

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ МИКОЛАЇВСЬКИЙ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет менеджменту

Кафедра готельно – ресторанної справи та організація бізнесу

Кваліфікаційна наукова
праця на правах рукопису

КРИВУНДИК Віктор Олегович

УДК 005.21:640.441

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

**НАПРЯМКИ ВДОСКОНАЛЕННЯ НАДАННЯ ДОДАТКОВИХ ПОСЛУГ
В ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОЇ СФЕРИ НА ПРИКЛАДІ РЕСТОРАНУ
«PASSENGER»**

Спеціальність 241 «Готельно-ресторанна справа»

Галузь знань – «Сфера обслуговування»

Подається на здобуття освітнього ступеня «Бакалавр»

Кваліфікаційна робота містить результати власних досліджень.
Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на
відповідне джерело.

_____ В.О.Кривундик

Науковий керівник: Величко Олена В'ячеславівна , канд.екон. наук,
доцент.

Завідувач кафедри: Черевен Іван Іванович, доктор економічних наук,
професор.

Миколаїв–2023

ЗМІСТ

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ ДОДАТКОВИХ ПОСЛУГ В ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОЇ СФЕРИ В УКРАЇНІ

1.1. Сутність та особливості надання додаткових послуг в ресторанному бізнесі в Україні

1.2. Види додаткових послуг які надаються в ресторанному господарстві

1.3. Сучасні напрямки розвитку додаткових послуг в ресторанному бізнесі в Україні

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ НАДАННЯ ДОДАТКОВИХ ПОСЛУГ В РЕСТОРАНІ «PASSENGER»

2.1. Загальна характеристика ресторану «Passenger »

2.2. Аналіз основних послуг що надаються в ресторані «Passenger »

2.3. Аналіз додаткових послуг що надаються в ресторані «Passenger »

2.4. Дослідження ефективності надання додаткових послуг в ресторані «Passenger »

РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ДОДАТКОВИХ ПОСЛУГ В ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОЇ СФЕРИ

3.1. Проблеми надання додаткових послуг в ресторані

3.2. Пропозиції щодо удосконалення надання додаткових послуг в ресторані

ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ВСТУП

Актуальність теми. Ресторанний бізнес є важливою складовою розвитку та функціонування економіки держави, та виступає одним із індикаторів якості життя населення, однак з кожним роком конкуренція на ринку зростає, що створює значні перепони та ризики для виходу на ринок нових підприємств і розвитку вже працюючих. Конкуренція стимулює розвиток ресторанного бізнесу та додаткових послуг.

Сфера послуг в Україні є однією з наймасовіших та найбільш використовуваних. Соціально-економічні показники розвитку сфери послуг є одними з найважливіших показників, які характеризують динаміку розвитку країни та залежать від основних суспільно-економічних процесів.

Дослідженнями у сфері розвитку сфери послуг займалися такі зарубіжні вчені, як Шпорер Дж., Цю Р., Кван С. К., Чоудаха Рахул. Багато уваги щодо розвитку сфери послуг в Україні приділено вітчизняними вченими: В. В. Апоп'єм, Г. І. Башняніним, А. Босаком, І. Бочаном, Т. Бурменко, В. Геєцем, В. Гросулом, В. Герасимчуком, Н. Даниленко, Б. Данилишиним, І. Крючковою, В. Куценко, П. Микитюком, О. Моргулець, В. Опар'їним, Я. Остафійчуком, І. Совершенниною, А. Філіпенком, Г. Шутаком, В. Федосовим, Л. Харсунином.

Метою кваліфікаційної роботи є узагальнення теоретико-методичних положень та розробка практичних рекомендацій щодо розвитку додаткових послуг ресторанного бізнесу в Україні.

Шлях до зазначеної мети обумовлює необхідність вирішення взаємопов'язаних завдань:

- розкрити сутність та особливості надання додаткових послуг в ресторанному бізнесі в Україні;
- розглянути види додаткових послуг, які надаються в ресторанному господарстві;
- визначити сучасні напрямки розвитку додаткових послуг в ресторанному бізнесі в Україні;

- охарактеризувати ресторан «Passenger»;
- проаналізувати основні послуги, що надаються в ресторані «Passenger»;
- проаналізувати додаткові послуги, що надаються в ресторані «Passenger»;
- дослідити ефективність надання додаткових послуг в ресторані «Пассендер»
- розкрити проблеми надання додаткових послуг в ресторанному бізнесі України;
- запропонувати шляхи вдосконалення надання додаткових послуг в ресторані.

Об'єктом дослідження є додаткові послуги ресторану «Passenger».

Предметом дослідження є теоретико – методичні та практичні аспекти розвитку додаткових послуг ресторанного бізнесу в Україні.

Методологічну основу дослідження склали методи наукової абстракції, синтезу, аналізу, порівняння; системного підходу; наукові, теоретичні висновки та узагальнення вітчизняних і зарубіжних вчених-економістів, що містяться у монографічній, спеціальній та періодичній літературі з питань розвитку та впровадження додаткових послуг в ресторанах України.

Інформаційну базу дослідження складають звітні і аналітичні дані про додаткові послуги в ресторанах в Україні та Європі, результати власних дослідження. В роботі використовувалися монографічна і довідкова література, наукові праці вітчизняних та зарубіжних вчених, матеріали періодичних видань.

Практичне значення отриманих результатів полягає у використанні результатів дослідження для доведення значущості розвитку додаткових послуг ресторанів, розширення асортименту додаткових послуг в умовах війни та покращення якості надання харчових послуг.

Структура і обсяг роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел. Повний обсяг роботи

73 сторінки, з них повний текст і натисніть 62 сторінок. Робота містить 5 таблиць, 13 рисунків. Список використаних джерел налічує 35 найменувань на 6 сторінках.

РОЗДІЛ 1.

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ ДОДАТКОВИХ ПОСЛУГ В ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОЇ СФЕРИ В УКРАЇНІ

1.1. Сутність та особливості надання додаткових послуг в ресторанному бізнесі в Україні

На сьогоднішній день, великою популярністю починають користуватися додаткові послуги в ресторанных закладах, оскільки, завдяки додатковим послугам ресторан починає виділятися серед інших закладів своєю унікальністю і різноманітністю послуг, що в свою чергу надає конкурентні переваги ресторану перед іншими закладами. Завдяки додатковим послугам збільшується привабливість ресторанного бізнесу.

Незважаючи на нестабільну економічну та політичну ситуацію в Україні, заклади харчування користуються значним попитом порівняно з іншими місцями відпочинку чи засобами організації різноманітних заходів. Гнучка політика ресторанных підприємств дозволяє задовольнити бажання усіх людей. Але на фоні конкуренції, яка виникає в ресторанному бізнесі, все частіше постає питання відходу від традиційних методів обслуговування, кухні, розважальних заходів та очікуваного контингенту споживачів [1].

Громадське харчування – це особливий вид діяльності, який має здатність задовольняти потреби натовпу в області якісного харчування, при цьому надаючи клієнтам якісні послуги та задовольняючи їх емоційні потреби та бажання, створюючи тим самим гарні умови для проведення вільного часу. [4]

Ресторан – це підприємство громадського харчування з широким асортиментом страв, включаючи власні та фірмові страви, алкогольні напої, тютюнові вироби та солодощі, високий рівень обслуговування та розважальної організації (музика та розваги, танці, футбольні шоу тощо). Розрізняють

рибний ресторан, пивний бар, ресторан, де подають домашні страви або ресторан з іноземними стравами. [4]

Відповідно до ДСТУ 3862-99 «Громадське харчування. Терміни та визначення» ресторанне господарство – це вид економічної діяльності, де суб'єкти господарської діяльності надають послуги, які задовольняють потреби споживачів в харчуванні, а також організують дозвілля або обходяться без нього [3].

За ціновим критерієм ресторани поділяються на три групи, які представлені на рис. 1.1.

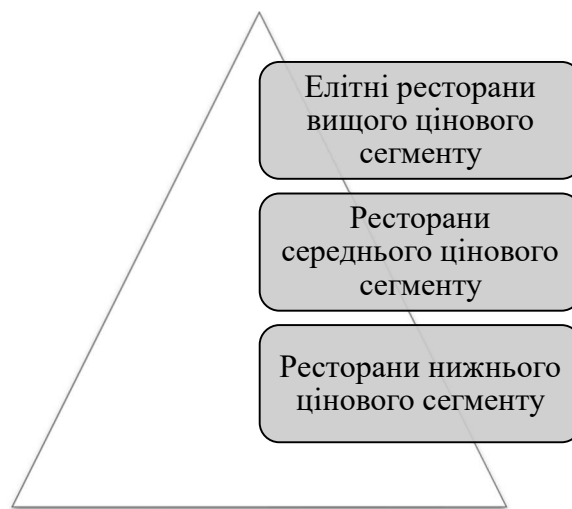


Рис. 1.1. Три основні цінові критерії ресторанів, [4]

До першого сегменту ресторанів з найвищою ціною політикою відносять ресторани вищого класу, «Люкс» ресторани, елітні нічні клуби, ресторани-готелі, кав'ярні елітного типу тощо.

До другого сегменту ресторанів з середньою ціною політикою також відносять ресторани вищого класу, а ще належать ресторани першого класу, кав'ярні з повним обслуговуванням офіціантів, нічні клуби для молоді, пивні бари.

І до останнього сегменту, який має найнижчу цінову політику можна віднести фаст-фуди, ресторани швидкого харчування, їжа на виніс, столові, бари, кафе, закусочні тощо [4].

