ресторанах світу відіграють загальноприйняті стандарти обслуговування. Вони визначають правила взаємодії з клієнтами, рівень професіоналізму персоналу та загальні принципи роботи закладу.

Загальні стандарти сервісу включають:

- оперативність – швидке реагування на запити клієнтів;
- компетентність – високий рівень знань та навичок персоналу;

- уважність та повага – персонал має бути ввічливим та уважним до потреб клієнтів;
- зовнішній вигляд – відповідність корпоративним стандартам одягу та поведінки;
- доступність – можливість отримати послугу без зайвих труднощів.

У ресторанній сфері стандарти обслуговування регулюють якість сервісу, який включає:

- привітання гостей (офіціанти повинні вітати клієнтів та супроводжувати їх до столика);
- час подачі страв (у ресторанах високого рівня подача основної страви має займати не більше 20 хвилин);
- чистота та порядок (столи повинні бути чистими, а персонал – охайним);
- рекомендації щодо вибору страв (офіціанти повинні знати меню та допомагати клієнтам з вибором).

Прикладом може бути мережа ресторанів McDonald's, яка має чіткі стандарти обслуговування, включаючи швидкість подачі замовлення (не більше 3-5 хвилин), ввічливість персоналу та підтримку чистоти у залі.

Ресторани преміум-класу дотримуються міжнародних стандартів, які включають у себе:

- індивідуальний підхід до клієнта – вподобання постійних гостей персонал добре запам'ятовує;
- високий рівень етикету – щодо правил сервірування офіціанти проходять спеціальне навчання;
- якість продуктів – використання тільки свіжих та високоякісних інгредієнтів;
- ексклюзивність – клієнтам пропонують унікальні страви та авторські рецепти.

Дотримання цих стандартів сприяє підвищенню рівня задоволеності клієнтів і зміцненню конкурентних позицій закладів.

Таким чином, розглянуті міжнародні стандарти мають чітко сформовані характеристики, які можна поступово впроваджувати у практику закладів ресторанного господарства України. Вони також дають можливість порівняти різні підходи до обслуговування споживачів.

Засвоєння міжнародних стандартів сервісу через науково-практичні семінари та міжнародний досвід працівників сприятиме вдосконаленню ресторанного обслуговування в Україні [6].

2.2. Аналіз сервісу ресторанів в Україні

Ресторанний бізнес в Україні є відносно молодим порівняно з іншими країнами, адже його активний розвиток розпочався лише в 90-х роках. Деякі науковці вважають, що цей період міг тривати й досі, якби не значний вплив пандемії коронавірусу та військових дій.

За майже три десятиліття галузь зазнала значних змін під впливом різних факторів. У 90-х роках активно відкривалися нові заклади, проте до 2009 року їх кількість поступово скорочувалася. Хоча відкривалися нові ресторани, число тих, що припиняли свою діяльність, було більшим. Лише у 2009–2011 роках ринок досяг певної стабільності.

Новий етап активного розвитку припав на 2012 рік, що було зумовлено проведенням чемпіонату Євро-2012. Однак згодом знову спостерігався спад, хоча й менш виражений, особливо з огляду на політичну ситуацію в країні.

У 2015 році зниження купівельної спроможності українців призвело до закриття приблизно 1500 ресторанів і кафе по країні, не враховуючи невідконтрольні території. Варто зазначити, що економічну кризу не змогли пережити заклади, які функціонували на межі рентабельності та орендували приміщення.

Період 2018–2021 років ознаменувався новим етапом розвитку, проте після повномасштабного вторгнення росії в Україну 24 лютого 2022 року більшість закладів ресторанного господарства опинилися в умовах боротьби

за виживання. Значна частина закладів на сході країни була фізично зруйнована. У перші місяці війни закрилося 37% закладів громадського харчування, галузь втратила до 65% працівників, а прибутки скоротилися вдвічі [4; 5].

Попри кризові періоди, ресторанний бізнес невинно змінювався, розвивався та вдосконалювався. Трансформації охопили всі аспекти: форму власності, організаційну структуру, технологічні та якісні зміни у приготуванні й оформленні страв, управління (франчайзинг, мережеві заклади), фінансову сферу, маркетинг (розширення послуг, акції) та харчові тенденції (зростаючий інтерес до здорового харчування, дієтичних страв, вегетаріанської, етнічної, локальної або молекулярної кухонь).

Внаслідок змін значно зріс попит на гастрономічні послуги в Україні. Станом на 1 листопада 2021 року в країні було зареєстровано 57 712 закладів ресторанного господарства (РГ) (табл. 2.1), з яких переважна більшість – 98,3% – були приватними. У загальній структурі ресторанного бізнесу найбільшу частку, а саме 37,3%, становили ресторани, кафе та бари. Заклади швидкого харчування (фаст-фуди) займали 17,3% ринку, паби та нічні клуби – 6,1%, заклади з надання кейтерингових послуг – 19,2%, харчові заклади при готелях – 3,2%, а заклади при АЗС – 16,9%.

Таблиця 2.1

Структура закладів ресторанного бізнесу в Україні
у динаміці 2021/2022 роки

№ з/п	Вид закладів	2021		2022		2022/2021
		Кількість (од)	%	Кількість(од)	%	+/-
1	2	3	4	5	6	7
1.	Ресторани, кафе, бари	21526	37,3	16,9	17,5	-14450
2.	Фаст-фуди, пекарні, кав'ярні	10022	17,3	15406	38,1	+5384
3.	Паби та нічні клуби	3508	6,1	890	2,2	-2618
4.	Заклади із надання кейтерингових послуг	11040	19,2	8208	20,3	-2832
5.	Заклади громадського харчування при готелях	1872	3,2	1537	3,8	-335

6.	Заклади громадського харчування при АЗС	9744	16,9	7319	18,1	-2425
	Разом	57712	100	40436		-17276

Джерело: розроблено автором на основі [7]

Аналіз динаміки структури закладів ресторанного бізнесу (табл. 2.1) показує, що у 2022 році їхня загальна кількість скоротилася на 17,3 тис. одиниць, що перевищує 30%. Найбільше постраждали ресторани та бари – закрилося 14,5 тис. закладів, оскільки через комендантську годину вони втратили можливість працювати у звичний нічний час.

У 2022 році відбулося значне переформатування діючих закладів, і провідні позиції зайняли заклади швидкого харчування (фаст-фуди), пекарні та кав'ярні, частка яких у загальній структурі досягла рекордних 38%. Це зумовлено їхньою демократичною ціновою політикою, адже середній рівень доходів відвідувачів знизився на третину, а в окремих випадках – ще більше.

Війна залишається найсерйознішим викликом для ресторанного бізнесу в Україні. Незважаючи на щоденні повітряні тривоги та перебої з електропостачанням, українські кав'ярні та кафе продовжують працювати та розвиватися.

Сотні закладів перейшли в режим благодійності. Наприклад, ресторатор Алекс Купер заснував у Києві «Паляницю» – мережу безкоштовного харчування для літніх людей, а його команда передала значні обсяги продуктів для ЗСУ, ТРО та шпиталів. Подібну ініціативу підтримували заклади Харкова, Миколаєва, Одеси та інших міст. Українська ресторанна асоціація й досі забезпечує безкоштовне харчування для лікарень, дитячих будинків і закладів для літніх людей.

Ще одним прикладом є ресторанний бізнес Олексія Ломського та Станіслава Любимського, які до початку війни управляли відомим харківським рестораном «Небо», двома піцеріями, магазином морепродуктів і власним виробництвом. Щодня вони готували обіди для елітних дитячих садків і шкіл

міста. З перших днів війни ресторан «Небо» почав безкоштовно годувати людей (Додаток Ж).

З часом ситуація стабілізувалася – бізнеси пристосувалися до нових умов, деякі закриті заклади відновили свою діяльність, а також відкрилися нові ресторани та кафе. Проте чимало викликів усе ще залишаються.

У вибірці взято більше 7000 закладів всіх типів бізнесу, що працювали упродовж 2023-2024 років (рис. 2.1). Дослідження показали:

- у 2024 році виторг українських ресторанів і кафе зріс у середньому на 10% порівняно з 2023 роком, а середній чек – на 17%, що пов'язано з підвищенням цін на продукти;

- українці стали рідше відвідувати заклади громадського харчування – на 3% менше, ніж торік. Найбільше падіння відвідуваності серед великих міст спостерігається у Дніпрі, де показник знизився на 5%;

- 47% власників опитаних закладів повідомили про зниження рентабельності.

Як змінилася виручка закладів

2024 до 2023, за типами бізнесу

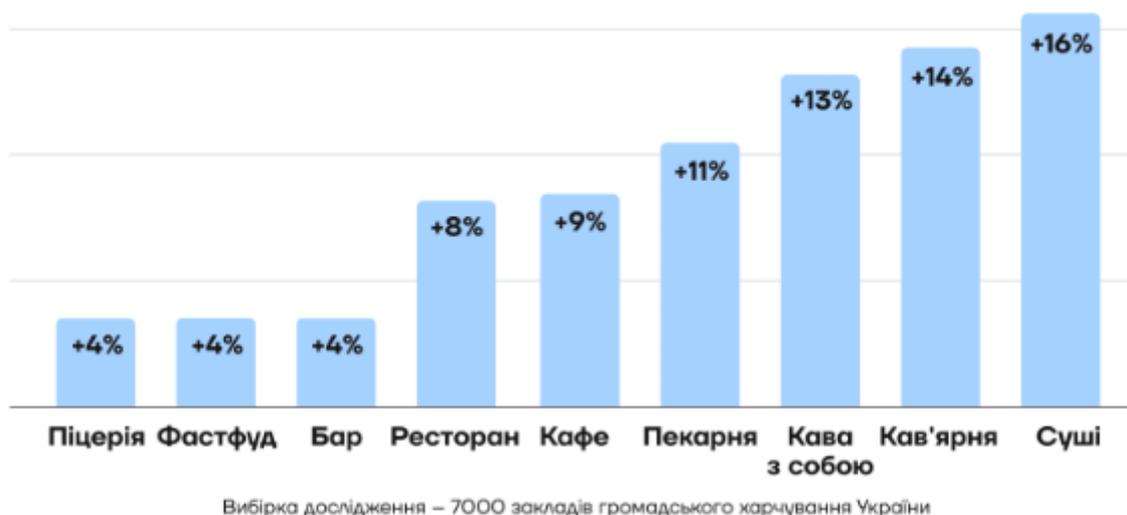


Рисунок 2.1 – Вибірка дослідження компанії Poster (7000 закладів громадського харчування України)

Джерело: розроблено автором на основі [9]

Аналітичний центр «Ресторани України» провів дослідження, яке показало, що за рік у Києві закрилося 120 ресторанів і кафе. Це переважно нові заклади, які не змогли набрати популярності через нестачу часу та фінансів, а також ресторани з невдалою концепцією та ціновою політикою. Крім того, частина закладів не встигла провести ребрендинг і адаптуватися до сучасних викликів.

Розглянемо ключові виклики, з якими стикається сучасний ресторанный бізнес в Україні.

Економічна нестабільність. Інфляційні процеси призводять до зростання цін на продукти, вартості оренди та електроенергії, що, у свою чергу, збільшує собівартість страв. Ресторатори змушені підвищувати ціни, ризикуючи втратити частину клієнтів. У 2024 році додатковим фінансовим навантаженням стало підвищення військового збору, що збільшило витрати закладів на оплату праці.

Купівельна спроможність населення знизилася. Основні причини залишаються незмінними: зростання податків, інфляція та загальне підвищення цін. Внаслідок цього люди стали більш ощадливо ставитися до витрат на розваги та харчування поза домом. Деякі споживачі надають перевагу більш доступним варіантам – замість вечері в ресторані вибирають фаст-фуд або замовляють доставку.

Перерви в роботі під час повітряних тривог. Деякі заклади, зокрема ті, що розташовані в торговельних центрах, змушені закриватися щоразу, коли в області оголошують повітряну тривогу. Це ускладнює планування робочого дня як для кафе, так і для кожного окремого працівника. Внаслідок цього ресторани втрачають клієнтів і доходи.

Планові та аварійні відключення електроенергії змушують заклади коригувати свою роботу. За відсутності генератора, кухня та кавомашина не функціонують, а продукти можуть зіпсуватися.

Додаткові витрати пов'язані з залишками продукції та списанням. Через повітряні тривоги та вимушені простой складно передбачити попит, тому

ресторани та кафе часто стикаються з проблемою невикористаних продуктів, термін придатності яких спливає раніше, ніж їх вдається реалізувати.