Заклади ресторанного господарства в залежності від цінового сегменту представляють споживачам різний набір послуг. Але майже всі ресторани поєднують в собі три основні функції, які представлені на рис. 1.2.

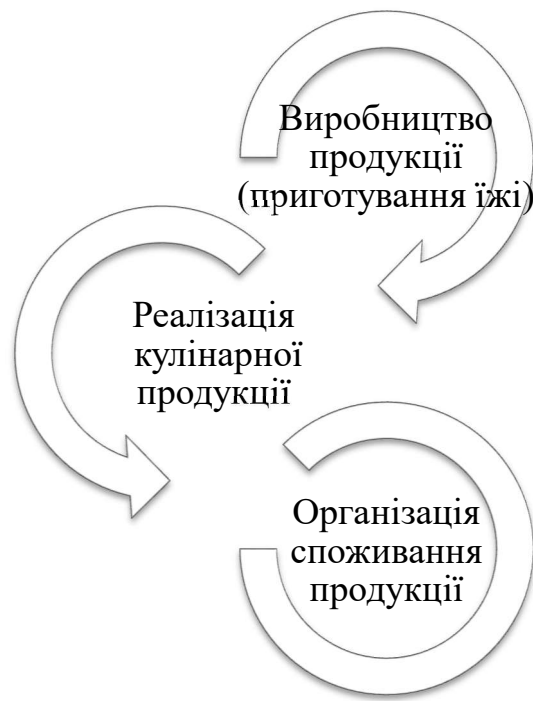


Рис. 1.2. Основні функції закладів громадського харчування, [2].

Окрім основних послуг ресторанного господарства існують інші різноманітні послуги, які поділяються на:

- приготування їжі та її реалізацію з організацією відпочинку, розваг та дозвілля споживачів;
- надання продукції та послуг високої якості за цінами, що відповідають ціновому сегменту ресторанів;
- надання додаткових супутніх послуг: послуги з доставки їжі за адресою, сервісні послуги на дому, в офісі тощо [7].

Додаткові послуги – це всі послуги, які не відносяться до основних послуг ресторану. В основному, додаткові послуги ресторанів поділяють на три групи:

- реалізація та організація споживання продукції та послуг (кейтерингові послуги, доставка товарів та обслуговування споживачів за межами ресторану – вдома, на роботі тощо, надання послуг офіціанта вдома, організація товарів з собою);
- створення сприятливих умов для споживачів (інформаційні послуги, бронювання місць, зберігання верхнього одягу, надання автомобіля, організація дитячої кімнати та нагляд за дітьми, безготівковий розрахунок тощо);
- організація дозвілля (додаткові розваги при ресторані, які можуть включати в себе боулінг або більярд, танцювальний майданчик, казино тощо) [6].

Ще однією важливою функцією в ресторані є відкриття літнього майданчику на весняно-літній сезон, коли збільшується кількість клієнтів та створюються додаткові зручності з можливістю посидіти на свіжому повітрі в комфортних умовах.

На сьогоднішній день, ресторани пропонують своїм гостям страви багатьох Європейських кухонь. Кожна кухня приваблює свій сегмент споживачів, які готові платити за якість і унікальність кухні обраного ресторану.

Ресторанне господарство постійно розвивається та розширює свій сегмент послуг, тому з'являються нові послуги, такі як:

- послуги сомельє,
- години фортуни та щасливі години для гостей;
- гастрономічні шоу;
- урочиста презентація страв;
- бар-шоу;
- рибалка та кулінарне приготування у присутності гостя;
- караоке;
- кімнати для паління;
- знижки постійним клієнтам;

- виїзний кейтерінг з організацією дозвілля та широким спектром різноманітних послуг.

У зв'язку з карантинном та його обмеженнями в ресторанному бізнесі з'явилася тенденція переміщення послуг з організації споживання продукції та обслуговування споживачів до робочих місць, до домівки, до місць відпочинку тощо. Дана послуга має назву у міжнародній індустрії гостинності «кейтеринг» та з кожним роком збільшується попит на кейтерингові послуг.

Отже, сутність додаткових послуг полягає в тому, що заклади ресторанного господарства розширюють свій спектр послуг, тим самим отримуючи конкурентну перевагу перед іншими закладами, формують привабливість та імідж ресторану в очах потенційних споживачів. За рахунок розширення послуг, а саме за допомогою додаткових послуг збільшується інтерес до закладу існуючих клієнтів та відбувається залучення нових споживачів. У зв'язку з тим, що на ринку ресторанного господарства висока конкуренція і той факт, що особливістю кухні, обслуговуванням, вишуканістю інтер'єру вже нікого не здивувати, то на перший план виходять додаткові послуги, які приваблюють споживачів своєю унікальністю та різноманітністю [6].

Послуги, які надаються ресторанами повинні мати соціальну адресність, тобто відповідати вимогам певного контингенту споживачів. Необхідно також враховувати вимоги ергономічності, тобто відповідність умов обслуговування гігієнічним, антропометричним і фізіологічним вимогам споживання. Дотримання вимог ергономічності підвищує комфортність обслуговування, зміцнює здоров'я і працездатність споживача.

Не менш важливою є естетичність послуг, що забезпечується гармонійністю архітектурно-планувального і колористичного вирішення приміщень, а також умовами обслуговування, у тому числі зовнішнім виглядом обслуговуючого персоналу, сервіруванням столу, оформленням і подаванням страв.

Поінформованість передбачає повне, достовірне та своєчасне інформування споживача про послуги, зокрема про харчову та енергетичну цінність кулінарної продукції, що допомагає йому, з урахуванням свого віку та стану здоров'я, правильно підібрати меню.

Послуги закладів ресторанного господарства та умови їх надання мають бути безпечними для життя і здоров'я споживачів, забезпечувати збереження їхнього майна та охорону навколишнього середовища. Умови надання послуг повинні відповідати вимогам чинних нормативних актів за рівнями шуму, вібрації, освітлення, станом мікроклімату, архітектурно-планувальним і конструктивним рішенням, безпекою. Екологічна безпека залежить від стану навколишнього середовища і території, технічної справності, вентиляції, водозабезпечення, каналізації тощо, а також дотримання державних стандартів системи безпеки праці. Виробничий та обслуговуючий персонал повинен мати відповідну спеціальну підготовку щодо дотримання санітарних вимог і правил особистої гігієни на виробництві, при зберіганні, реалізації та організації споживання кулінарної продукції [5]

Послугам, які надають заклади ресторанного господарства, як і іншим видам послуг, властиві чотири головні особливості: нематеріальність, невіддільність, мінливість якості, неможливість зберігання. Також науковці додають п'яту особливість – відсутність права власності клієнта на послуги [8].

Послугам властива нематеріальність, оскільки послуги неможливо побачити, доторкнутися, понюхати, спробувати на смак до моменту придбання, що, в свою чергу, вимагає високого професіоналізму від обслуговуючого персоналу.

Другою особливістю послуг є їх невіддільність, тобто виробництво послуг не може відбуватися окремо від їх споживання, адже надання послуг відбувається одразу після замовлення споживача.

Ще однією складовою послуг є мінливість якості, яка залежить від персоналу та уподобань споживачів. Оцінку мінливості якості послуг проводять за допомогою експертиз, аналітичних та соціологічних методів.

Оскільки послуги надає обслуговуючий персонал, то одна і та ж послуга може відрізнятись в різних закладах ресторанного господарства. Це залежить від кваліфікації персоналу, класу закладу, конкуренції, коливань попиту, систем інформування споживачів.

Також на мінливість послуг впливає споживач, а саме його уподобання, смаки, настрої, переваги та вимоги до послуги. Для того, щоб дізнатися про потреби споживача треба проводити маркетингові дослідження [8].

Не менш головною особливістю послуг ресторанного господарства є неможливість зберігання. Якщо ресторан не заповнений гостями, то це означає що заклад недоотримує прибутки.

Отже, додаткові послуги мають велике значення в розвитку ресторанного господарства, оскільки завдяки унікальним послугам підвищується конкурентоспроможність закладів, відбувається залучення нових постійних клієнтів, підвищується якість надання послуг та кваліфікації працівників тощо.

Необхідно зазначити, послуги закладів ресторанного господарства мають свої специфічні особливості, які взаємопов'язані між персоналом та споживачем. Надання послуги, а саме залучення нових клієнтів, тісно пов'язано з аналізом потреб споживачів і задоволення цих потреб через впровадження нових додаткових послуг в закладах ресторанного господарства або за межами закладу. Процес надання послуг є невіддільним, нематеріальним, хоча їжа є матеріальною, але сам процес приготування та подання їжі і переконання в якості і отриманні задоволення від страви є нематеріальним, якість також є однією з особливостей послуг і неможливість зберігання, тобто продукти і виготовлення страв та надання особливих послуг залежить від кількості споживачів.

1.2. Види додаткових послуг які надаються в ресторанному господарстві

В сучасному світі заклади ресторанного господарства пропонують все більше та більше послуг, для заохочення більшої кількості споживачів. Головною задачею ресторану є приготування якісної та смачної їжі для клієнтів, але на сьогоднішній день в ресторанному господарстві виникає потреба в зацікавлені клієнтів, для того щоб вони залишилися довше в ресторані, для цього виявляють потреби споживачів та пропонують додаткові послуги, які можуть включати в себе розважальні заходи, музику тощо. Оскільки люди приходять до ресторану не тільки поїсти, а й відпочити та розважитися, то заклади ресторанного господарства зацікавлені в впровадженні додаткових послуг.

Послуги ресторанного господарства поділяються на основні та додаткові. До основних послуг відносять приготування їжі та її реалізацію, а до додаткових відносяться всі інші послуги, наприклад організацію дня народження, дитячу кімнату тощо.

Для доцільного обслуговування споживачів закладами харчування передбачається надання комплексу різноманітних послуг, які за своїм характером поділяються на три групи, які наведені на рис. 1.3

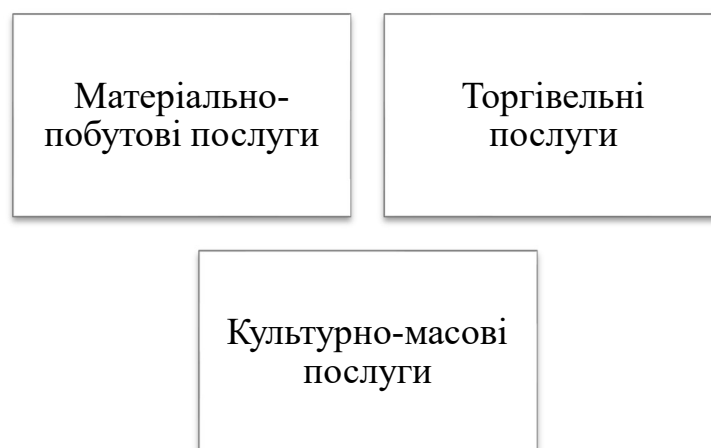


Рис. 1.3. Класифікація послуг за характером, [2]

До матеріально-побутових послуг відносять послуги з реалізації їжі, а саме страв закладу, напоїв, десертів та інших кулінарних виробів. Наприклад, такими послугами може бути:

- організація банкетів для чаювання, також сервірування столу для вітамінного банкету, або столу для проведення часу за чашкою кави тощо;
- проведення днів національної кухні, сімейних обідів тощо;
- приготування страв та напоїв на замовлення та доставка цієї продукції додому, до роботи тощо;
- проведення виставок страв.

Торговельні послуги забезпечують купівлю продукції. Це раціональна система приймання замовлення на обслуговування, консультація споживачів про корисні властивості страв і напоїв, з питань складання меню, сервірування святкового столу, приготування окремих видів кулінарної продукції; обслуговування заходів вдома у споживача; надання у тимчасове користування столового посуду, приборів, білизни.

Культурно-масові послуги включають музичні програми, концерти, проведення вечорів-зустрічей; реалізацію квітів, сувенірів, виклик таксі [2].

Основне призначення додаткових послуг полягає у більш повному задоволенні попиту населення на різні види обслуговування та збільшенні на цій основі обсягу товарообігу. Додаткові послуги, які можуть надавати підприємства харчування, класифікуються за різними ознаками. Залежно від функціонального призначення їх поділяють на послуги з виробництва кулінарної продукції і реалізації та організації споживання,

Додаткові послуги, пов'язані з виробництвом кулінарної продукції, полягають у виготовленні продукції на замовлення населення, приготування кухарем страв вдома із сировини замовника тощо.

Послуги з реалізації не мають конкретної матеріальної форми і здійснюються у вигляді приймання попереднього замовлення на виготовлення продукції чи обслуговування бенкету, продажу сувенірів, квітів тощо.

Основне призначення послуг з організації споживання – створення максимальних зручностей у процесі споживання кулінарної продукції. До цих послуг відносять доставляння продукції на робочі місця та додому, обслуговування бенкетів, організацію святкових заходів удома із сервіруванням столу, обслуговування нарад, семінарів, вечорів відпочинку поза підприємствами харчування.

Обсяг і види додаткових послуг залежать від типу підприємства, його матеріально-технічної бази, чисельності й кваліфікаційного складу робітників, попиту споживачів. Підприємства ресторанного господарства можуть надавати як платні, так і безкоштовні додаткові послуги.

До платних відносять ті види послуг, надання яких пов'язано з додатковими матеріальними й трудовими витратами. Безкоштовні послуги не потребують особливих витрат. Вони поєднуються з основними функціями підприємства і не відволікають робітників від виконання прямих службових обов'язків.

Основним видом послуг, який має широке розповсюдження, є обслуговування весіль, бенкетів з нагоди ювілеїв, днів народження, обрядових заходів тощо. Даний вид послуг включає повне обслуговування – споживач замовляє кулінарну продукцію та алкогольні напої на визначену суму. Йому надаються необхідний посуд, послуги з порціювання; приготування кулінарної продукції із сировини замовника; здаються в оренду зали, надаються столова білизна, посуд, прибори, послуги офіціантів.

Інша група послуг пов'язана з обслуговуванням вдома: послуги кухаря з приготування страв, кулінарних і кондитерських виробів із сировини замовника; послуги офіціантів із сервірування святкового столу й організації обслуговування урочистих заходів; послуги мийника посуду; консультації спеціалістів із приготування бенкетних страв і сервірування святкового столу; прокат столової білизни, посуду, приборів, інвентарю.

Значним попитом користується такий вид послуг, як попереднє замовлення на виготовлення тортів, пирогів до свят, весільних коровай, напівфабрикатів, готових кулінарних виробів.

Актуальною є організація виставок-продаж кулінарних і кондитерських виробів до свят, у місцях відпочинку, під час проведення різноманітних заходів. Такі виставки організуються, як правило, не в залах підприємств ресторанного господарства, а на вулицях, майданчиках, у спеціальних павільйонах. При цьому необхідно звернути увагу на різноманітний асортимент кулінарної продукції та борошняних кондитерських виробів з метою задоволення попиту будь-якого споживача; оригінальне привабливе оздоблення виробів, що реалізуються; невелику масу та відповідну ціну одиниці продукції; створення умов для зручного споживання продукції - наявність посуду разового користування, серветок, пакувальних матеріалів; забезпечення належних санітарно-гігієнічних умов зберігання та реалізації продукції; наявність відповідного інвентарю.

На підприємствах харчування, де основним контингентом є молодь, можна запропонувати такі види послуг: організацію концертних програм, дискотек, вар'єте з реалізацією певного набору продукції – бутербродів, тістечок, безалкогольних напоїв, фруктів; організацію показу відео програм; продовження часу обслуговування понад встановлений режим роботи; прокат настільних ігор; створення залів для гри у більярд.

Перелік інших послуг може бути таким: консультації фахівців з питань кулінарії та організації обслуговування; організація школи молодої господині; виклик таксі на замовлення відвідувача; реалізація сувенірів, газет, журналів, квітів; установа у вестибюлі телефонів-автоматів, у тому числі міжміських [8].

Заклади ресторанного господарства поділяють додаткові послуги за характером на 8 видів, які наведені в табл. 1.1. [9]

Перелік додаткових послуг відрізняється у рівня суб'єктів дослідження, їх видів і категорій. Проте, готельно-ресторанні комплекси категорії «Люкс»

або «5 зірок» повинні надавати всі додаткові послуги самостійно [9]. Для цього вони повинні мати розгалужену мережу підрозділів, що виробляють і реалізують велику кількість різноманітних додаткових послуг (перукарню, ресторан, кафе, бар, відділення зв'язку та банку, магазин, кіоски, хімчистку, касу з продажу квитків на всі види транспорту тощо).

Таблиця 1.1.

Додаткові послуги закладів готельно-ресторанного бізнесу

Назва послуги	Характеристика
Інформаційні	Інформування про послуги, пропонувані закладом, транспортне обслуговування, пропозиції щодо придбання товарів, сувенірів тощо, наявність історико-культурних пам'яток і культурно-просвітницьких установ
Комунально-побутові	Прибирання, надання додаткових ремонтних послуг
Посередницькі	Резервування місць, замовлення банкетів тощо
Автотранспортні	Організація стоянки біля закладу, авто мийка тощо
Торговельні	Продаж товарів (страв, напоїв, сувенірів)
Інші	Прокат інвентарю (посуду тощо), комп'ютерного обладнання, автомобілів, зберігання кореспонденції, цінних речей

Джерело: [9]

Підприємства, які не можуть самостійно виконувати весь комплекс додаткових послуг, укладають договори на надання відповідних послуг із комунально-побутовими, транспортними, банківськими, торговельними підприємствами й закладами культури тощо.

Постійне збільшення основних і додаткових послуг, що надаються підприємствами готельно-ресторанного бізнесу, в залежності від рівня обслуговування, розміру та структури, обумовлює створення різної

організаційної структури. Тому правильна градація (класифікація) досліджуваних підприємств – це запорука побудови достовірної системи обліку і контролю.

Виділення класифікаційних ознак підприємств готельно-ресторанного бізнесу – це групування за певними ознаками, які дають можливість нести відповідальність за якість послуг, характеризувати умови організації проживання і харчування споживачів, а також виділити центри відповідальності та центри витрат.

Різноманітність послуг на ринку готельно-ресторанного бізнесу потребує її систематизації відповідно до критеріїв попиту. М.Г. Бойко до таких критеріїв визначає відповідність обсягу та якості послуг їх ціні [9], тому, основою для класифікації досліджуваних підприємств є рівень комфорту.

У кожній країні, враховуючи соціально-економічні та історичні особливості розвитку, існує власний підхід до виділення класифікаційних ознак досліджуваних підприємств. У більшості Європейських країн найпоширеніша система класифікації готелів - кількість зірок. Проте, за півстолітнє існування такої системи, так і не виникло єдиних правил присвоєння певної категорії.

В Україні підприємства готельно-ресторанного бізнесу в більшості випадків класифікують за категоріями відповідно до загальної характеристики, яку визначають комплексом вимог до; стану матеріально-технічного оснащення; переліку послуг, що надаються, кваліфікації персоналу та рівня обслуговування.