Кадровий відтік. Частина працівників виїжджає за кордон у пошуках стабільніших умов праці, інші мобілізуються до лав ЗСУ. У зв'язку з цим заклади змушені витратити час і кошти на пошук та навчання нових кухарів, офіціантів та іншого персоналу.

Конкуренція з великим бізнесом. Великі ресторани мережі мають більше ресурсів для адаптації до кризових умов, тоді як малим підприємствам доводиться постійно шукати нові підходи для залучення й утримання клієнтів.

Ресторанний бізнес в Україні змушений нести додаткові витрати на генератори та резервні системи живлення, а також на облаштування укриттів. Окрім цього, деякі заклади були змушені інвестувати в ремонт або заміну пошкоджених вікон після обстрілів [8].

Питання якості обслуговування залишається актуальним для всіх вітчизняних підприємств ресторанного сектору. Високий рівень сервісу є ключовим фактором ефективної роботи закладу, адже саме він допомагає утримати клієнтів та забезпечити конкурентоспроможність.

Якість обслуговування є ключовим фактором успішності ресторану. Заклад, який забезпечує відмінний сервіс, отримує значну конкурентну перевагу [3]. Підвищення рівня ресторанних послуг потребує ефективного управління, що ґрунтується на практичному використанні чинників зовнішнього та внутрішнього середовища [2]. Саме ці чинники визначають потенційну готовність до якісного сервісного обслуговування:

- задоволення індивідуальних запитів гостей персоналом ресторану;
- точне й ретельне виконання всіх завдань під час обслуговування;
- безперервний контроль та самоконтроль якості роботи;
- раціональне планування та ефективний розподіл часу;
- високий рівень професійної та соціальної компетентності.

Очевидно, що досягти ідеального рівня сервісного обслуговування в закладах ресторанного господарства неможливо, проте якість можна значно покращити шляхом її системного підвищення [3]. Для цього необхідний комплексний підхід та увага до різних аспектів обслуговування, зокрема:

- навчання та розвиток персоналу: регулярне проведення тренінгів для покращення навичок обслуговування та глибшого розуміння потреб клієнтів;
- стандарти обслуговування: розробка та впровадження чітких правил, що визначають очікуваний рівень сервісу для всіх працівників;
- збір і аналіз відгуків: організація системи збору клієнтських відгуків та їх активне використання для покращення якості обслуговування;
- персоналізований сервіс: індивідуальний підхід до кожного гостя з урахуванням його побажань та уподобань;
- інновації в меню та концепції: провадження нових цікавих страв, а також оновлення ресторанної концепції для створення сучасного іміджу;
- ефективне управління резерваціями: використання сучасних інструментів для планування бронювань та забезпечення безперервного обслуговування;
- програми лояльності та винагороди: запровадження бонусних систем та спеціальних пропозицій для постійних клієнтів;
- дизайн і атмосфера: створення комфортної атмосфери та стильного інтер'єру, що сприяє залученню та утриманню гостей.

Комплексне впровадження цих заходів сприятиме покращенню сервісу та формуванню позитивного враження у гостей ресторану.

Сучасним українським ресторанам недостатньо просто пропонувати смачні страви – їм потрібно вирізнитися атмосферою, дизайном, унікальною концепцією та високим рівнем обслуговування. Персонал має бути уважним, ввічливим і доброзичливим, адже негативний досвід обслуговування запам'ятовується набагато більше, ніж сама страва.

Ресторанний сервіс – ключовий фактор успіху, який має бути в пріоритеті для закладів громадського харчування. Це не лише професійний персонал чи естетичне сервірування, а й гармонійне поєднання мистецтва спілкування, етикету, традицій та психологічних аспектів взаємодії з гостями.

2.3. Аналіз процесу обслуговування службами ресторанного сервісу на прикладі ресторану «GARDEN» в місті Перещепине

Розглянемо процес обслуговування службами ресторанного сервісу на прикладі ресторану «GARDEN», який знаходиться за адресою: м. Перещепине, вул. Шевченка, 4.

Це ресторанне підприємство, відкрите для широкого загалу, пропонує споживачам різноманітне меню, включаючи індивідуально замовлені страви, а також алкогольні напої та кондитерські вироби. Високий рівень обслуговування гармонійно поєднується з можливістю комфортного відпочинку гостей.

Однією з головних складностей управління якістю обслуговування є те, що клієнтам важко об'єктивно оцінити якість послуг через їхній невідчутний характер. У таких випадках оцінювання зводиться переважно до аналізу поведінки персоналу, який безпосередньо взаємодіє з гостями.

З точки зору ресторанних підприємств, якість обслуговування в ресторані охоплює три ключові етапи: підготовка до прийому гостей, процес їхнього перебування та супровід після відвідування закладу.

Перший етап – це взаємодія клієнта з рестораном на відстані. Вона включає рекламні матеріали, публікації в соцмережах, відгуки та спостереження, що формують перше враження про заклад.

Другий етап – безпосередній візит до ресторану. Це момент, коли клієнт здійснює замовлення страв і напоїв, оцінює якість обслуговування та формує

власне ставлення до закладу. Саме цей етап найбільш впливає на загальне сприйняття ресторану.

Третій етап – завершення перебування в ресторані. На цьому етапі між закладом і клієнтом встановлюються довготривалі відносини, які ґрунтуються на якості отриманих послуг і загальному досвіді відвідування.

Зазвичай гостей у ресторані зустрічає офіціант або адміністратор, пропонуючи їм зайняти вільний столик. Оскільки кожен відвідувач цінує свій час, витрачений на дорогу до закладу, він віддає перевагу ресторанам, розташованим неподалік його місця перебування.

Час, необхідний для вирішення організаційних питань, включає оформлення замовлення та оплату рахунку. Клієнти прагнуть отримати оперативне та якісне обслуговування, а також можливість розрахунку за допомогою кредитної картки або електронного гаманця, що допомагає зекономити час.

Основним етапом є момент надання послуги, адже він передбачає безпосередню взаємодію з персоналом у процесі замовлення.

Очікування виконання замовлення дозволяє клієнту оцінити ефективність роботи закладу, швидкість його працівників, а також звернути увагу на деталі інтер'єру, чистоту приміщення та загальну атмосферу ресторану.

Ресторан «GARDEN» – стильний заклад, який має дуже вдале розташування у самому серці міста, з ненав'язливою та заспокійливою атмосферою, сучасним інтер'єром, відкритим літнім майданчиком (Додаток 3). Ресторан працює за зручним графіком: з 9.00 до 22.00.

У ресторані доступні два типи послуг: основні та додаткові. Основні послуги охоплюють якісне обслуговування гостей та забезпечення комфортного перебування в залі закладу. Додаткові послуги включають організацію продажу та споживання продукції, кулінарне обслуговування, доставку страв, пакування придбаної продукції, бронювання столиків телефоном, збереження особистих речей гостей (верхнього одягу, сумок

тощо), виклик таксі та надання телефонного зв'язку. Крім того, ресторан активно взаємодіє з клієнтами через сторінки в популярних соціальних мережах [1].

Ресторан «GARDEN» пропонує широкий вибір страв європейської та азіатської кухні, задовольняючи найрізноманітніші смакові уподобання гостей. Окрім багатого меню, заклад славиться якісними напоями – ароматним чаєм, кавою, водою, а також різноманітними алкогольними та безалкогольними коктейлями, які дозволяють гостям насолодитися атмосферою та моментом. Меню ресторану враховує потреби всіх категорій відвідувачів, включаючи людей з непереносимістю лактози, вегетаріанців, дітей, а також любителів гострих страв.

Бізнес ланчі – це не від'ємна та необхідна річ для людини, яка працює та у якої обмаль часу. Розглянемо меню бізнес-ланчу на тиждень, запропоноване рестораном «GARDEN» в грудні 2021 року (Додаток 3):

Бізнес-ланч (12.00 - 15.00)

Понеділок

Борщ з пампушками та салом

Гуляш свинячий з булгуром

Салат буряковий

Вівторок

Суп мисливський

Мітболи з рисом

Салат «Весняна свіжість»

Середа

Суп сирний

Салат «Олів'є»

Четвер

Суп овочевий

Вареники з м'ясом

П'ятниця

Суп з локшиною

Куряча відбивна з картопляним пюре

Салат по-домашньому

Вартість цього примірника 150 грн.

І ще один приклад, меню на 2 особи у новорічну ніч 2022 року (Додаток 3):

1. Сет з домашніх делікатесів
2. Карпачо з лососем
під цитрусово-гірчичним соусом
3. Плато сирів
4. Штрудель з лососем
5. Заливне із лосося та осетра
6. Холодець з хріном
7. Салат з качкою
та карамелізованою грушею
8. Оселедець під шубою
9. Олів'є традиційний
10. Паштет печінковий з грінками
11. Сібас батерфляй
12. Ребра Джек Деніелс
13. Шашлик зі свинини
14. Шашлик з телятини
15. Картопля овчара

16. Овочі гриль
17. Чабатга
18. Компот
19. Вода Моршин 0,33 газ/негаз
20. Шампанське «Артемівське»

Вартість одного квитка 1975 грн. Сюди увійшли: меню, подарунки, жива музика, святковий феєрверк.

Лише один неприємний момент: на сьогоднішній день вартість такого бізнес-ланчу зросла до 450 – 500 грн., а подібне новорічне меню – близько 4000 – 4500 грн.

Контроль якості послуг здійснюється відповідно до технологічних стандартів виконання робіт, адже питання якості є важливим у сучасних ринкових умовах. Незважаючи на загальні виклики, ресторан «GARDEN» користується значним попитом і повністю відповідає встановленим стандартам та нормам.

Заклад вирізняється високим рівнем професіоналізму та компетентності персоналу. Обслуговування тут поєднується з атмосферою затишку, створюючи для кожного гостя відчуття домашнього комфорту. Менеджмент постійно працює над розробкою та впровадженням стандартів якості, організовує навчання працівників, здійснює комплексний контроль та прагне вдосконалення на всіх рівнях ресторану. Ресторан відповідає державним, санітарним та будівельним нормам, а також стандартам виробництва і реалізації продукції та послуг. Заклад повністю відповідає вимогам ДСТУ 4281:2004 для підприємств ресторанного господарства.

Заклад має простору залу, де гості можуть насолодитися трапезою та приємно провести час. Тут проводяться бенкети, вечірки та корпоративні заходи, забезпечуючи комфортну атмосферу для різних подій.

Інтер'єр закладу оснащений зручними меблями та високоякісним кухонним обладнанням, що сприяє якості обслуговування. Ресторан підтримує

належний рівень чистоти завдяки ефективним технологічним процесам прибирання.

Відповідно до стандартів роботи ресторанних закладів, книга відгуків і пропозицій розміщена у доступному місці, щоб кожен клієнт міг залишити свої враження або ознайомитися з інформацією, що стосується споживачів.

Ресторан «GARDEN» активно впроваджує спеціальні пропозиції, що ефективно привертають увагу нових гостей та радують постійних клієнтів. Завдяки ретельно продуманим акціям заклад успішно зміцнює свою позицію на ринку ресторанних послуг.

Серед ключових переваг ресторану – затишна та невимушена атмосфера, ідеальна для приємного відпочинку в компанії друзів. Особливу родзинку закладу додає гриль-бар, де працюють бармени, справжні майстри своєї справи. Вони досконало володіють класичними рецептами та створюють напої, що вражають не лише смаком, а й естетичним оформленням.

План сталого розвитку ресторану «GARDEN» представляє собою детальну стратегію, спрямовану на охорону навколишнього середовища та підвищення екологічної відповідальності закладу (рис. 2.2).



Рисунок 2.2 – Сталий розвиток підприємств ресторанного господарств
Джерело: розроблено автором на основі [2]

Основні принципи сталого розвитку:

1. Використання сезонних та екологічно чистих продуктів – ресторан «GARDEN» активно підтримує концепцію використання місцевих сезонних інгредієнтів, що сприяє розвитку регіональної економіки та підтримці фермерських господарств. Це також допомагає скоротити вуглецевий слід, пов'язаний із транспортуванням продуктів на значні відстані. Заклад надає перевагу екологічно чистим продуктам, вирощеним із дотриманням екологічних стандартів без застосування шкідливих хімікатів.

2. Ресторан укладає річні трудові договори на повний робочий день, забезпечуючи співробітникам стабільні умови праці та гарантований дохід. Це сприяє покращенню добробуту персоналу та зміцненню їхньої фінансової стабільності.

3. Ресторан дотримується принципу рівних можливостей у працевлаштуванні та активно протидіє будь-яким формам дискримінації під час прийому на роботу. Всі кандидати мають рівний доступ до вакансій і можуть продемонструвати свої навички та професійні якості без обмежень, незалежно від раси, статі, національності, релігійних переконань, статевої орієнтації чи інших особистих характеристик.

4. Ресторан активно впроваджує використання компостованих матеріалів для упаковки та посуду, особливо для замовлень на винос і онлайн-замовлень. Це сприяє зменшенню кількості відходів та мінімізації негативного впливу на навколишнє середовище.

5. Енергоефективне освітлення – ресторан інвестує в екологічні рішення, зокрема встановлює світлодіодні лампи та мансардні вікна, що сприяє зниженню енергоспоживання та скороченню викидів вуглекислого газу.

6. Скорочення харчових відходів – заклад прагне раціонального використання продуктів, уникаючи зайвих втрат. Наприклад, інгредієнти, які не можуть бути використані для основних страв, застосовуються для приготування соусів або інших кулінарних виробів.

Запроваджені принципи не лише сприяють охороні навколишнього середовища, а й дозволяють ресторану «GARDEN» закріпити свою репутацію як екологічно відповідального закладу.

Попри належність до середнього сегменту, ресторан стабільно користується високим попитом. Його власниця реалізувала якісний та продуманий проєкт, що приваблює широку аудиторію завдяки оригінальній концепції, сучасному дизайну, відмінному сервісу, смачним стравам та доступній ціновій політиці.

РОЗДІЛ 3

ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ СЕРВІСУ РЕСТОРАНІВ

3.1. Застосування інновацій ресторанами в світі

Розвиток науки є ключовим чинником прогресу будь-якої країни. Запровадження інноваційних технологій та нестандартних ідей сприяє економічному підйому, розширенню можливостей малого бізнесу та забезпеченню фінансової стабільності.

Сучасні ресторани змагаються між собою завдяки впровадженню новітніх рішень, що допомагає залучати нових клієнтів і зміцнювати репутацію закладу. Інновації відіграють важливу роль у менеджменті та є необхідним інструментом для підприємств у будь-який час. Їхнє застосування дозволяє компаніям підвищувати прибутковість навіть у періоди кризи, а також посилювати свої позиції на конкурентному ринку.

У дослідженні ресторанного бізнесу ключові інновації можна поділити на кілька категорій.

Продуктові інновації передбачають створення та впровадження нових товарів і послуг, зокрема унікальних меню, персоналізованих пропозицій для гостей, оригінальних рецептів і концепцій.

Ресурсні інновації спрямовані на ефективне використання матеріальних, фінансових і людських ресурсів, застосування енергозберігаючих технологій, а також екологічно відповідальних рішень, таких як сертифікація «Green Key».

Маркетингові інновації охоплюють використання сучасних цифрових інструментів, включаючи соціальні мережі, програми лояльності та аналіз великих масивів даних (big data) для розуміння поведінки клієнтів.

Організаційні інновації зосереджені на нових моделях управління, автоматизації бізнес-процесів, розвитку франчайзингових стратегій і партнерських програм [5, с. 20].

Такий підхід до класифікації дозволяє систематизувати інноваційні процеси та визначити їхній вплив на розвиток галузі.

У готельно-ресторанній сфері найбільш поширеними є певні види інновацій, представлені на рис. 3.1. Однак останні п'ять років, починаючи з пандемії COVID-19, швидкими темпами розвивається новий тренд – екологічні інновації. На сьогодні все більше готелів і ресторанів у різних країнах проходять екологічну сертифікацію Green Key. Це важливий елемент сталого розвитку, що сприяє зниженню витрат на використання енергетичних ресурсів і створенню безпечного середовища для клієнтів.



Рисунок 3.1 – Інновації у готельно-ресторанному бізнесі

Джерело: розроблено автором на основі [4]

З огляду на перелічені види інновацій, доцільно детальніше розглянути ті, що нині відіграють ключову роль у ресторанному бізнесі.

Інтернет-технології стали важливим елементом сучасного обслуговування. Сьогодні кожен охочий може забронювати столик онлайн, зазначивши всі необхідні деталі – час, кількість гостей, попереднє замовлення тощо – а також залишити свої контактні дані. Після цього клієнт отримує SMS-повідомлення або персональний дзвінок від закладу для підтвердження бронювання.

Доступ до Wi-Fi – один із вирішальних факторів для молоді при виборі місця для харчування чи відпочинку. Вільний доступ до Інтернету дозволяє

гостям з комфортом провести час в очікуванні замовлення: переглянути новини, поспілкуватися в соціальних мережах, насолодитися музикою тощо.

QR-коди та електронне меню стали важливими елементами сучасного ресторанного сервісу. QR-код – це двовимірний штрих-код, який мобільний пристрій зчитує для отримання інформації. Використання таких кодів є ефективним маркетинговим інструментом, що привертає увагу гостей.

Перейшовши за QR-кодом на сайт закладу, потенційні клієнти можуть ознайомитися з онлайн-меню, де представлені всі доступні страви та напої. Такий формат значно полегшує процес вибору й оформлення замовлення як у закладі, так і при замовленні доставки.

Меню на вітринах та при вході в ресторан забезпечує відкритий доступ до асортименту страв, що значно спрощує роботу персоналу. Завдяки цьому відвідувачі можуть самостійно переглянути доступні позиції та зробити вибір без необхідності залучати офіціантів, що дозволяє оптимізувати процес обслуговування та покращити загальний комфорт гостей у закладі.

Аудіо-візуальні дисплеї. Зараз використання обідніх столів та іншого супутнього цифрового обладнання ресторанными закладами поширено в Європі та США. В цих країнах ресторанны заклади можуть вбудовувати або монтувати електронне обладнання безпосередньо в поверхні столів. У деяких країнах, таких як Об'єднані Арабські Емірати, Японія та Кіпр, є ресторани, що використовують інтерактивні столи з сенсорним екраном (коли вся поверхня столу є одним електронним пристроєм). Такі столи оснащені міцним сенсорним екраном з високою роздільною здатністю і спеціальним програмним забезпеченням. Ця сенсорна система працює швидше, ніж смартфон або планшет, і дозволяє клієнтам читати меню, робити замовлення, спостерігати, як кухня готує замовлену їжу, малювати, грати в ігри, користуватися соціальними мережами та здійснювати різні покупки. Крім того, ці столи можуть розпізнавати, чи відвідував клієнт цей ресторан раніше [12].

Вбудовані дисплеї у стіни, шафи та столи стали не лише стильним дизайнерським рішенням, а й ефективним способом привернення уваги гостей. Технологічно оновлений інтер'єр сприяє підвищенню інтересу відвідувачів, а самі дисплеї можуть виконувати різні функції: транслювати музичні кліпи, новини, або слугувати екранами для доступу до Інтернету. На них також можна встановлювати програми з картами та схемами транспортних маршрутів, що робить їх ще кориснішими для гостей. Однією з найбільш відомих компаній у світі, що займається встановленням дисплеїв, є Digital Signage. Її рішення активно використовують готельно-ресторанні мережі, такі як Van Der Valk у Нідерландах та Дель Коронадо у Каліфорнії.

До технічних удосконалень у ресторанах можна віднести вбудовані розетки для зарядки різних гаджетів. Сучасні смартфони мають обмежений час автономної роботи, тому можливість швидко підзарядити пристрій є важливою для багатьох гостей. Це рішення також зручне для ділових людей, які працюють за ноутбуком чи комп'ютером і потребують стабільного доступу до електроживлення. Завдяки таким інноваціям ресторани створюють комфортні умови для клієнтів, дозволяючи їм продуктивно займатися справами навіть поза межами офісу.

Концепція ресторану-робота також не втрачає своєї актуальності сьогодні. Підприємці намагаються економити буквально на всьому, щоб пережити економічну кризу. Заробітна плата є досить значною статтею витрат, включаючи додаткові соціальні бонуси та страхування. Враховуючи, що рівень крадіжок в ресторанах і кафе часто в рази перевищує цей фонд, витрати на роботизацію ресторанів, швидше за все, будуть обґрунтованими. Хоча використання роботів у ресторанному бізнесі може здатися дивним, сучасні відкриття у світі робототехніки свідчать про протилежне. Автоматизація виробництва не тільки прискорює і полегшує процес управління рестораном, але й знижує витрати і приваблює клієнтів.

Наприкінці 2019 року в Парижі відкрився пілотний ресторан-робот Pazzi. Автори запропонували повністю автономний ресторан, який би

працював за допомогою роботів, здатних готувати 120 різних піц за годину і пропонувати 500 000 різних смакових комбінацій з урахуванням технологій, що відповідають стандартам якості виробництва. Зараз компанія планує відкрити від 500 до 1000 ресторанів-роботів по всьому світу, де роботи-піццмейкери виготовлятимуть піцу втричі швидше, ніж люди.

Окрім технологічних і технічних нововведень, значну роль у розвитку ресторанного бізнесу відіграють організаційні та продуктові інновації.

Креативна подача страв – ефективний спосіб здивувати клієнтів і створити унікальний гастрономічний досвід. Для ресторанів, що мають зірки Мішлен, характерним є подавання невеликих порцій на великих тарілках із нестандартним оформленням.

Одним із найяскравіших прикладів є токійський ресторан Sushiya по Nohachi, який прославився завдяки шеф-кухарю Хіронорі Ікено. Спочатку його ідея мініатюрної їжі була лише жартом, але згодом вона перетворилася на візитну картку закладу. З часом порції ставали дедалі меншими, і шеф із захопленням довів, що можливо створити суші з одного рисового зернятка. Сьогодні цей незвичайний ресторан приваблює туристів зі всього світу, які прагнуть особисто оцінити мініатюрні кулінарні витвори мистецтва. Такі новаторські підходи не лише захоплюють гостей, а й роблять заклади по-справжньому унікальними (Додаток II).

Традиційні способи презентації страв поступово втрачають свою ефектність, тому все більшої популярності набирає оформлення їжі з імітацією різних текстур – каменю, трави, мотузок тощо. Такий підхід дозволяє створювати візуально унікальні композиції, що викликають інтерес у гостей.

Оригінальна концепція закладу – ще один важливий аспект залучення клієнтів. Сучасні ресторани прагнуть виділятися не лише гастрономічними пропозиціями, а й дизайнерським оформленням та загальною атмосферою. Це стосується як стилю кухні, так і інтер'єру та тематики. Однією з трендових ідей є концепція «open kitchen», що дозволяє гостям безпосередньо спостерігати за роботою кухарів.

Велику популярність також мають тематичні ресторани та кафе з унікальним дизайном і нестандартними підходами до обслуговування. У сучасному світі лише смачна кухня та якісний сервіс уже не гарантують успіху – клієнти шукають яскраві емоції та незабутні враження. Саме тому найкреативніші ресторатори активно змагаються за можливість здивувати гостей неординарними ідеями.

Пропонуємо кілька прикладів закладів, що здобули популярність не лише завдяки гастрономічним досягненням, а й завдяки своїм унікальним концепціям (Додаток II).

Dinner in the Sky, Брюссель, Бельгія – обід у небесах. Цей унікальний ресторан виник у Бельгії завдяки компанії, що займалася виробництвом підйомних кранів. Одного разу замість звичайного вантажу в небо підняли спеціальну платформу, здатну розмістити 22 гостей, а також офіціантів і кухарів, які готують страви прямо у повітрі – на висоті 50 метрів. Зараз цей концепт доступний у багатьох країнах світу. Команда ресторану приїздить до вибраної локації та за дві години облаштовує все необхідне для небесної трапези. Вражаючий заклад уже відвідав понад 50 країн, включно з Україною.

Втім, таке незвичайне гастрономічне задоволення не з дешевих – вартість обіду стартує від 1500 євро за людину. Але для тих, хто шукає виняткові враження, ця можливість залишається привабливою. Цей формат перетворює звичайну вечерю на унікальну подорож у небо, даруючи гостям відчуття захоплення та екстремальних емоцій.

Ithaa, Мальдіви – перший у світі ресторан під водою. На глибині 4 метри під водами Мальдів розташований унікальний заклад, що пропонує не лише вишукані обіди, а й захопливі панорамні краєвиди океану. Гості можуть насолоджуватися видом на сотні екзотичних морських мешканців, які пропливають прямо над їхніми головами. Однак через обмежений простір ресторан здатний прийняти всього 14 відвідувачів одночасно, що робить бронювання столиків доволі складним – подекуди їх резервують майже за рік.