Погоджуємось з думкою О.М. Головка, що значну частину питань з організації діяльності досліджуваних підприємств слід розглядати поряд з технологією, яка складається з послідовно виконаних процесів надання основних і додаткових послуг, якість виконання яких залежить від організаційної структури, типу і категорії підприємства, від організації системи управління тощо [9].

Результати дослідження дають підстави стверджувати, що економічне зростання діяльності підприємств готельно-ресторанного бізнесу в Україні стримується рядом причин. Це і економічна криза, і недоліки в діяльності фінансово-банківської системи, обмеження платоспроможності населення, недосконала податкова система. Недоліком також є відсутність інструкцій та методичних рекомендацій, які були б логічно взаємопов'язані і не суперечили один одному. Крім цього, потрібно враховувати відсутність необхідної інфраструктури, відповідних сервісних послуг, що в свою чергу, відображається на рівні якості обслуговування споживачів таких послуг.

Чинне законодавство України нечітко визначає готельно-ресторанне підприємство, його належність до сфери туристичних послуг та відомчого підпорядкування [9]. Для розвитку досліджуваних підприємств, належного функціонування їх на ринку послуг доцільним є розробка законодавчих актів, які передбачали б інвестування у готельно-ресторанний бізнес, а це у свою чергу буде стимулятором розвитку туризму в країні.

Організації готельно-ресторанного бізнесу є складовою послуг туризму, де головною задачею є надання послуг гостинності. Така особливість готельно-ресторанного комплексу є основною і забезпечує складний процес забезпечення ефективного механізму обслуговування, ціноутворення та планування, що безпосередньо впливає на побудову системи управлінського обліку і внутрішнього контролю [9]

1.3. Сучасні напрямки розвитку додаткових послуг в ресторанному бізнесі в Україні

Ресторанний бізнес вважається одним із найприбутковіших напрямків інвестування. З кожним роком стає все більше закладів ресторанного господарства, урізноманітнюється їх меню та кухня, з'являється все більше напрямків обслуговування клієнтів.

У зв'язку з COVID-19 більшість закладів зазнала збитків і так не відновила свою діяльність, інші ж заклади почали змінювати спосіб надання послуг і працювати на доставку або на виніс.

Також ще одним викликом для ресторанного бізнесу України в 2022 році стали військові дії, через які частина підприємств була вимушена зробити релокацію бізнесу в західну Україну, через окупацію або постійну загрозу втратити бізнес через бойові дії, частина закладів почала займатися волонтерством і приготуванням їжі для військовослужбовців тощо, а третя частина закрилася повністю або до закінчення війни.

Однією із важливих тенденцій українських ресторанних закладів стало розширення бізнесу за кордоном або в західній частині України, і тому почали користуватися попитом франчайзингові послуги та консультації тощо.

За останні роки тенденція розвитку додаткових послуг можна поділити на:

- розвиток послуг обслуговування;
- розвиток кухонь, тенденції харчування;
- розвиток технологій ресторанного бізнесу [10].

Через пандемію швидкими темпами почала розвиватися сфера доставки та їжі на виніс [11].

Доставка їжі з ресторану – це найактуальніший напрям розвитку ресторанного бізнесу за останні роки. Завдяки доставці підприємства ресторанного господарства в реаліях сьогодення та під час Пандемії, коли відбулися карантинні обмеження і не було можливості обслуговувати велику кількість відвідувачів в закладі, доставка надала можливість далі працювати, розвиватися та конкурувати на ринку надання послуг харчування та отримувати більший прибуток [11].

Культура доставки їжі та онлайн-замовлень розвивається неймовірно швидкими темпами, тим паче під час пандемії, коли заклади закривають для відвідування, і дозволяють працювати тільки на виніс або на доставку (крім доставки алкоголю та продажу напоїв на виніс). Додатки Delivery.com, Uber

Eats, Caviar є одними із найпопулярніших у світі у сфері їжі. Крім доставки зі звичайних закладів, зростає кількість замовлень із «віртуальних» ресторанів, які не приймають офлайн-гостей та готують виключно для доставки. Одна з нових ідей на ринку – це «хаби» для віртуальних закладів: кухні різних ресторанів під одним дахом, між якими курсують автономні автомобілі, які забирають замовлення та розвозять їх клієнтам. Це зменшує витрати закладів та робить доставку доступнішою для відвідувачів [11]

У першому кварталі 2021 року частка замовлень їжі зросла на 40% порівняно з тим самим періодом минулого року (Форбс за даними NPD Group). Заклади самі організують доставку або користуються сервісами, які ростуть дуже швидко. Частіше і більше доставляють їжу, звичайно, в мегаполісах, але тепер і менші міста показують інтенсивне зростання подібних послуг у громадському харчуванні [12].

Сучасний розвиток додаткових послуг складається з декількох напрямків, на які значно вплинула діджиталізація. У зв'язку з чим частина роботи витіснила звичайну робочу силу і стала виконуватися технікою або роботами.

Напрямки сучасного розвитку додаткових послуг в Україні можна поділити на такі напрямки:

- роботизація;
- популярність доставки;
- менше контакту між гостем і офіціантом, наприклад за рахунок цифровізації меню;
- екологічність, як спосіб заощадити та зберегти природу, наприклад електронні чеки;
- мода здорового харчування;
- мультимедійність, тобто використання соціальних мереж для інформування споживачів та продажу товарів та послуг;
- автоматизація;

- агрегатори постачальників, а саме інформування споживачів про якість продуктів споживання, які надаються у вигляді послуг приготування їжі.

Додаткові послуги сучасного розвитку поділяють на такі види, рис. 1.4



Рис. 1.4. Сучасні напрямки розвитку додаткових послуг, розроблено автором на основі джерел [11,12]

Одним із сучасних напрямків розвитку додаткових послуг є цифрові технології.

В сучасному світі кожен бізнес потребує цифрових технологій і ресторани в даному випадку не виняток. Сфер застосування цифрових технологій у ресторанах дуже багато, це і оптимізація витрат, і поліпшення досвіду гостя.

Один з перспективних напрямків – використання безпілотних автомобілів та роботів для доставки їжі. Ця технологія вирішує разом безліч проблем, а головне – знижує витрати на робочу силу. За прогнозами експертів, безпілотники зможуть виконувати в 4-5 разів більше доставок на годину, що може суттєво збільшити прибуток закладів, які застосовують цю технологію [12]

Важливим напрямком розвитку додаткових послуг в ресторанному бізнесі є роботизація у ресторанах, що в свою чергу прискорює надання послуги, зменшує витрати на трудовий капітал та полегшує роботу закладу тощо.

У світі люди розділяють думку, що роботи – це далеке майбутнє, але це не так, дані технології вже прориваються в сучасний бізнес. Зараз роботів поділяють на:

- front of the house — працюють із гостями;
- back of the house — виконують завдання на кухні.

Прикладів других поки що більше: роботизовані руки, що смажать бургери (Miso Robotics), або автомати, які готують салати to go (Spurse). Такі технології дозволяють досягти однакової якості продукту у мережевих закладах. Роботи для роботи в залі поки що використовуються рідше і виглядають дуже дивно. Наприклад, у компанії Bear Robotics є робот, який замінює басбоїв у ресторанах.

Роботизацію розглядають як один із найефективніших методів розв'язання проблеми персоналу в майбутньому. Йдеться не про заміну людей штучним інтелектом, а скоріше про оптимізацію найзрозуміліших ділянок роботи працівників.

Роботи для залу поки що використовуються рідше. Одна з останніх новинок, яку презентували в останньому NRA Show у Чикаго, – робот Penny 2 (Bear Robotics). Він вміє рухатися вузькими коридорами, орієнтуватися у натовпі, доставляти їжу і забирати брудний посуд. У новій моделі з'явився планшет, за допомогою якого можна приймати замовлення та спілкуватися з гостем.

Ono Food Company планує запуснути у Лос-Анджелесі перший у світі повністю автоматизований ресторан на колесах з роботами та технологіями для приготування їжі та приймання замовлень. В Україні ситуація з технологіями розвивається не так швидко, як у США: кіоски самообслуговування і роботи ще далеко не масове явище [11].

Наступним напрямком сучасного розвитку є зменшення взаємодії обслуговуючого персоналу з клієнтом закладу. В сучасному світі починає користуватися попитом електронне меню, яке поступово витісняє звичне для всіх паперове меню. Заклади завдяки цьому також економлять на ресурсах, а саме не витрачають час на щоденну санітарну обробку меню та регулярне оновлення поліграфії.

Електронне меню ресторани розміщують на краях столів у вигляді QR-кодів, які клієнти потім можуть відсканувати на свої телефони, щоб перейти на сторінку з меню, де у вигляді pdf-файлу або на сторінці сайту закладу відображаються страви і напої закладу з актуальними цінами. Також набирає актуальності оплата чеку через сайт.

Мережеві заклади фастфуду теж пропонують відвідувачам робити замовлення за QR-кодом, незважаючи на те, що є і обслуговування за стійкою, і кіоски для самостійного замовлення та оплати. [12]

Тренд кількох останніх років у ритейлі, коли великі офлайн магазини переходять на онлайн продажі та навпаки, як це показав Amazon. Мультиканальність у закладах громадського харчування – це також комбінація онлайн та офлайн продажів. Більшість офлайн-закладів, які це вже усвідомили, ефективно використовують свої ресурси для збільшення продажів, пропонуючи клієнтам не тільки відвідати заклад, але й замовити їжу додому, або оформити замовлення та забрати його самостійно.