Цей заклад став культовим місцем для любителів незвичайних вражень і поєднує розкішну кухню з унікальною атмосферою підводного світу.

Ristorante Grotta Palazzese, Поліньяно-а-Маре, Італія – обід над морем. Цей ресторан заслужено входить до списку найкрасивіших закладів світу. Однак насолодитися його унікальною атмосферою можна лише в теплу пору року – він працює з травня по жовтень. Заклад розташований у природному вапняковому гроті над морем, що робить його локацію особливо мальовничою. Вражаючий бонус до гастрономічного задоволення – неймовірні панорамні краєвиди: під час обіду гості можуть милуватися хвилями Адріатичного моря з висоти 25 метрів. Ресторан є частиною однойменного готельного комплексу, де всі номери виконані у стильному «печерному» дизайні з панорамним видом, що підкреслює унікальність цього місця.

Redwood Treehouse, Окленд, Нова Зеландія – у гості до пташок. Нова Зеландія славиться своєю мальовничою природою та унікальними туристичними місцями, одним із яких є Redwood Treehouse. Тут гості можуть насолодитися трапезою в гармонії з природою та відчутти ностальгію, опинившись у затишному будиночку на дереві. Заклад має незвичайну еліптичну форму та розташований навколо величної секвої на висоті понад 10 метрів. У меню представлені страви кухонь різних країн, а винна карта складається виключно з місцевих сортів. Цей ресторан пропонує відвідувачам унікальний досвід, поєднуючи гастрономію з атмосферою чарівного лісового притулку.

El Diablo, Лансароте, Іспанія – кулінарія на вулкані. У цьому незвичайному ресторані страви готують прямо над кратером вулкана, використовуючи природне тепло землі. Такий спосіб приготування додає унікального характеру стравам і робить процес обіду справжнім гастрономічним досвідом.

Giraffe Manor, Найробі, Кенія – вечеря в компанії жирафів. Цей ресторан давно здобув популярність завдяки своїм незвичайним гостям – жирафам, які

без страху заглядають у вікна та двері, сподіваючись отримати ласощі від відвідувачів. Заклад є частиною однойменного готелю, де тварини вільно гуляють територією, створюючи неповторну атмосферу. Гості можуть не лише насолодитися трапезою, а й поспілкуватися з цими граційними велетнями та зробити пам'ятні фото.

Фокус на екологічно чисту продукцію. Сучасні ресторани та кафе дедалі більше віддають перевагу закупівлі продуктів безпосередньо у фермерських господарствах, підтримуючи виробників, які самостійно вирощують овочі та фрукти, доглядають за тваринами або займаються рибальством[1]. Багато закладів прагнуть повністю перейти на використання екологічно чистої продукції, яка, хоч і коштує дорожче, але вирізняється високою якістю. Яскравий приклад такого підходу – ресторан Мааето в Осло (Норвегія), що володіє трьома зірками Мішлен і демонструє відданість принципам натуральності та сталого розвитку. Ця тенденція не лише сприяє збереженню довкілля, а й підвищує рівень довіри та лояльності клієнтів, які шукають здорове й відповідальне харчування.

Популярність кейтерингових послуг. Кейтеринг залишається актуальним напрямом у сфері ресторанного бізнесу. Останнім часом спостерігається зростання кількості виїзних церемоній та заходів на відкритому повітрі, що збільшує потребу у професійних послугах з організації харчування. Забезпеченням таких подій здебільшого займаються спеціалізовані кейтерингові компанії. Водночас деякі ресторани також додають кейтеринг до свого списку послуг, що дозволяє залучати нових клієнтів і розширювати можливості закладу [2]. Такий підхід сприяє збільшенню конкурентоспроможності ресторану та відкриває додаткові перспективи для його розвитку.

Для кращого розуміння відмінностей між інноваційними підходами в готельній та ресторанній сферах варто розглянути ці напрямки окремо. Попри спільну мету – забезпечення якісного сервісу для клієнтів – процеси, технології та потреби в інноваціях у цих галузях суттєво різняться. Таке

розмежування дозволяє чітко визначити особливості кожного бізнесу, сприяє точнішому аналізу ефективності нововведень та допомагає адаптувати підходи до розвитку відповідно до специфіки сфери.

У нашому дослідженні було проаналізовано ключові тренди впровадження інновацій у ресторанному бізнесі (табл. 3.1).

Таблиця 3.1

Тренди у використанні інновацій у ресторанному бізнесі

Тренди	Характеристика
Мультиканальність	Віртуальні ресторани, що не приймають гостей та готують тільки для доставки, нові застосунки для доставки більш швидко, цей тренд зменшує витрати підприємств та робить доставку більш привабливою для клієнтів, різноманітність каналів та способів доставки, інтеграція з рестораним обладнанням
Доставка та їжа на виніс	Комбінація онлайн та офлайн продажів
Корисне харчування та Casual	Здорова їжа для клієнтів та їжа наближена за якістю до дорогих закладів, але має не таку високу ціну
Автоматизація та діджиталізація	Багато закладів роблять нову інтеграцію з новими технологіями для більш швидкого обслуговування клієнтів та оптимізації праці у закладі
Використання QR кодів у закладі	Технологія оплати за смартфоном, допомога екології та більш безпечно використання меню після проблем короно кризи

Джерело: розроблено автором на основі [4]

Сучасні ресторани активно впроваджують інновації, спрямовані на автоматизацію сервісу, що дозволяє підвищити швидкість і якість обслуговування. Період короно-кризи суттєво вплинув на розвиток ресторанного бізнесу, змусивши підприємства адаптуватися до нових умов. В той час ключовими рішеннями стали такі нововведення, як їжа на виніс,

онлайн-доставка та QR-коди в закладах, що дозволило бізнесу отримувати прибуток навіть у складні часи. Ця тенденція залишається актуальною й сьогодні – ринок онлайн-замовлень і доставки продовжує стрімко розвиватися, оскільки такий формат є зручним і привабливим для клієнтів. Зараз кількість онлайн-ресторанів швидко зростає, і вони вже починають випереджати заклади, які працюють виключно в традиційному форматі прийому гостей.

Підприємства, що впровадили принципи екологічного менеджменту, сталого розвитку та сучасні технології, вийшли на новий рівень, суттєво змінивши якість своїх послуг, рівень безпеки та репутацію. Після пандемії споживачі та власники закладів переосмислили своє ставлення до індустрії гостинності. Екологічність сьогодні відіграє ключову роль: згідно зі статистикою, більшість людей надають перевагу готелям, що впроваджують екологічні інновації, та ресторанам, які використовують відповідні технології.

Загалом, тренд на здорове харчування та екологічно чисті продукти набирає популярності по всьому світу, і багато закладів уже включили окремі сторінки з такою їжею у свої меню.

Щоб продемонструвати процес інвестування закладів харчування у сучасні технологічні рішення, представимо динаміку вкладень підприємств цієї галузі у нові технології (рис. 3.2).

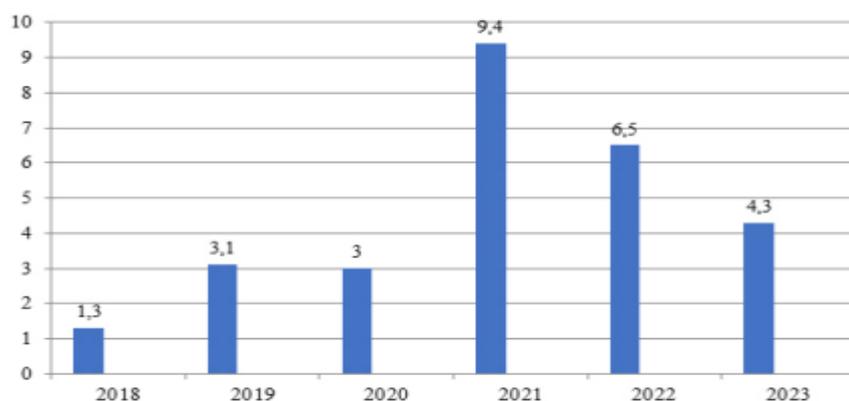


Рисунок 3.2 – Динаміка інвестицій у нові технології у закладах ресторанного господарства Європи, млрд дол., 2018-2023 рр.

Джерело: розроблено автором на основі [19]

Як показано на рис. 3.2, після пандемії інвестиції в ресторанний бізнес досягли значного рівня, проте згодом їх обсяги почали знижуватися. Починаючи з 2022 року, кількість нових закладів ресторанного господарства суттєво зросла, що призвело до високої конкуренції. Внаслідок цього ринок став перенасиченим, а можливості для інноваційного розвитку ускладнилися. Через підвищену нестабільність та зростаючі ризики багато інвесторів зосередили свою увагу на інших, більш прибуткових напрямках, поступово відмовляючись від вкладень у ресторанну сферу.

Аналіз показав, що однією з основних проблем ресторанного бізнесу є складність пошуку кваліфікованих працівників, а також залучення нових клієнтів. Це пояснюється високою конкуренцією та великою кількістю закладів, які активно впроваджують сучасні інновації.

У рамках дослідження було розглянуто використання новітніх технологій у найвідоміших ресторанах світу. Наприклад, у Robot Restaurant (Токіо, Японія) та Foodom Tianjiang (Китай) роботизовані системи виконують функції офіціантів – вони приймають замовлення, доставляють страви та взаємодіють із гостями. У мережі Pizza Hut у Сінгапурі впроваджено інтерактивні столи, що дозволяють клієнтам самостійно створювати замовлення та навіть налаштовувати дизайн піци за власними вподобаннями.

Ресторан Noma у Копенгагені застосовує концепцію локальної гастрономії, використовуючи виключно сезонні та місцеві продукти. Водночас заклади Silo у Лондоні та Amass у Копенгагені активно впроваджують екологічні ініціативи, включаючи компостування, переробку матеріалів і скорочення харчових відходів. Ці ресторани демонструють глибоке розуміння важливості сталого споживання та впровадження екологічних технологій, формуючи нові стандарти відповідального ведення бізнесу в індустрії гостинності.

Аналіз світових ресторанних інновацій показав, що деякі заклади активно експериментують, виходячи на новий рівень кулінарного мистецтва. Наприклад, шеф-кухар Ферран Адрія з ресторану El Bulli (Іспанія) застосовує

хімічні та фізичні технології для створення унікальних текстур і смаків. Його кулінарні концепції включають ікру з фруктового соку та винну піну, що додає стравам особливого характеру. У свою чергу, ресторан Food Ink (Лондон, Дубай) використовує 3D-друк для приготування їжі, створюючи складні архітектурні форми з їстівних матеріалів. Ці інноваційні підходи демонструють, як ресторанна індустрія постійно змінюється, адаптуючись до нових технологій, споживчих очікувань і сучасних соціальних тенденцій.

Світова індустрія гостинності постійно розвивається, функціонуючи у висококонкурентному середовищі та з появою численних нових закладів. Ключовим фактором успіху в таких умовах є активне впровадження інновацій у готелях і ресторанах. Однак для досягнення ефективних результатів необхідно вчасно реалізовувати нові підходи, ретельно аналізувати конкурентне середовище, оцінювати їхню актуальність у конкретній країні чи місті, а також враховувати політичні та соціальні чинники, що можуть вплинути на їхню успішність. Глибоке розуміння цих аспектів допомагає підприємствам адаптуватися до ринкових змін і залишатися конкурентоспроможними.

Сучасний бізнес зосереджений на оптимізації витрат на енергоресурси та персонал, підвищенні швидкості обслуговування та автоматизації процесів. Для топменеджменту підприємств надзвичайно важливо оперативно отримувати доступ до ключової інформації, аналізувати події у компанії та ухвалювати ефективні управлінські рішення.

Впровадження інноваційних технологій у ресторанній сфері сприяє збільшенню потоку відвідувачів, розширенню асортименту страв і вдосконаленню способів їх подачі. Крім того, нові рішення у веденні бізнесу дозволяють підвищити конкурентоспроможність закладів харчування.

Розвиток технологій відкриває перед індустрією гостинності нові можливості, дозволяючи вийти на якісно новий рівень сервісу та забезпечити сучасний підхід до обслуговування клієнтів.

3.2. Застосування інновацій ресторанами в Україні

Ресторанна індустрія України – це складний і багатогранний сектор, що відіграє важливу роль у національній економіці. Її розвиток тісно переплетений з економічними процесами, історичними подіями та географічними особливостями країни. Для успішного функціонування та позитивного впливу на економіку та суспільство підприємства громадського харчування мають чітко дотримуватися встановлених процедур. Екологічна модернізація української економіки спричинила значні структурні зрушення у різних її галузях. Перехід до нового бізнес-середовища та виклики, пов'язані з пандемією, кардинально змінили ресторанний ринок, змусивши скорочувати витрати та запроваджувати нові стандарти діяльності.

Стрімкі зміни в українському бізнес-середовищі спричинили серйозні корективи у всіх сферах діяльності, зокрема в ресторанному бізнесі. Останні роки стали періодом непередбачуваних викликів для галузі, яка продовжує адаптуватися до нових реалій. Нестабільна економічна та політична ситуація, пандемічні обмеження та військові атаки суттєво вплинули на розвиток і функціонування ресторанного сектору.

На початку 2022 року криза загострилася, що призвело до майже повної зупинки роботи закладів громадського харчування. Водночас, задля підтримки галузі та стимулювання її подальшого розвитку в країні активно впроваджуються плани та проєкти за підтримки міжнародних організацій, спрямовані на відновлення та стабілізацію економічної діяльності ресторанного господарства [1, с. 3].

Чимало закладів ресторанного господарства опинилися в епіцентрі бойових дій, змушені були евакуюватися до більш безпечних регіонів. Водночас ключовими факторами їхньої стабільності залишаються державна підтримка, покращення сервісу, впровадження інноваційних стратегій розвитку, а також активне використання інформаційних кампаній, зокрема в цифровому просторі.

Поточна ситуація на ринку ресторанних послуг в Україні відрізняється залежно від регіону. Робота та відкритість закладів безпосередньо залежать від їхнього географічного розташування та близькості до зон активних бойових дій [2].

Розвиток ресторанного господарства у прифронтових районах супроводжується значними змінами в підходах до обслуговування людей. Основними клієнтами закладів стали не туристи, а внутрішньо переміщені особи, що зумовило посилення соціального аспекту ресторанної індустрії. Це проявляється у впровадженні безкоштовних послуг, розширенні гуманітарної допомоги, активізації волонтерських ініціатив та зростанні рівня соціальної відповідальності бізнесу [2].

Оновлення меню: заклади ресторанного господарства можуть зосередитися на розширенні та модернізації асортименту, додаючи більше корисних, органічних і веганських страв. Крім того, можливе впровадження екзотичних кулінарних пропозицій або популярних гастрономічних трендів з інших країн.

Цифрові нововведення: ресторатори можуть інтегрувати сучасні технологічні рішення, зокрема мобільні додатки для замовлення їжі, системи онлайн-бронювання столиків, програми лояльності та інші інтерактивні сервіси для покращення клієнтського досвіду.

CRM-системи: їхнє впровадження дає змогу рестораторам ефективно збирати й аналізувати дані про клієнтів, що сприяє персоналізованому обслуговуванню, підвищенню рівня лояльності та залученню нових гостей.

Автоматизація управління персоналом: застосування сучасних технологій для оптимізації кадрових процесів, зокрема складання графіків роботи, навчання й оцінювання ефективності, допомагає забезпечити стабільність закладу та задоволеність працівників.

Безперервне вдосконалення сервісу: власники ресторанів мають приділяти особливу увагу підвищенню якості обслуговування, професійній підготовці персоналу та поліпшенню загального досвіду гостей. Це передбачає

інвестування в навчальні програми, впровадження стандартів обслуговування та створення комфортної атмосфери для відвідувачів.

Розширення бізнесу: ресторатори, які досягли успіху, можуть розглянути можливість масштабування своєї діяльності, відкриваючи нові заклади в різних містах або районах, щоб охопити ширшу аудиторію.

Аналіз ринку: для успішного розвитку ресторанного бізнесу важливо постійно стежити за актуальними кулінарними тенденціями, змінами в уподобаннях споживачів і очікуваннях клієнтів, щоб своєчасно адаптувати пропозиції до сучасних вимог ринку.

Українська ресторанна індустрія має потенціал для успішного розвитку завдяки постійному вдосконаленню, адаптації до змін у споживчих тенденціях, впровадженню сучасних технологій та підвищенню рівня сервісу.

Одним із ключових чинників конкурентоспроможності закладів є мотивація та професійний розвиток персоналу. Важливим завданням у роботі з кадрами залишається зменшення рівня плинності працівників, який у деяких випадках може сягати 75 % на рік [4].

Для забезпечення стабільного розвитку бізнесу першочергову роль відіграє матеріальне стимулювання персоналу, налагодження ефективних робочих відносин, мотивація до професійного зростання та підвищення кваліфікації. Важливим аспектом є врахування думок і пропозицій працівників, а також їхнє активне залучення до ключових бізнес-процесів, зокрема розробки нових страв, впровадження інновацій, диверсифікації діяльності, розширення мережі або запуску маркетингових програм. Ці фактори безпосередньо пов'язані з фінансовими ресурсами, вибором оптимального розташування, створенням неформальних зв'язків, інноваційним потенціалом та маркетинговими можливостями, які впливають на перспективи зростання підприємства. Використання ефекту масштабу задля підвищення конкурентоспроможності є одним із ключових драйверів розвитку ресторанних мереж.

Перевагою мережевого формату є централізоване управління ключовими

процесами, такими як бухгалтерський облік, фінансова звітність, логістика, кадрове адміністрування, маркетинг і рекламні кампанії.

Завдяки централізованим закупівлям компанії можуть збільшувати обсяги поставок та отримувати додаткові знижки, а спільні рекламні ініціативи знижують витрати на просування. Крім того, стандартизовані бази даних клієнтів сприяють ефективному впровадженню програм лояльності, а впізнаваність бренду значно полегшує процес запуску нових закладів.

Мережевий бізнес розширюється шляхом тиражування успішних концепцій, які вже зарекомендували себе на ринку. Його уніфікованість забезпечує чітко визначені стандарти щодо формату роботи, бізнес-процесів, дизайну інтер'єру та управління персоналом.

Мережеві заклади працюють за чітко визначеними стандартами, що охоплюють концепцію, бізнес-процеси, оформлення інтер'єру та структуру персоналу. Вони мають спільне меню, маркетингові стратегії, цінову політику та єдину систему постачання.

Існує також інший формат мережевих підприємств – об'єднання різнопланових закладів, які, незважаючи на різних власників, діють під однією назвою та використовують спільні рекламні кампанії.

У розвинених країнах ресторанний бізнес є важливим сектором, що забезпечує роботою мільйони людей. Основна мета діяльності підприємств у цій сфері – задоволення потреб клієнтів, а також зростання прибутковості. Серед актуальних тенденцій світового ресторанного ринку особливо популярними залишаються заклади швидкого харчування (McDonald's, Nordsee, Hellfire Club), тематичні ресторани та заклади, що пропонують кухню різних країн світу.

Аналіз поточного стану ресторанного ринку України засвідчив, що серед споживачів найбільшою популярністю користуються заклади середнього розміру, мережі швидкого харчування та фуд-корти, тоді як кейтерингові сервіси перебувають у стадії становлення.

Разом із цим ресторанна індустрія країни має потенціал для подальшого

розвитку в різних напрямках. Зокрема, сегмент швидкого харчування залишається перспективним, і багато його представників нині демонструють високу прибутковість. Окрім того, можливим є створення ресторанів зі свободою вибору страв, які, як різновид закладів швидкого обслуговування, потребують нових технологічних рішень у сфері виробництва й обслуговування. Особливістю такого формату є відкритий процес приготування їжі перед відвідувачами та система самообслуговування.

Для подальшого розвитку закладів швидкого харчування в Україні необхідне ширше впровадження франчайзингу, однак цьому заважає недостатній захист прав інтелектуальної власності. Крім того, іноземні мережі швидкого харчування досі не поспішають виходити на український ринок, оскільки стикаються не лише з відсутністю законодавства про франчайзинг, а й із загальними проблемами бізнес-середовища, такими як бюрократичні бар'єри та складна податкова система.

Як наслідок, міжнародні компанії не впевнені, чи зможуть ефективно працювати в Україні в довгостроковій перспективі та повністю відповідати власним корпоративним стандартам. Однак прихід нових західних мереж може позитивно вплинути на сферу громадського харчування. У короткостроковій перспективі це може сприяти розвитку локальних ресторанних мереж, а в довгостроковій – підвищенню стандартів ведення бізнесу швидкого харчування в Україні.

Україна потребує вдосконалення сфери громадського харчування. У розвинених країнах кейтерингові послуги успішно функціонують не лише у комерційному сегменті, а й у соціальних сферах, зокрема в лікарнях, благодійних організаціях та фондах. Важливим аспектом кейтерингу є не лише забезпечення харчування, а й організація супутніх заходів.

У Європі та США сформувалася культура кейтерингу, де споживачі добре розуміють стандарти якісного обслуговування та довіряють професіоналам у сфері організації подій. В Україні ж бракує сформованого сприйняття якісних заходів, а довіра до експертів поки залишається на

низькому рівні.

Окрім великих міст, сільська місцевість також може суттєво впливати на розвиток ресторанної галузі. Наразі ринок демонструє переважно негативні тенденції – попит обмежений через відсутність масового споживача, а пропозиція є розрізненою. Водночас соціологічні дослідження вказують на зростання середнього класу в селах, який готовий витратити на харчування близько 200 грн на місяць. Це відкриває перспективи для розвитку ресторанного бізнесу в регіонах.

3.3. Удосконалення сервісу ресторану «GARDEN» в місті Перещепине

Поліпшення якості обслуговування є складним і тривалим процесом, успіх якого залежить від професійної підготовки менеджерів компанії, детального планування для досягнення високих стандартів обслуговування, а також залучення спеціалістів для виконання вузькопрофільних завдань. Якість розглядається як комплексний показник, що охоплює всі аспекти діяльності підприємства, включаючи виробничу організацію, стратегічне планування та маркетинг. Основним елементом системи якості залишається рівень обслуговування та якість продукції.

Ресторанна індустрія динамічно розвивається по всьому світу, пропонуючи людям все більше варіантів для вибору закладу. Під час відвідування ресторану гості оцінюють власні враження, а якість обслуговування залишається ключовим чинником їхньої задоволеності. Як і в інших галузях сфери послуг, важливість усвідомленої якості визнана критичною і в ресторанному бізнесі. При цьому клієнти найчастіше орієнтуються на якість страв, атмосферу закладу та рівень сервісу персоналу як основні компоненти загального ресторанного досвіду.

Гармонійне поєднання цих ключових аспектів сприяє тому, що гості сприймають ресторанне обслуговування як якісне, що, у свою чергу, підвищує

їхню задоволеність та лояльність. Дослідження підтверджують, що рівень задоволеності клієнтів має прямий вплив на прибутковість компанії. Підвищення стандартів якості та впровадження відповідних заходів є необхідною умовою для успішного функціонування бізнесу в сучасних ринкових умовах.

Ресторани значною мірою залежать від ефективного управління, а система освіти та навчання персоналу набуває дедалі більшої значущості для забезпечення відповідності очікуванням і потребам гостей, що сприяє їхній задоволеності. Незважаючи на важливу роль якості харчування, менеджери часто мають обмежене уявлення про комплексний вплив рівня ресторанного обслуговування – зокрема атмосфери, страв та сервісу – на сприйняття цінності та задоволення клієнтів. Це, у свою чергу, впливає на поведінку гостей і залишається актуальним питанням як для України, так і для інших країн.

Ресторан «GARDEN» демонструє доволі високий рівень культури обслуговування, проте, як і будь-який інший заклад, прагне досягти лідерських позицій. Для цього ми виокремили кілька дієвих рекомендацій, які сприятимуть покращенню сервісу, підвищенню якості послуг та зміцненню впізнаваності бренду.

На нашу думку, варто:

1. Створити комфортну робочу атмосферу для фрілансерів. Щоб ресторан став улюбленим місцем для фотографів, дизайнерів, таргетологів та інших спеціалістів, які працюють дистанційно, слід забезпечити зручні умови для роботи – якісний WI-FI та доступ до розеток для безперешкодного підключення гаджетів. Фрілансери природним чином залучатимуть нових клієнтів, запрошуючи в заклад своїх замовників і партнерів, що може стати цінним ресурсом для розвитку бізнесу.