Наприклад, ресторани можуть використовувати систему автоматизації роботи – Poster, а саме може підключити Poster Shop – повністю інтегровану онлайн-вітрину вашого закладу, і почати приймати онлайн-замовлення. У Poster заклад зможете повністю відстежувати замовлення від його прийняття з сайту до видачі замовлення клієнту, переглядати статистику з продажів та контролювати роботу кур'єрів [11].

Ще одним актуальним напрямком розвитку додаткових послуг закладів ресторанного комплексу є способи захисту екології. Майже всі заклади в даному випадку переходять на електронні чеки, але це незначний захист

екології, але кожен починає з малого. Якщо взяти в великому масштабі, що всі заклади відмовляться від чеків, то частину лісу можна буде врятувати від вирубки. Необхідно зазначити, що більшої шкоди в закладах харчування приносить одноразовий посуд, а саме паперові стаканчики, пластикові стаканчики, соломинки для коктейлів тощо.

За даними Indexbox, заклади харчування розділяють на чотири групи з найбільшим використанням пластикового або паперового одноразового посуду, рис. 1.5.

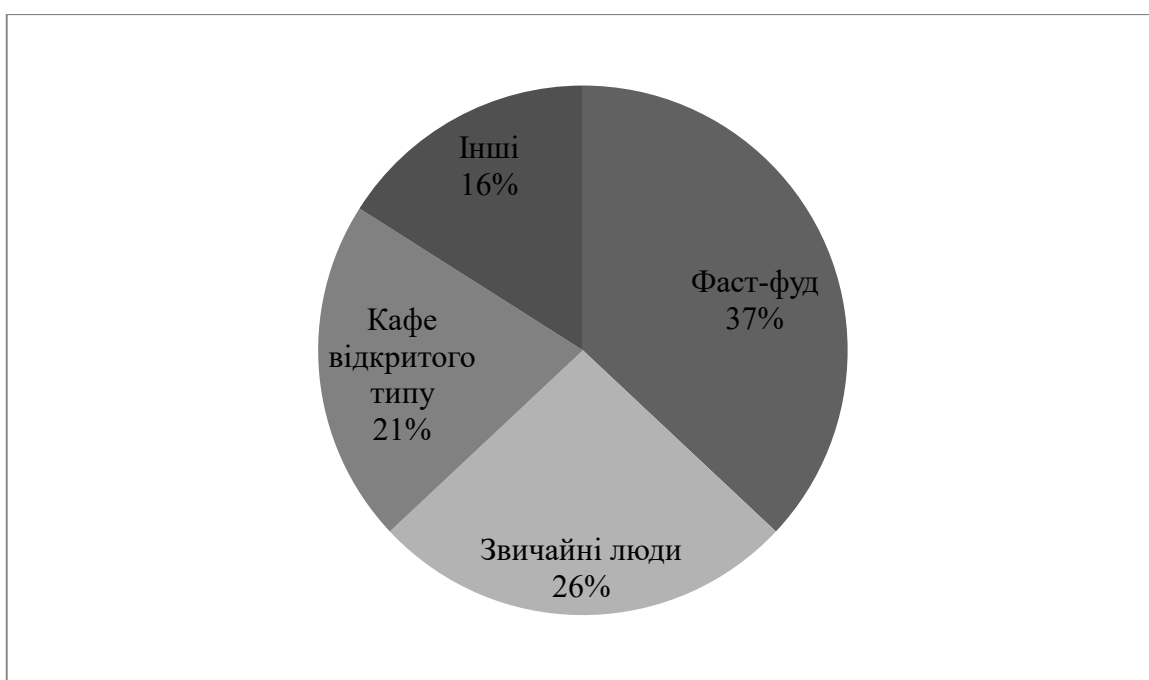


Рис. 1.5. Споживання одноразового посуду закладами харчування, розроблено автором на основі джерела [12]

За даними рис. 1.5., необхідно сказати, що найбільше використання одноразового посуду припадає на фаст-фуди, а саме 37% від 100% використання одноразового посуду. На другому місці по використанню пластикових та паперових стаканчиків і іншого одноразового посуду знаходяться люди, які використовують близько 26% даного посуду, а на третьому місці – кафе відкритого типу, на які припадає 21% використання пластикового та паперового посуду. Нажаль на сьогоднішній день мало хто

готов відмовитися від даного виду посуду і це несе великої шкоди навколишньому середовищу, можливо, в майбутньому уряд прийме законодавчі норми, які будуть обмежувати використання пластику.

Передбачається, що у виробників упаковки буде два варіанти: сплатити екологічний збір або повністю утилізувати свою продукцію після продажу упакованого товару кінцевому споживачеві. Не дуже ясно, як це буде працювати на практиці, але тренд ясний, і громадське харчування намагається шукати заміну пластику. Наприклад, закуповує посуд із матеріалів на основі дерева, паперу, кукурудзи, цукрової тростини, кісточок авокадо [12].

У зв'язку з цифровим розвитком у світі та впровадженням нових технологій в бізнесі щороку спостерігається зменшення людських трудових ресурсів на 250-300 тисяч. До того ж є проблема трудової міграції в найближчі європейські країни. Ринок потенційних співробітників NoReCa стає дедалі меншим, а збільшувати витрати на зарплатний фонд ніхто не хоче. Пошуки та утримання персоналу стали однією з основних проблем на ринку закладів громадського харчування.

Через це у світі розвивається тренд автоматизації – дедалі більше рестораторів роблять інтеграцію з технологіями для оптимізації швидкості обслуговування та заощаджуванні на оплаті праці [11]

Наприклад, кіоски самообслуговування – це тренд для форматів фастфуд та фасткежуал. По суті, касир стає зайвою ланкою у закладах такого формату, і ресторатори намагаються замінити його та мінімізувати витрати. Такий варіант безпечніший під час карантину, тому що немає скупчення людей біля каси [11].

На сьогоднішній день актуальності серед людей набирає здорове харчування та флексітаріанство.

Люди все більше стали замислюватися про власне здоров'я, що призводить до швидкого зростання популярності харчування.

Кожна людина визначає сама, що для неї є правильне харчування. Для одних людей правильне харчування – це з'їсти величезний стек з декількома

шматочками цвітної капусти, що для інших може показатися неприйнятним. Інші ж за здорове харчування вважають салат з певним грамуванням і зайві 20 г покажуться недопустимими.

В умовах прагнення людей до здорового харчування з'являється багато дієт та підходів до харчування в цілому. Одним із популярних напрямків здорового харчування зараз є флексітаріанство – це, так зване, гнучке вегетаріанство, суть якого полягає в тому, що люди повністю не відмовляються від м'яса, а їдять його за певним приводом або бажанням. В даному випадку люди не відмовляються повністю від м'яса, яєць, риби тощо, але мають обмежити їх вживання.

Варто зауважити, що зараз є рослинні аналоги м'яса та риби. Веганські бургери, рослинні нагетси та навіть альтернативний лосось компанії GreenFish Agama на основі пшеничного та вівсяного білка – ці товари вже є в продажі [12]

Ще одним прикладом діджиталізації є застосування хмарних сервісів в ресторанних закладах для збереження інформації.

Тенденція зберігати дані закладу не на власному сервері у закладі, а у хмарі все більше набирає обертів. Ресторатори бажають мати повний доступ до операційних даних та аналітики з будь-якої точки світу, а не залежати від одного робочого місця. У хмарі працюють не тільки планшетні системи, зберігати дані на безпечніших віддалених серверах стали пропонувати й традиційні стаціонарні системи автоматизації [11].

Одним із важливих питань ресторанного бізнесу є люди з обмеженнями, тому в сучасному світі ресторани заклади намагаються створити умови для людей з фізичними обмеженнями. У закладах адаптують входи в будівлі, шляхи евакуації, санвузли, для слабозорих створюють спеціальне меню зі шрифтом Брайля [12].

Сьогодні багато закладів пропонують своїм відвідувачам широкий асортимент додаткових послуг. В наш час особливо популярні наступні поєднання: заклади із східною кухнею і кімнати для кальяну, класичні

ресторани з кав'ярнями. Такі заходи, що передбачають поєднання кількох напрямків спеціалізації, спрямовані на затримку відвідувачів на тривалий час, щоб вони змогли замовити більше послуг та страв. Ідея подібних ресторанів в тому, що гості зранку приходять на сніданок, потім обід, ввечері – на вечерю і каву з сигарою. Вважається, що люди обирають заклад з повним спектром послуг і тим самим більш повно і комплексно задовольняють свої вимоги, а заклади ресторанного господарства за рахунок таких інновацій в соціокультурному просторі отримують вищий економічний ефект.

Проте вже зараз багато закладів працюють із хмарними системами обліку, офіціанти використовують смартфон або планшет замість блокнота з олівцем, а Варто відмітити, що кілька років назад інновацією в ресторанному бізнесі вважався виклик таксі із кафе чи ресторану або бронювання столів по телефону. Трохи пізніше інноваційними ставали ресторани, в яких можна було зробити замовлення додому, а також заклади в яких в різноманітних конкурсах можна було виграти знижку на обслуговування або наприклад вечерю на двох [16]. В сучасному ж обслуговуванні виникає значна кількість новинок, які до цього часу повністю не вивчені ні ресторанными закладами, ні їх відвідувачами. Але, очевидно, що за ними майбутнє інноваційного соціокультурного обслуговування споживачів ресторанных послуг.

Отже, економічні та політичні проблеми стали поштовхом для розвитку сфери додаткових послуг, як в Україні так і в інших країнах світу.