2. Формування спільноти лояльних клієнтів. Важливо залучити гостей, які стануть постійними відвідувачами та приносять стабільний прибуток. Введення у меню страв і напоїв на виніс сприятиме цьому – сьогодні клієнт купує каву з собою, а завтра приходить із друзями на довший візит.

Такий підхід не лише підвищує якість обслуговування, а й зміцнює позиції закладу на ринку.

3. Проекційний дизайн – це сучасний тренд, який допомагає ресторанам залишатися конкурентоспроможними на ринку. Важливо стежити за інноваціями у сфері, відвідувати виставки ресторанного бізнесу та впроваджувати передові технології у своєму закладі. Одним із таких нововведень є саме проекційний дизайн, що слугує потужним PR-інструментом для кафе та ресторанів. Встановлення такого обладнання дозволить закладу виділитися серед конкурентів, створити унікальну атмосферу та привернути увагу гостей.

Застосування технологічних інновацій не лише підвищує рівень професіоналізму в очах клієнтів, але й акцентує сучасний підхід до ведення ресторанного бізнесу. Основні переваги для ресторану:

- створення унікального інтер'єру та ексклюзивного дизайну закладу;
- ефектний візуальний досвід, що вражає гостей;
- можливість збільшення прибутку завдяки організації весіль та інших святкових заходів;
- ефективний спосіб рекламування меню, спеціальних пропозицій та акцій.

4. Продаж наздогін. Разом із рахунком можна запропонувати клієнтам невеликий буклет або листівку із позиціями, які доступні для покупки на виніс зі значною знижкою. Доцільно пропонувати продукти, що зручно споживати в дорозі або вдома за чашкою кави чи чаю – наприклад, чізкейк, тістечка, печиво тощо. Такий метод відомий у професійній сфері як крос-продаж (cross-sales). Оскільки клієнт уже готовий оплатити своє замовлення, невелика додаткова витрата здаватиметься незначною, але матиме позитивний вплив на загальний прибуток закладу. Навіть якщо кожен п'ятий гість скористається цією пропозицією, це може суттєво збільшити виручку ресторану.

5. Програми лояльності – ефективний спосіб підвищити конкурентоспроможність закладу. Оскільки такі програми рідко використовуються в ресторанному бізнесі, їхнє впровадження допоможе закладу виділитися серед конкурентів.

Наприклад, можна запровадити систему бонусів – видавати клієнтам стікер, який дозволяє отримати п'яту чашку кави або бізнес-ланч безкоштовно після придбання чотирьох попередніх. При цьому важливо не встановлювати обмеження щодо терміну дії акції, оскільки не всі гості мають змогу відвідувати заклад регулярно. Гнучкі умови підвищать ефективність цього PR-інструменту.

Крім того, варто надавати спеціальні знижки іменинникам – наприклад, протягом тижня до та після дня народження. Такий підхід не лише підвищує прибуток ресторану, а й сприяє формуванню лояльності серед гостей.

Якщо ваш заклад не має постійного високого потоку відвідувачів, грамотно розроблена програма лояльності допоможе покращити його позиції на ринку.

6. А ще цікавим рішенням може бути придбання проектора та спеціального програмного забезпечення – це дозволить створити 3D-проекції для весільних заходів, дивуючи гостей оригінальними візуальними ефектами, такими як анімація на весільній сукні або святковому торті.

7. Батьки з дітьми – цінна аудиторія для закладу. Багато кафе та ресторанів не приділяють достатньої уваги цій категорії гостей, через що втрачають значну частину потенційних клієнтів. Щоб зробити заклад комфортним для відвідування сім'ями, варто позбутися хибного уявлення, ніби такі гості не є фінансово вигідними.

Зазвичай сім'я – це мінімум 2,5 клієнта, а часто навіть повноцінні троє. Це легко підтвердити, проаналізувавши замовлення батьків для своїх дітей. Важливо розуміти, що якщо сім'ї відчули дискомфорт під час перебування у вашому закладі, вони навряд чи повернуться, навіть без дітей.

Ігноруючи потреби цієї групи гостей, ресторан автоматично виключає себе зі списку потенційних місць для сімейних відвідувань, що негативно впливає на просування бренду. Створення сприятливих умов для сімейних відвідувачів – це не просто турбота про комфорт, а й вигідний крок у розвитку бізнесу.

8. Надання простору для майстер-класів – чудова можливість привернути нову аудиторію до ресторану. Останніми роками заходи, присвячені фотографії, стилю, бізнесу, фінансам та особистісному розвитку, набули значної популярності. Багато людей регулярно відвідують такі події, а середня кількість учасників майстер-класу становить 10–20 осіб, що дозволяє зручно розмістити їх у будь-якому кафе чи ресторані.

Організатори майстер-класів часто стикаються з проблемою пошуку приміщення. Оренда залів або утримання окремого простору потребує значних витрат, адже заходи не проходять щодня. У цій ситуації ресторан «GARDEN» може запропонувати рішення, ставши майданчиком для проведення таких подій.

Безкоштовне надання приміщення відкриває перспективи для ефективного PR ресторану. Організатори будуть рекламувати місце проведення заходів, залучаючи нових гостей. Крім того, значна частина учасників майстер-класів, приблизно половина, замовить у вашому закладі напої або легкий перекус. Це чудовий спосіб популяризації закладу серед активної та прогресивної частини суспільства.

9. Поважайте час своїх гостей. Ніколи не змушуйте клієнтів відчувати, що їх присутність небажана лише тому, що вони провели за столиком кілька годин, замовивши лише одну каву. Атмосфера закладу має бути гостинною, щоб люди могли комфортно залишатися стільки часу, скільки їм потрібно. Створюючи дружню та привітну атмосферу, ви не лише збережете лояльність відвідувачів, а й підсилите позитивний імідж вашого ресторану.

10. Якісний безкоштовний Wi-Fi – обов’язкова умова для сучасного закладу, адже ми живемо в епоху цифрових технологій, де мобільні пристрої стали невід’ємною частиною повсякденного життя. Щоб забезпечити комфорт для гостей, варто розмістити пароль до Wi-Fi на спеціальному буклеті на кожному столику, щоб відвідувачам не доводилося запитувати його у персоналу. Крім того, пароль має бути простим і зручним, а не складатися з довгого ряду символів, що ускладнює доступ до мережі.

11. Увага до санвузлів – запорука позитивного враження клієнтів. Хоча догляд за вбиральнями більше належить до утримання закладу, а не до його PR-стратегії, їхній стан безпосередньо впливає на загальне сприйняття ресторану. Несмачна їжа та повільне обслуговування можуть викликати негативну реакцію, але брудний санвузол здатен залишити ще гірші враження. Чистота – лише один із аспектів, варто також подбати про функціональність:

- наявність туалетного паперу, одноразових рушників та мила;
- справний стан сантехніки, сушарки для рук та блокувальних механізмів дверцят;
- велике дзеркало без спотворень, яке забезпечує комфортний огляд.

Особливо важливо приділяти увагу деталям, адже більшість відвідувачок санвузлів – жінки, які зазвичай дуже вимогливі до чистоти. Використання якісного туалетного паперу та паперових накладок на сидіння унітазу підвищить рівень комфорту гостей.

Якщо санвузли залишають неприємне враження, це може суттєво вплинути на рішення клієнтів повернутися до закладу. Тому варто забезпечити належний рівень зарплати персоналу, що відповідає за прибирання, та систематично контролювати гігієнічний стан приміщень.

12. Збереження лояльності постійних клієнтів – ключовий аспект успішного ресторанного бізнесу. Незалежно від акцій чи заходів, важливо приділяти належну увагу гостям, які регулярно відвідують ваш заклад.

У ресторанній сфері більшість рекламного бюджету спрямовується на залучення нових клієнтів (близько 95%), тоді як на утримання постійних відвідувачів залишається лише 5%. Однак саме лояльні гості забезпечують стабільність бізнесу.

Акції, бонусні програми та загальна стратегія повинні, перш за все, бути орієнтовані на вже існуючих клієнтів, а не лише на пошук нових. Поважаючи тих, хто підтримує ваш заклад і робить його успішним, ви закладаєте міцний фундамент для довгострокового розвитку та позитивного іміджу бренду.

13. Благодійність як частина концепції закладу. Позначте в меню, що певний відсоток від вартості кожної страви спрямовується на благодійність. Щомісяця обирайте новий фонд або організацію, які отримуватимуть ці внески.

Для підвищення прозорості та залучення гостей до доброї справи розмістіть на столиках буклети з інформацією про суми пожертв, які було направлено на підтримку різних ініціатив. Такий підхід не лише сприятиме розвитку соціальної відповідальності, але й дозволить клієнтам відчувати свою причетність до важливих благодійних проєктів.

14. Опція їжі на виніс. Зазначте у меню або розмістіть інформацію на кожному столику, що гості можуть забрати залишки їжі з собою. Це допоможе уникнути ситуацій, коли клієнти змушені доїдати через силу або шкодують про залишену їжу.

За бажанням відвідувачів слід надавати спеціальні контейнери, які використовуються для страв на виніс, забезпечуючи комфортний та зручний спосіб упакування.

15. Бізнес-ланч як стратегія залучення клієнтів. У сучасних умовах багато людей прагнуть заощаджувати на бізнес-ланчах, тому створення якісного та доступного меню потребує ретельного опрацювання. Варто прийняти той факт, що прибуток від бізнес-ланчів може бути порівняно невеликим, але його впровадження сприятиме залученню постійних клієнтів. Наявність бізнес-ланчу у меню є необхідністю, оскільки такі пропозиції

складають значну частину виручки ресторану. Ресторан «GARDEN» включив в меню бізнес-ланч, але цю послугу можна розширити, а саме доставляти бізнес-ланчі за адресним замовленням.

Впровадження цих змін, на наш погляд, не лише покращить сервіс і фінансові показники ресторану «GARDEN», а й створить унікальне місце, яке клієнти будуть рекомендувати іншим. Це стратегічний крок, що сприятиме довгостроковому успіху закладу.

ВИСНОВКИ

Рівень обслуговування клієнтів є ключовим чинником конкурентоспроможності закладу ресторанного бізнесу. Запропонування широкого спектру якісних послуг сприяє високій ефективності його діяльності. Отже, дана тема є актуальною та обґрунтованою.

У дослідженні проаналізовано літературні джерела та дослідження в науковій літературі за темою напрямки вдосконалення організації сервісу ресторанів, здійснено ґрунтовний теоретичний аналіз та оцінку сучасного стану функціонування підприємств ресторанного господарства. Ресторанна індустрія є важливою складовою сфери гостинності. Вона виступає ефективним засобом вкладення капіталу та функціонує в умовах високої конкуренції. У всьому сучасному світі ресторанний бізнес належить до найпоширеніших форм малого підприємництва, а його заклади постійно змагаються за розширення ринкової частки, залучення нових клієнтів та збереження лояльності постійних гостей. Для успішної діяльності кожен заклад має підтримувати високий рівень конкурентоспроможності.

Досліджено процес формування культури та якості обслуговування у готельно-ресторанних підприємствах світу та України, визначено основні тенденції їх розвитку. Сучасна ресторанна індустрія пропонує клієнтам широкий вибір послуг, що охоплюють різноманітні аспекти гастрономії та дозвілля. У сфері ресторанного бізнесу немає меж для вдосконалення, що стимулює появу нових форматів обслуговування: спеціальні години знижок, кулінарні шоу, ефектна подача страв, барні вистави, приготування їжі в присутності гостей, караоке-вечори, програми лояльності для постійних клієнтів, а також виїзний кейтеринг із розважальними заходами та широким асортиментом гастрономічних пропозицій.

Здійснено аналіз якості та культури обслуговування в ресторані «GARDEN» міста Перещепине. Ресторан «GARDEN» користується значним попитом і відповідає стандартам якості, хоча й належить до середнього

сегменту ринку. Завдяки професіоналізму та компетентності персоналу рівень обслуговування залишається на високому рівні.

У ході дослідження проведено детальний аналіз сучасного стану ресторанного бізнесу та визначено напрями вдосконалення сервісу на прикладі ресторану «GARDEN». Незважаючи на розташування у невеликому містечку, заклад вирізняється високою якістю обслуговування, гармонійно поєднаною з організацією дозвілля гостей.