ВИСНОВКИ ДО 1 РОЗДІЛУ

1. Додаткові послуги в ресторанному бізнесі – це особливий вид послуг, які надаються споживачам безкоштовно або за додаткову оплату, та задовольняють побажання споживачів, щодо обслуговування, організації тощо. Додаткові послуги – це всі послуги, які не відносяться до основних. Наприклад, до додаткових послуг ми можемо віднести організацію дня народження, організація живої музики тощо.

Суть надання та впровадження закладами ресторанного бізнесу додаткових послуг полягає в підвищенні таким чином конкурентоспроможності закладу, за рахунок більшої привабливості для клієнтів та задоволення їх потреб на вищому рівні.

Особливостями додаткових послуг є їх унікальність, практичність, висока якість обслуговування, невіддільність та інші особливості.

2. Додаткові послуги є дуже важливою складовою закладів ресторанного господарства і поділяються на декілька груп: матеріально-побутові – це послуги з реалізації їжі, шляхом організації якогось заходу на замовлення або з ініціативи самого закладу ресторанного бізнесу; торгівельна послуга – це прийняття замовлення на виготовлення страв вдома, в закладі або іншому місці дозвілля; культурно-масові послуги включають в себе організацію концертів, реалізацію сувенірів або квітів або інших товарів тощо.

РОЗДІЛ 2.

АНАЛІЗ НАДАННЯ ДОДАТКОВИХ ПОСЛУГ В РЕСТОРАНІ «PASSENGER»

2.1. Загальна характеристика ресторану «Passenger »

У Тернополі є досить багато ресторанів, що пропонують різноманітну кухню, від української до європейської, азіатської та інших національних страв. Ви знайдете як дорогі ресторани з ексклюзивним меню та високим рівнем обслуговування, так і менш дорогі заклади з простішою, але якісною їжею. Деякі ресторани можуть мати живу музику та інші розважальні заходи, що дозволить вам насолодитися не тільки їжею, але й атмосферою.

У більшості ресторанів у Тернополі пропонуються послуги доставки їжі та можливість забрати замовлення з собою. Як правило, вони мають відповідні сертифікати якості та санітарно-епідеміологічні висновки, що гарантує безпеку та якість продуктів.

Узагалі, ресторани Тернополя добре відомі своєю гостинністю та якістю їжі.

Крім того, в Тернополі є також багато кав'ярень та барів, де можна скуштувати різні види кави, чаю та інших напоїв, а також перекусити з відповідними закусками та десертами. Ці місця можуть бути дуже затишними та приємними для проведення часу з друзями або для роботи.

Одним з головних чинників успіху ресторанів в Тернополі є використання місцевих та сезонних продуктів, що дозволяє варити страви зі свіжих та якісних інгредієнтів. Крім того, багато ресторанів в Тернополі пропонують вегетаріанські та веганські страви, що відповідає сучасним тенденціям та популярності здорового способу життя.

Нарешті, варто зазначити, що багато ресторанів у Тернополі пропонують відповідні сервіси для проведення різних заходів, таких як дні народження, весілля, корпоративні вечірки та інші події. Вони можуть надати

необхідні приміщення, послуги кейтерингу, декор та інші послуги, що дозволять зробити ваш захід незабутнім та якісним.

Загалом, ресторани в Тернополі можуть вражати як своїм різноманіттям, так і високою якістю приготування страв та обслуговування.

Ресторан «Passenger» – це заклад ресторанного господарства, який відповідає за організацію відпочинку в місті Тернопіль. В даний заклад люди проходять щоб гарно провести час та смачно поїсти і відпочити. В ресторані «Пассанджер» обслуговуючий персонал привітно зустрічає гостей, швидко та якісне приготування авторських блюд, а також створено умови для повноцінного відпочинку в закладі.

«Пассанджер» – це заклад громадського харчування, що надає споживачам широкий асортимент авторських блюд і має високий рівень обслуговування гостей закладу та якісну організацію відпочинку відвідувачів.

Ресторан «Passenger» – це ресторан з незрівняною авторською кухнею, де якість та смак на вищому рівні. Це можливість насолодитися особливим смаком унікальних страв, побувати у вишуканій атмосфері, гарно провести святкування важливої дати чи вирішити декілька бізнес-справ [13].

В ресторані «Passenger» персонал організовує для гостей чудове проведення днів народження, корпоративів, хрестин, весіль, ювілеїв, банкетів, романтичних вечорів та інших важливих дат гостей закладу.

Страви у закладі – це більше, ніж про звичайний прийом їжі! У «Passenger» абсолютно нове меню та виключно топові, апетитні страви, аналогів яких немає в інших закладах. У кожному інгредієнті страви, яку куштує гість, проявляється кулінарна майстерність шеф-кухаря ресторану та його команди [13].

Гордість закладу – це шеф-кухар Олександр Ліпко. Олександр є кухарем із багаторічним досвідом роботи в ресторанній справі, учасником національного відбору України до «Vocuse D'or» – міжнародного чемпіонату світу з кулінарії. За час своєї роботи, стажування і подорожей, Олександр

Ліпко зрозумів, що важливо зберегти смак якісного продукту, нічим його не перевантажуючи, а тільки підкресливши [13].

Ресторан «Passenger» пропонує своїм гостям такі види послуг, рис. 2.1.:

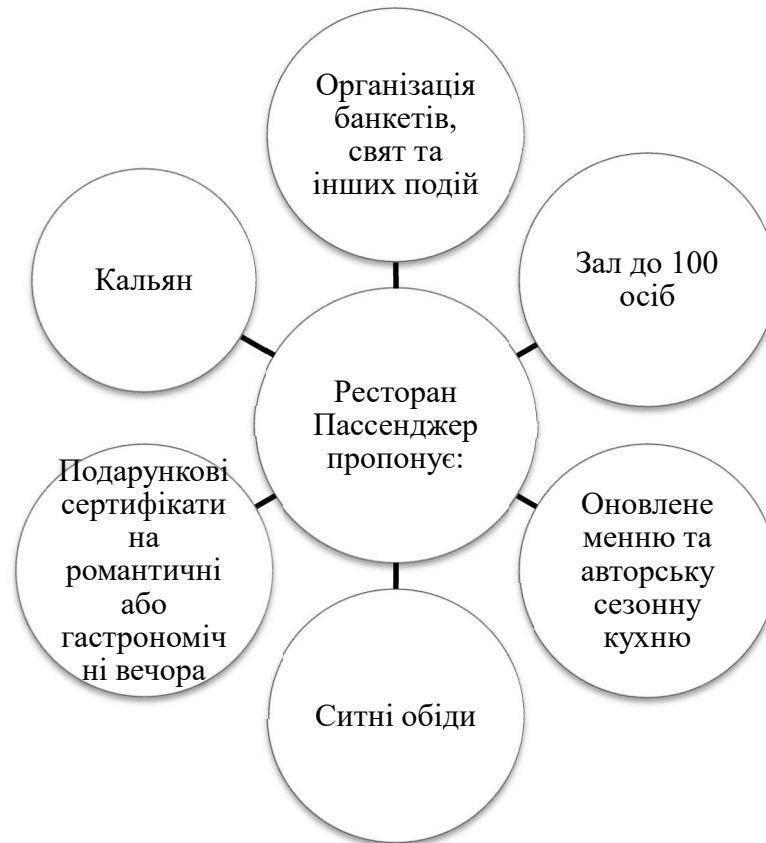


Рис. 2.1. Послуги, які пропонує ресторан «Пасанджер», розроблено автором на основі джерела [13]

Ресторан «Passenger» має ряд переваг, серед яких виділяють:

- приємну атмосферу ресторану і живу музику в закладі;
- авторські місцеві сезонні страви;
- висококваліфікований персонал кухні;
- привітні працівники обслуговування;
- доступні ціни;
- товари на виніс;
- зручне розташування ресторану.

Ресторан «Passenger » знаходиться за адресою м. Тернопіль, вул. Хмельницького, 14А.

Інтер'єр закладу створений в стилі лофт та мінімалізм. Основний зал темний з винною шафою та відкритою кухнею. Тераса повністю застелена та світла.

Ресторан знаходиться біля залізничного вокзалу, поряд є велика стоянка для паркування автомобілів та передбачено умови для інвалідів [15].

Атмосфера в закладі нагадує вагон-ресторан в потязі і виникає відчуття ніби ти справді знаходишся в потязі, звуки потяга, на стінах є телевізор, який постійно змінює пейзаж [14].

Персонал ресторану має охайний зовнішній вигляд. Всі мають притримуватися дрес-коду, а саме мати світлий/темний верх та темний низ. Під час банкетів, гастрономічних вечорів весь персонал одягнений в світлий верх з жилеткою та темний низ. В закладі знаходиться два офіціанти та один адміністратор.

Влітку адміністратор може бути у вільній сукні, а офіціанти одягнуті білу або чорну футболку.

Відвідувачам пропонується звичне для всіх паперове меню та меню у вигляді QR-коду.

Головною задачею ресторану є виробництво і реалізація кулінарної продукції. В закладі можна скуштувати страви авторської кухні від чудового шеф кухаря, який є гордістю закладу.

Ресторан «Passenger » – це місце для тих, хто цінує поєднання лояльної вартості та великого асортименту страв. Заклад пропонує гостям великий асортимент страв, а саме вишукані авторські салати, м'ясні страви та багато інших різноманітних вишуканих страв. Працівники закладу з радістю допомагають гостям ресторану у виборі страви та якісного напою або коктейлю.

2.2. Аналіз основних послуг що надаються в ресторані «Passenger»

Процес обслуговування споживачів, а саме доведення послуги до кінцевого споживача, охоплює велику кількість питань пов'язаних з прийняттям, оформленням та видачею замовлення.