Визначено шляхи вдосконалення якості та культури обслуговування на підприємстві ресторанного господарства «GARDEN» міста Перещепине. Заклад прагне зміцнити свої позиції на ринку, тож запропоновано низку стратегічних рішень для покращення сервісу, підвищення якості послуг і розширення впізнаваності бренду. Серед рекомендацій – створення комфортних умов для фрілансерів, адаптація до сучасних гастрономічних трендів, впровадження інноваційних технологій, розробка програм лояльності, залучення нових клієнтів і збереження постійної аудиторії. Крім того, закладу варто розширити послугу їжі на виніс, що підвищить доступність його продукції та сприятиме зміцненню конкурентних переваг.

Запропоновані зміни не лише вдосконалять сервіс та покращать фінансові результати ресторану «GARDEN», а й допоможуть створити атмосферу, яка приваблюватиме гостей та мотивуватиме їх рекомендувати заклад друзям і знайомим, забезпечать стабільний розвиток і успішне майбутнє ресторану.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАНЬ

1. Аветисова А. О. Ресторанні мережі: конкурентні переваги, проблеми, перспективи розвитку. *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2013. № 28. С. 117-123.
2. Агамірова Е. В. Управління персоналом у туризмі й готельно-ресторанному бізнесі. Київ: Академія, 2004. 316 с.
3. Антонова В. А. Конкуренція і управління конкурентоспроможністю підприємств ресторанного господарства. *Науковий вісник Полтавського університету споживчої кооперації України*. 2012. № 1 (21). С. 54-57.
4. Архіпов В. В. Організація обслуговування у закладах ресторанного господарства: навч. посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2012. 342 с.
5. Архіпов В. В. Організація ресторанного господарства: навч. посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2012. 280 с.
6. Архіпов В. В. Ресторанна справа: Асортимент, технологія і управління якістю продукції в сучасному ресторані: навч. посіб. 3-тє вид. К.: «Центр учбової літератури», 2016. 382 с.
7. Бельтюков Є. А. Конкурентна стратегія підприємства: сутність та формування на основі оцінки рівня конкурентоспроможності. *Економіка: реалії часу*. 2014. № 2. С. 6-13.
8. Бойко М. Г. Ціннісно орієнтоване управління в туризмі : монографія. Київ. нац. торг.-екон. ун-т. Київ : КНТЕУ, 2018. 523 с.
9. Бутко М. П., Дітковська М. Ю., Задорожна С. М. Стратегічний менеджмент. Навчальний посібник. Київ. 2016. 376 с. 17.
10. Гостинність: навчально-методичний посібник/ О. В. Дишкантюк, Л. А. Тітомир, А. В. Марковська.-Одеса: Олді+. 2022. 92с.
11. Гузар У. Є., Левчук А. В. Аналіз діяльності закладів ресторанного бізнесу в Україні під час війни. *Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління*. 2023. № 9. С. 122–128.

12. Державний інфо-сервіс Start Business Challenge. URL: <https://sbc.regulation.gov.ua>
13. Давидова О. Ю. Формування системи інноваційного управління розвитком підприємств готельно-ресторанного господарства. Бізнес-Інформ. 2017. № 11. С. 459-464.
14. Журнал Forbes Ukraine. URL: <https://forbes.ua/news/vidviduvanist-zakladiv-kharchuvannya-vpala-na-3-seredniy-chek-zris-na-17-vitorg-na-10-pidsumki-2024-roku-vid-poster-15012025-26306>
15. Завадинська О. Ю., Ліфіренко О. С, Довга О. О. Підвищення лояльності клієнтів в закладах харчування готельно-ресторанних комплексів шляхом впровадження інтерактивних електронних систем. *Ефективна економіка*. № 4. 2017. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?n=4&y=2017>
16. Консалтингова компанія України Pro-Consulting. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/about>
17. Конспект лекцій з навчальної дисциплін «Гостинність » для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 181 «Харчові технології» денної та заочної форм навчання/ Укладачі - к.т.н., доцент Дишкантюк О. В., к.т.н., доцент Тітомир Л. А. Одеса: Міжнародний гуманітарний університет, 2024. 70 с.
18. Крилова Л. В. Організація ресторанного господарства за кордоном: Навч. посіб. Донецьк: ДонНУЕТ, 2007. 326 с.
19. Круль Галина, Заячук Оксана. Організація і технологія надання послуг гостинності. Чернівці: МОН України Чернів. нац. ун-т ім. Юрія Федьков, 2022. 357 с.
20. Мальська М. П. Ресторанна справа: технологія та організація обслуговування туристів (теорія та практика): підручник. Львів. нац. ун-т ім. Івана Франка. Київ: «Центр учбової літератури», 2013. 304 с.
21. Міжнародний статистично-дослідницький ресурс: «Digital Food Lab». URL: <https://www.digitalfoodlab.com/>.

22. Міщенко І. А. Підвищення конкурентоспроможності ресторанного бізнесу на основі управління якістю послуг. *Вісник Київського національного університету технологій та дизайну*. 2019. № 5. С. 104–112.
23. Опорний конспект лекцій з дисципліни «Технологія ресторанної справи» для студентів спеціальності 242 «Туризм» денної та заочної форм навчання / Укл.: Т. С. Кукліна. Запоріжжя: НУ «Запорізька політехніка», 2019. 46 с.
24. Перепеліцина В. Л. Світові тенденції розвитку інновацій на підприємствах готельного господарств: Матеріали круглого столу та студентської науково-практичної конференції «Розвиток сталого туризму: виклики і можливості для туристичного та готельно-ресторанного бізнесу». Одеса: ОНЕУ, 2017. 500 с.
25. Проблеми ресторанного бізнесу в Україні у 2025 році та рішення для них. Аналітика та дослідження. URL: <https://hub.kyivstar.ua/articles/problemi-restorannogo-biznesu-v-ukrayini-u-2025-roczy-ta-rishennya-dlya-nih>
26. П'ятницька Г., Григоренко О. Сучасні проблеми інноваційного розвитку ресторанного господарства України. *Вісник КНТЕУ*. 2005. №1. С. 5-11.
27. П'ятницька Г. Т., П'ятницька Н. О. Вплив інноваційних змін на діяльність підприємств ресторанного господарства. *Економіка розвитку*. 2013. №1 (65). С. 122-126.
28. Ресторан Le Meurice у Парижі. URL: <https://www.alainducasse-meurice.com/en>
29. Ресторан UltraViolet, Шанхай URL: <https://guide.michelin.com/it/it/shanghai-municipality/shanghai/ristorante/ultraviolet-by-paul-pairet>
30. Ресторани Франції, які отримали зірку Мішлена. URL: <https://www.itinerariesperenziali.it/ru/directory-offerte/listing/ristorante-ultraviolet-di-shanghai/>
31. Римарьова Л. Екологічні готелі – інноваційна концепція гостинності. Важелі та механізми формування сталого розвитку економіки в умовах світової

глобалізації. Матеріали міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції (9-10 грудня 2010 року, Україна., м. Тернопіль). Ч. 2. 47. С. 157-159.

32. Соколенко А. С. Організація ресторанного господарства : конспект лекцій для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти всіх форм навчання зі спеціальності 242 – Туризм / А. С. Соколенко, І. С. Баландіна ; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків: ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2022. 120 с.

33. Сторінки ресторана «GARDEN» в популярних соціальних мережах. URL: [instagram: garden_restaurant_bar](https://www.instagram.com/garden_restaurant_bar/), [Google maps](https://www.google.com/maps/place/GARDEN+RESTAURANT+BAR/@49.841414,26.311414,15z)

34. Chick-fil-A – мережа ресторанів: <https://paradigma.bz/knowledge/tpost/ezx0yxvpfl-chick-fil-a-set-restoranov-gde-sotrudnik>

35. урок 3-4 Характеристика закладів ресторанного господарства. URL: <https://www.scribd.com/>

36. Усіна А. І., Давидова О. Ю., Сегеда І. В., Кононенко Т. П. Організація послуг харчування: Підручник. Харків: ХНУМГ, 2014. 183 с.

37. Шамара І. М. Тенденції розвитку ресторанного господарства як складової туристичної галузі України // *Вісник ХНУ ім. В.Н. Каразіна. Серія: Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм.* 2013. №1042. С. 151-153.

38. Ярмолів І. І. Управління сервісними послугами: підручник. Київ : Атіка, 2018. 432 с.

39. 25 найкращих ресторанів у Сполучених Штатах. URL: <https://ysa.kiev.ua/25-najkrashhyh-restoraniv-u-spoluchenyh-shtatah/>

Класифікація закладів ресторанного господарства



Рисунок 1 – Класифікація ЗРГ за торговельною ознакою

Джерело: розроблено на основі [35, 85]

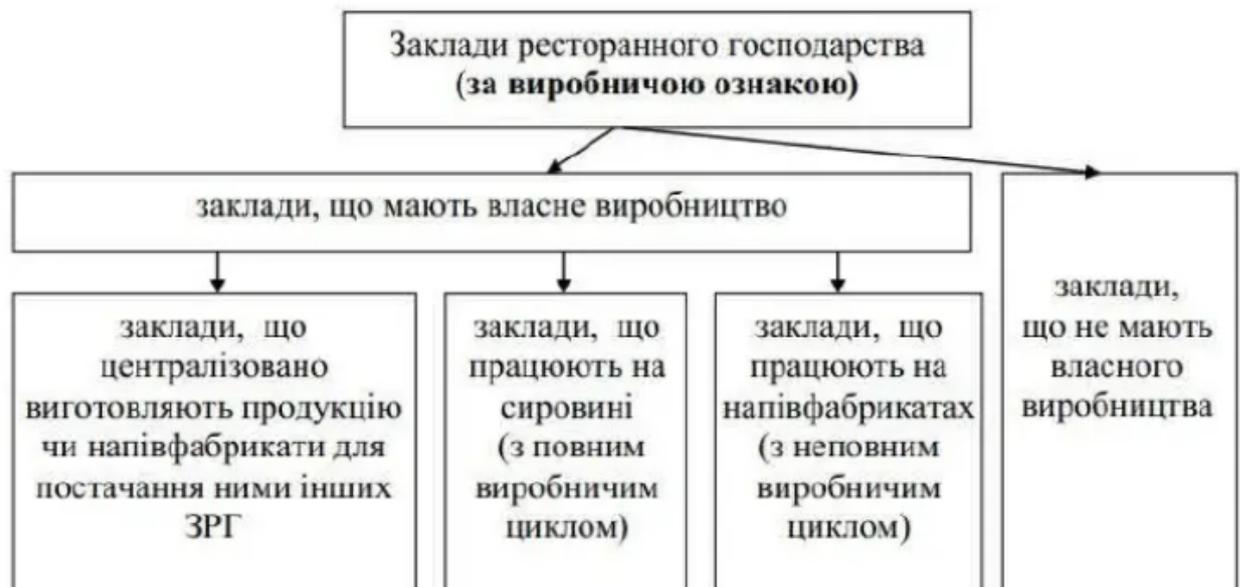


Рисунок 2 – Класифікація ЗРГ за виробничою ознакою

Джерело: розроблено на основі [35, 85]



Рисунок 3 – Класифікація ЗРГ за видами економічної діяльності

Джерело: розроблено на основі [35, 86]



Рисунок 4 – Класифікація ЗРГ за ознакою комплексу продукції і послуг

Джерело: розроблено на основі [35, 86]



Рисунок 5 – Класифікація ЗРГ за характером контингенту

Джерело: розроблено на основі [35, 87]

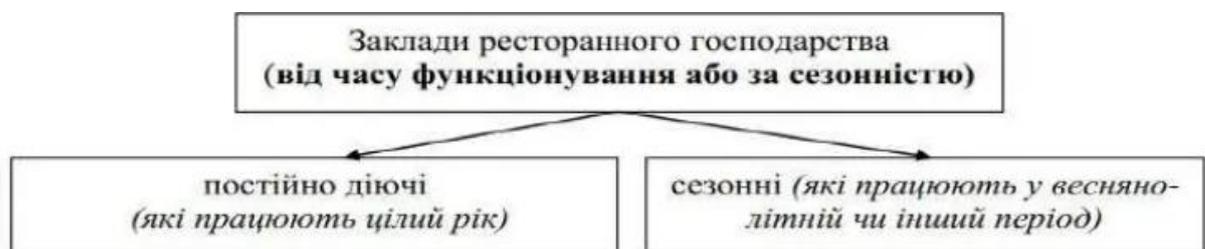


Рисунок 6 – Класифікація ЗРГ залежно від часу функціонування або за сезонністю

Джерело: розроблено на основі [35, 87]