В ресторанному бізнесі, виробництво послуг і обслуговування клієнтів тісно пов'язано між собою й у значній мірі зумовлюють один одного. Чітка та правильна організація виробництва послуг створює умови для раціональної та ефективної організації обслуговування населення. У свою чергу, успішна робота виробничих ланок підприємств великою мірою залежить від рівня обслуговування населення. Чим краще та якісніше організовано обслуговування, тим швидше споживач звернеться знову до послуг даного ресторану – це є однією із найважливіших умов, що забезпечують можливість раціональної організації процесу виробництва послуг, та загалом умови, що забезпечують конкурентоспроможність закладу громадського харчування [17].

У досліджуваному ресторані «Passenger» пропонуються такі послуги ресторанного господарства:

- послуги харчування;
- послуги з приготування їжі на замовлення та кондитерських виробів;
- послуги з реалізації страв та напоїв пропонованих закладом;
- послуги якісного обслуговування клієнтів в закладі, створення зручного місця для споживання їжі;
- послуги з організації відпочинку для клієнтів, тобто організація дозвілля;
- надання інформаційних послуг;
- інші послуги.

Аналіз надання комплексу послуг рестораном «Passenger» почнемо з вивчення персоналу ресторану, який є важливою складовою закладу і без якого неможливо організувати якісне надання послуг ресторану.

Розглянемо склад персоналу ресторану «Passenger» за сегментами, який здійснює надання послуг харчування та організації дозвілля споживачів, який представлений на табл. 2.1

Таблиця 2.1.

Склад працівників ресторану «Passenger» за сегментами

Назва показника сегменту	Кількість працівників
Керівники	1
Фахівці	4
Обслуговуючий персонал	4
Молодший обслуговуючий персонал	2
Зі спеціальною освітою в галузі громадського харчування	6
З вищою економічною освітою	3
Без освіти	2
Жінки	5
Чоловіки	6
У віці 20-35 років	10
У віці 35-45 років	1
Усього працівників	11

Джерело: розроблено автором на основі власного дослідження

За даними таблиці 2.1., необхідно сказати, що в закладі працює кваліфікований персонал, який має спеціалізовану освіту в сфері готельно-ресторанної справи та економіки. Також в закладі налічується два спеціаліста без спеціальної освіти, але з великим бажанням навчатися та покращувати свої професійні навички. Заклад має повний штат фахівців, які налічують 11 осіб.

Майже всі працівники закладу молодого віку, а саме до 35 років, а керівника закладу до 45 років, що каже про те, що заклад дотримується та застосовує нові методи та методики досягнення бажаного результату відповідно до розвитку нових технологій теперішнього часу, а саме технологій

2023 року. За рахунок цього ресторан здійснює організацію споживання продукції та обслуговування відповідно до норм та розвиваючих тенденцій як ресторанні послуги.

Також був проведений аналіз оцінки пропонованих послуг ресторанним закладом «Passenger».

Оцінку послуг харчування рестораном «Passenger» була проведена шляхом анкетування клієнтів та аналізом даних анкет експертами та створення ними звіту. На підставі загального аналізу було розроблено п'ятдесяти бальну шкалу оцінки послуг ресторану, а саме:

- від 0 до 10 балів – послуги надані рестораном були на дуже низькому рівні, що не відповідали рівню ресторану;

- від 11 до 20 балів – послуги надані на низькому рівні, багато з них не відповідали заявленому рівню ресторану;

- від 21 до 30 балів – послуги ресторану надані на середньому рівні з явними вадами;

- від 31 до 40 балів – послуги ресторану надані на середньому рівні з незначними вадами;

- від 41 до 50 балів – послуги ресторану надані на високому рівні з незначними вадами.

Послуга харчування ресторану «Passenger» є послугою з виготовлення, реалізації та організації споживання широкого асортименту страв та виробів складного виготовлення всіх основних груп з різних видів сировини, покупних товарів та горілчаних виробів, що надається кваліфікованим виробничим та обслуговуючим персоналом в умовах підвищеного рівня комфорту та матеріально-технічного оснащення разом із організацією дозвілля.

«Passenger» надає послуги харчування авторської кухні.

На сьогоднішній день, завдяки висококваліфікованим професійним кухарям ресторанна кулінарія розвивається швидше. Професійні кухарі створюють авторські страви, завдяки чому з'являється нове унікальне поєднання інгредієнтів, соуси та десерти [18].

Шеф-кухар ресторану «Passenger» придумав для закладу ціле меню ресторану і тому офіційно кухня «Passenger» є авторською.

Оцінимо надання послуг харчування закладом «Passenger» за 2021-2022 рр., рис. 2.2

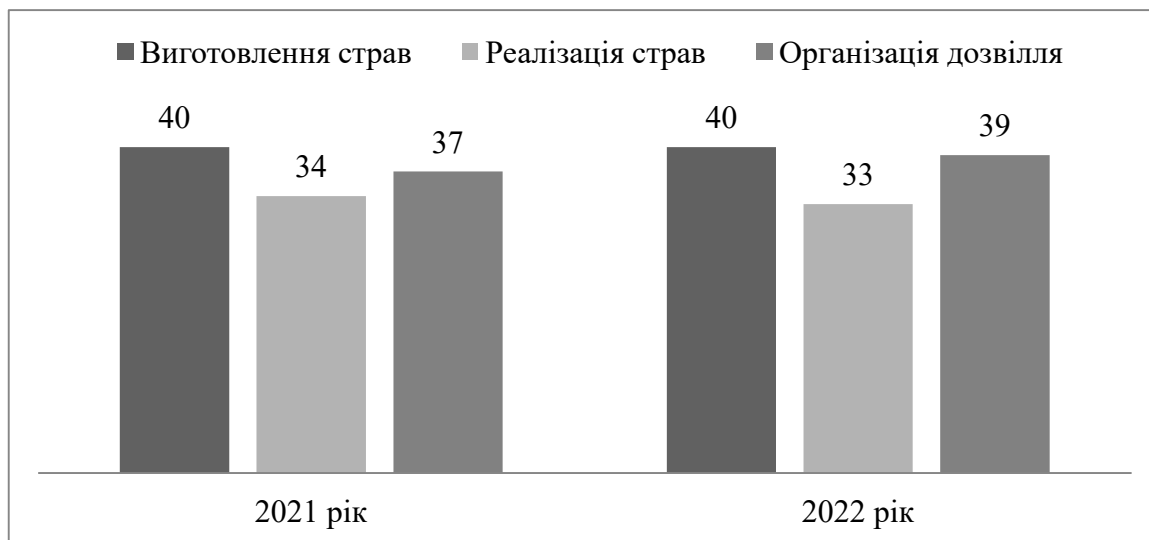


Рис. 2.2. Оцінка надання послуг харчування рестораном «Passenger» в 2021-2022 р.р., в балах, розроблено автором на основі власного дослідження

За даними рис. 2.2. та проведеного аналізу на основі опитування споживачів ресторану можна зробити наступні висновки:

- надання послуг харчування закладом «Passenger» знаходяться на високому та середньому рівні;

- в 2022 році порівняно з 2021 роком спостерігається незначне покращення якості виготовлення страв та організації дозвілля, але зменшення реалізації страв. На дані зміни вплинули військові дії на території України, що в свою чергу зменшили кількість клієнтів закладу і збільшило час на обслуговування одного клієнта;

- найбільша оцінка належить виготовленню страв, а саме 40 балів та говорить про вищий рівень приготування страв в закладі, оскільки шеф-кухар закладу висококваліфікований персонал у своїй справі та не залишив заклад у зв'язку з воєнними діями, а залишився далі працювати;

- найменша оцінка належить реалізації страв закладу, це пов'язано з тим, що у зв'язку з воєнними діями змінювався склад офіціантів закладу, які є не досить кваліфікованими та мають недостатньо досвіду роботи в даному закладі.

Послуги з приготування кулінарної продукції та кондитерських виробів включає в себе приготування кулінарних страв на замовлення та кондитерських виробів, що включає в себе складне приготування страв та додаткове оформлення.

В ході дослідження було проведено оцінку послуг з приготування кулінарних страв та кондитерських виробів рестораном «Passenger» за 2021-2022 рр., рис. 2.3.



Рис. 2.3. Оцінка послуг з приготування кулінарних страв рестораном «Passenger» за 2021-2022 рр., в балах, розроблено автором на основі власного дослідження

На основі даних рис. 2.3., необхідно сказати наступне:

- приготування кулінарних страв та кондитерських виробів закладом «Passenger», за даними оцінювання, знаходиться на високому та середньому рівні;

- в період з 2021 року по 2022 рік, включно, спостерігається ріст оцінки приготування кулінарних страв та кондитерських виробів, що говорить про

покращення якості пропонованих послуг з виготовлення кулінарних страв, але зменшення оцінки приготування кулінарних страв у складному виконанні, на 2 бали, на що вплинула політична ситуація в країні пов'язана з бойовими діями на території України, що зумовило зменшення відвідувачів в ресторані і призвело до зменшення попиту на страви складного виконання, оскільки вони дорожчі, а купівельна спроможність у людей стала меншою за рахунок збільшення витрат, втрати роботи через бойові дії, збільшення цін на товари тощо;

- найбільша оцінка належить приготуванню кулінарних страв та кондитерських виробів, та становила в 2021 році 41 бал, а в 2022 році збільшилася на 1 бал та становила 42 бали, що є позитивно для репутації ресторану та говорить про високоякісні страви в ресторані та прихильність споживачів;

- найменша оцінка належить приготуванню кулінарних страв у складному виконанні, в 2021 році вона становила 39 балів, а в 2022 році мала оцінку 37 балів, що є негативно для закладу, але пояснюється дане зменшення бойовими діями на території України, які вплинули на попит та доставку продуктів тощо. Але все одно оцінка даної послуги знаходиться на середньому рівні і говорить про кваліфікований персонал кухні закладу, а невелика зміна оцінки каже про стабільний рівень якості приготування кулінарних страв.