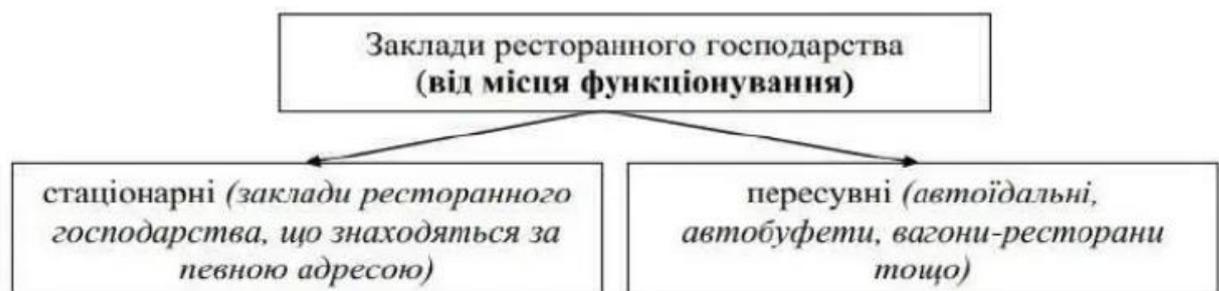


Рисунок 7 – Класифікація ЗРГ залежно від місця функціонування

Джерело: розроблено на основі [35, 87]

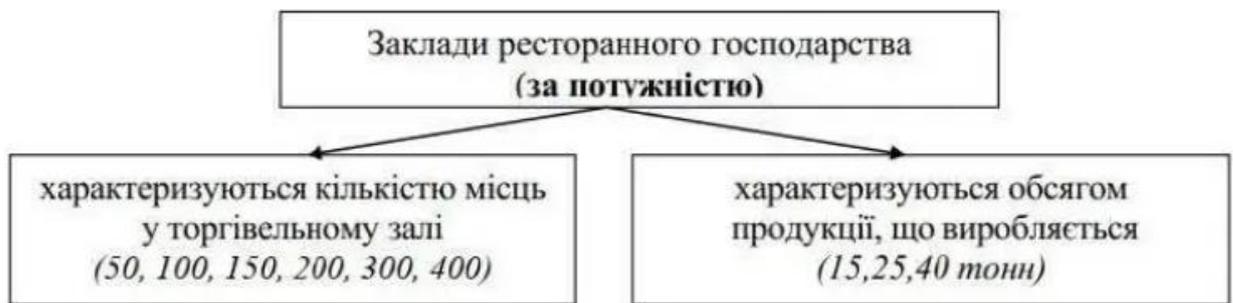


Рисунок 8 – Класифікація ЗРГ за потужністю

Джерело: розроблено на основі [35, 87]



Рисунок 9 – Класифікація ЗРГ за часом обслуговування

Джерело: розроблено на основі [35, 88]

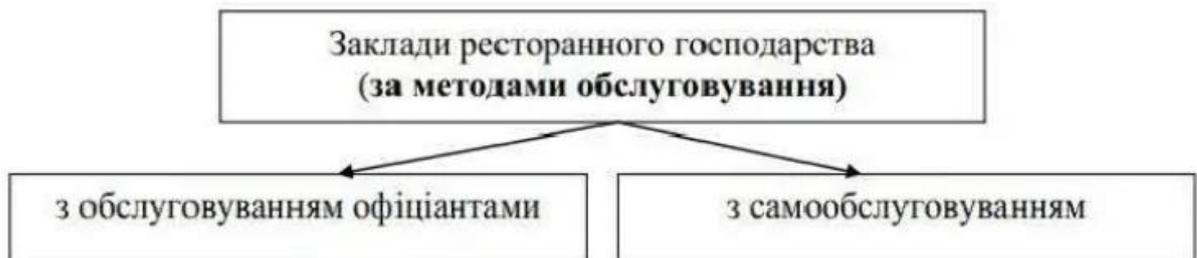


Рисунок 10 – Класифікація ЗРГ за методами обслуговування

Джерело: розроблено на основі [35, 88]

Класифікація ресторанів за різними ознаками



Рисунок 1 – Класифікація ресторанів за різними ознаками

Джерело: розроблено на основі [35, 90]

Додаток В

Таблиця 1.3

Основні способи теплової обробки, що використовуються в закладах ресторанного господарства в Україні

Назва	Характеристика
Приготування на сковороді ВОК	Завдяки сферичній формі сковороди й високій температурі нагрівання продукти, нарізані невеликими шматочками, майже моментально прогріваються в найгарячійшій точці і швидко доходять готовності. Перед смаженням м'ясо, рибу, птицю зазвичай маринують і обсушують. Жир у сковороді повинен бути добре прогрітий, перш ніж туди потрапить підготовлений продукт. Вок підходить для будь-яких способів теплової обробки: варіння, варіння па парі (у бамбукових кошиках), тушкування, смаження, у тому числі у фритюрі.
Соте	Це миттєве опускання продукту в невелику кількість киплячого жиру з метою руйнування клітинних структур. У цього терміна кілька значень, і одне з них – «стрибати» або «підкидати». Сковорода або лист швидко рухається назад-вперед і вгору-вниз так, що продукт, який готується, ударяється об бічні стінки сковороди й підстрибує, перевертаючись у повітрі й падаючи назад. Метод використовують тоді, коли смажать м'ясо, птицю, картоплю, кабачки, цибулю або нирки, нарізані тоненькими скибочками чи шматочками, струшуючи їх на сковороді в невеликій кількості гарячого жиру або олії.
Деглясування	Після смаження продукту (зазвичай м'яса або птиці) його видаляють зі сковороди, жир зливають, наливають міцний бульйон, вершки, сік, вино або коньяк і уварюють суміш. Отримана рідина використовується як соус.
Папільйот	Спосіб теплової обробки, що передбачає приготування їжі, загорненої в папір. Температура запікання повинна бути близько 200 °С. Даний метод використовується, якщо потрібно максимально зберегти природну вологість продукту, сік та ароматичні речовини.
Фламбування	Це підпалювання кулінарного виробу, до складу рецептури якого входить алкогольний компонент.
Сушіння фруктів, овочів	Даний спосіб обробки використовується в ресторанній практиці не для консервування продуктів, а для одержання чипсів. Чипси – це дуже тонкі зрізи овочів (баклажанів, топінамбуру, цукіні тощо) і фруктів (апельсинів, грейпфрутів, яблук тощо), підсушені в духовій шафі до

Назва	Характеристика
	хрусткого стану. Фрукти, як правило, попередньо проварюють у цукровому сиропі, а потім підсушують у духовці при 100 °С.
Підпікання	На розпечену сковороду кладуть підготовлений шматок риби, потримавши трохи з одного боку, перевертають на іншу, а потім майже відразу подають на стіл. У результаті утвориться ароматна хрустка скоринка, а всередині риба лишається ніжною, соковитою і практично сирюю.
Приготування у вакуумі	Підготовлену сировину поміщають в герметичні полімерні пакети, з яких попередньо видаляється повітря, і вони герметично закриваються. Пакети з продуктами обробляються паром низького тиску при температурі 70... 100 °С, після чого їх охолоджують до 3 °С. За такої температури термін зберігання готової кулінарної продукції становить від 1 до 3 тижнів. Перед використанням продукція може розігріватися безпосередньо в пакетах на водяній бані (при температурі 85 °С) або за допомогою сучасного обладнання (НВЧ- печей або пароконвектоматів).
Інтенсивне охолодження й шокове замороження	При інтенсивному охолодженні температура кулінарної продукції після її приготування знижується одразу за 2 години мінімум до 10 °С усередині до 0,4 °С на поверхні. Основна відмінність шокового замороження полягає в тому, що температура готового кулінарного виробу знижується з 85 °С до -18 °С не за 12–24 годин, а максимум за 4. При цьому зменшуються втрати вологи, мінімізуються небажані біохімічні зміни, краще зберігається поживна цінність продукту. Страва, заморожена у такий спосіб, за своїми властивостями еквівалентна свіжій або охолодженій.

Джерело: [3]

Ресторани Франції

Restaurant Le Meurice Alain Ducasse



Ресторани США

Honey Salt, Лас-Вегас



Мережа ресторанів Chick-fil-A



Ресторани Азії

Ресторан Наїме (Японія)



UltraViolet (Шанхай)



Ресторан Жау Фаї (Бангкок)



Ресторан мережі “Mad for Garlic” в південнокорейському Сеулі використовує робота в ролі офіціанта.



Харківський ресторан «Небо» до повномасштабної війни в Україні



З перших днів повномасштабної війни ресторан «Небо» почав годувати людей безплатно.



Зовнішній вигляд ресторану GARDEN



Зал ресторану



Фотозона



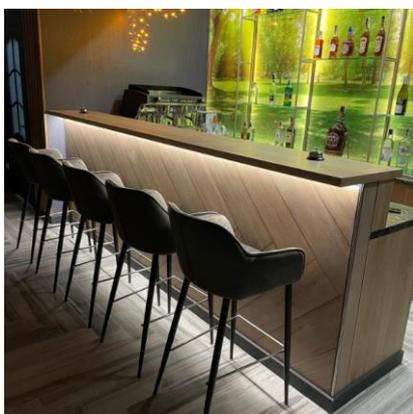
Бенкети, вечірки, корпоративи



Сучасне обладнання



Гриль -бар



Навчання в ресторані



Меню



**Дивовижні заклади світу, які стали надпопулярними
далеко не завдяки кулінарії.**

Ресторан-робот Pazzi, Париж



Sushiya no Nohachi, Токіо, Японія – Вечеря під мікроскопом



Dinner in the Sky, Брюссель, Бельгія – Трапеза у хмарах



Ithaa, Мальдіви – Перший підводний ресторан



Ristorante Grotta Palazzese, Поліньяно-а-Маре, Італія – Столик над морем



Redwood Treehouse, Окленд, Нова Зеландія – У гості до пташок



El Diabolo, Лансароте, Іспанія – їжа прямо над кратером вулкана



Giraffe Manor, Найробі, Кенія – Вечеря з жирафами



Ресторан «Мааето», Осло (Норвегія)



**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ПРИВАТНИЙ ЗАКЛАД
«ДНІПРОВСЬКИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ»**

РЕЦЕНЗІЯ

на кваліфікаційну роботу

Здобувач вищої освіти Саленко Є. О. Тема «Напрямки вдосконалення організації сервісу ресторанів».

Спеціальність 241 Готельно-ресторанна справа, група ГР-21. Обсяг випускної кваліфікаційної роботи (проекту) 80 сторінок.

1. Короткий зміст випускної кваліфікаційної роботи (проекту) та прийнятих рішень.

2. Висновок про відповідність випускної кваліфікаційної роботи (проекту) завданню.

3. Характеристика виконання кожного розділу роботи, рівень відповідності останнім досягненням науки і техніки та передовим методам роботи.

4. Негативні особливості виконання роботи.

У прагненні охопити весь спектр питань глобальної проблематики розвитку світового туризму, студенту не вдалося уникнути деяких недоліків, а саме:

5. Позитивні особливості виконання роботи.

6. Оцінка графічного оформлення та пояснювальної записки.

7. Загальний відгук про роботу.

Дипломна робота Саленка О. В. «Напрямки вдосконалення організації сервісу ресторанів»

8. Інші зауваження.

9. Оцінка випускної кваліфікаційної роботи (проекту).

Рекомендована оцінка « _____ ».

Рецензент _____

(підпис)

к.е.н., доцент

ВІДГУК

на кваліфікаційну роботу здобувача вищої освіти групи ГР-21

кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу

Саленка Євгена Олександровича

Тема роботи: Напрямки вдосконалення організації сервісу ресторанів.

Обсяг роботи: 80 сторінок, 7 рисунків, 4 таблиці, 39 джерел.

Актуальність та значимість дослідження:

Розкриття теми:

Рівень використання теоретичних знань:

Ступінь складності вирішених завдань:

Глибина і комплексність підходу при аналізі проблеми дослідження:

Рівень самостійності виконання роботи:

Практичне значення, прогресивність й обґрунтованість запропонованих заходів:

Якість оформлення роботи:

Недоліки роботи:

Загальні висновки та оцінка роботи

Дипломна робота Саленка Є. О. «Напрямки вдосконалення організації сервісу ресторанів» виконана у відповідності до завдання, відповідає вимогам стандартів, відтворює рівень теоретичної підготовки, знання і володіння інструментарієм економічного аналізу та уміння самостійно проводити актуальні дослідження, в силу чого заслуговує оцінки «_____».

Науковий керівник, к.е.н, доцент кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу О.В. Лисенко «_____» _____ 2025 р.