Ресторан «Passenger » надає послуги з приготування, реалізації авторської їжі та організації дозвілля на високому та середньому рівнях.

2.3. Аналіз додаткових послуг що надаються в ресторані «Passenger »

Ресторан «Passenger » надає широкий спектр послуг. Заклад пропонує своїм гостям високий рівень комфорту, широкий асортимент авторських страв та напоїв, цікавий інтер'єр, який нагадує індивідуальний стиль інь-ян, бо сам зал темний, а тераса світла.

Приготування страв та кондитерських виробів в закладі відбувається за замовленням споживачів, включає в себе також приготування страв в складному виконанні та з додатковим оформленням в закладі, надання послуг кухаря та обслуговування гострівечорів та банкетів на замовлення, доставка їжі та можливість замовити страви з собою.

Послуги приготування кулінарних страв в ресторані «Passenger » надаються висококваліфікованими поварами і надаються вчасно та якісно.

Щодо послуг організації споживання страв в закладі та обслуговування гостей, то як і в усіх закладах ресторанного господарства в ресторані «Passenger » створені всі умови для обслуговування клієнтів, а саме є оснащений зручними меблями основний зал та тераса. В ресторані «Пассенджер» є можливість забронювати столик, замовити гострівечерю, банкет, день народження, організацію корпоративного свята, фуршету тощо, також є можливість організувати за додаткову оплату музиканта або скрипача. Ресторан «Passenger » організовує та надає послуги дозвілля на середньому та високому рівнях.

Послуги відпочинку в закладі відповідають його стилю і передбачають наступні розваги: музику, телевізор на стелі, гострівечори за ініціативи закладу тощо.

Ресторан «Passenger » надає наступні додаткові послуги:

- автостоянка біля закладу;
- жива музика;
- подарункові сертифікати на романтичні або гастрономічні вечора;
- подарунки для відвідувачів на свята (наприклад, безкоштовний коктейль для жінок на 8 березня);
- прикрашання залу для банкету, свята на замовлення (наприклад квітами повітряними кульками тощо);
- музичне обслуговування свята (замовлення тамади, музиканта, шоу-програми);
- замовлення фотографа;

- бронювання столиків;
- оренда залів для проведення банкету, дня народження тощо;
- виклик таксі офіціантом;
- надання інформаційно-консультаційних послуг за телефоном або на сайті ресторану в Instagram.

Послуги з організації споживання страв та напоїв закладу та обслуговування споживачів включає в себе:

- організацію та обслуговування банкетів, свят на замовлення;
- бронювання столів в закладі;
- організацію комплексних обідів/вечорів тощо.

Оцінку послуг з організації споживання страв та обслуговування гостей закладу «Passenger» за 2021-2022 рр.. представлено на рис. 2.4

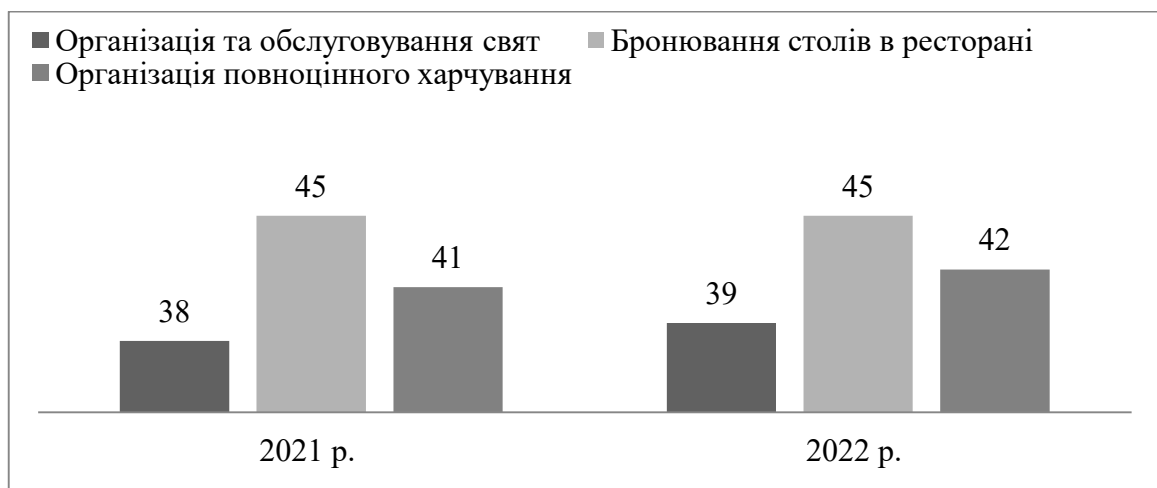


Рис. 2.4. Оцінка послуг харчування та обслуговування клієнтів ресторану

«Passenger» за 2021-2022 рр., в балах,

розроблено автором на основі власних досліджень

За даними рис. 2.4., необхідно сказати, що:

- організація споживання страв та напоїв та обслуговування клієнтів закладу знаходиться на високому та середньому рівнях;

- протягом 2021-2022 рр.. спостерігається збільшення оцінки послуг харчування та обслуговування гостей ресторану «Пассенджер», що є позитивно і говорить про покращення якості обслуговування споживачів та організації харчування;

- найбільша оцінка належить організації бронювання столів в закладі, що свідчить про висококваліфікований персонал закладу та організацію роботи закладу на вищому рівні;

- послуга з організації повноцінного харчування також знаходиться на високому рівні і свідчить про високу якість страв, які приготував кухар закладу;

- найменша оцінка належить організації свят в закладі, а саме 39 балів, та має середній рівень обслуговування, що говорить про недостатній рівень кваліфікації офіціантів.

Для більш детального оцінювання додаткових послуг ресторану «Passenger» розглянемо послуги організації дозвілля в закладі.

До послуг дозвілля ресторану «Passenger» відносять:

- організацію музиканта та скрипача;
- організацію проведення гасстровечорів.

Оцінка послуг з організації дозвілля в ресторані «Passenger» за 2021-2022 роки представлена на рис. 2.5.

За даними рис. 2.5., можна зробити наступні висновки:

- організація дозвілля в ресторані «Passenger» знаходиться на високому та середньому рівні, що говорить про наявність недоліків в наданні послуг відпочинку в закладі;

- протягом 2021-2022 рр.. спостерігається незначне збільшення оцінок з послуг дозвілля, що говорить про покращення якості надання послуг відпочинку, окрім послуги живої музики, тут оцінка зменшилася на два бали, що є негативно, але дана послуга знаходиться на високому рівні, тому дане зменшення є незначним;

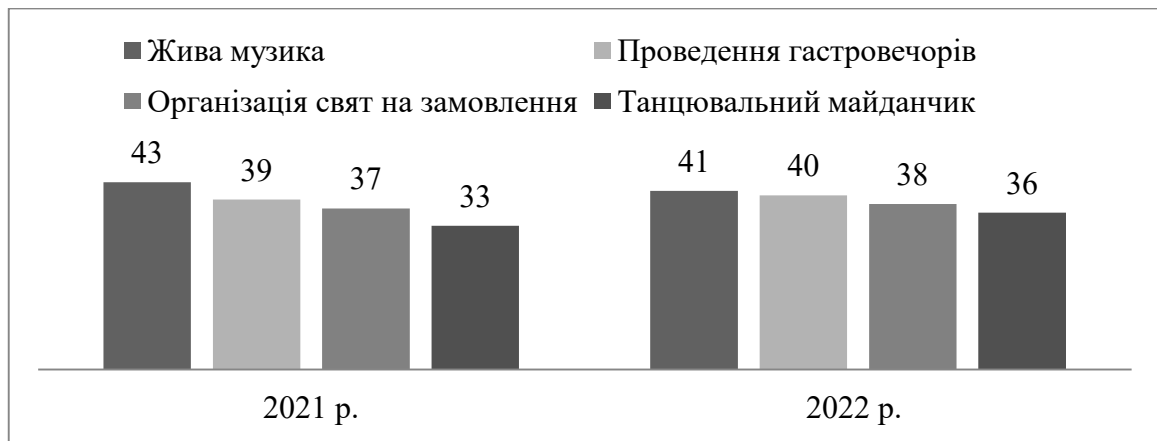


Рис. 2.5. Оцінка організації дозвілля в закладі «Passenger» за 2021-2022 рр.,
в балах,
розроблено автором на основі власного дослідження

- найбільша оцінка належить організації послуг живої музики, а саме 43 бали в 2021 році та 41 бал в 2022 році;

- послуги з проведення гастрономічних вечорів та організації свят на замовлення знаходяться на середньому рівні оцінювання і говорять про наявність недоліків обслуговуючого персоналу, а саме недостатня кваліфікація офіціантів;

- найменша оцінка належить організації танців в закладі, а саме 33 бали в 2021 році та 36 балів в 2022 році, що говорить про середній рівень даної послуги і те що танцювальний майданчик є недостатньо зручним для гостей закладу.

Інформаційно-консультативна послуга включає консультації фахівців із виготовлення, оформлення кулінарної продукції та кондитерських виробів, а також навчання правил сервірування.

Оцінка інформаційно-консультативних послуг в ресторані «Passenger» за 2021-2022 рр. розглянута на рис. 2.6.

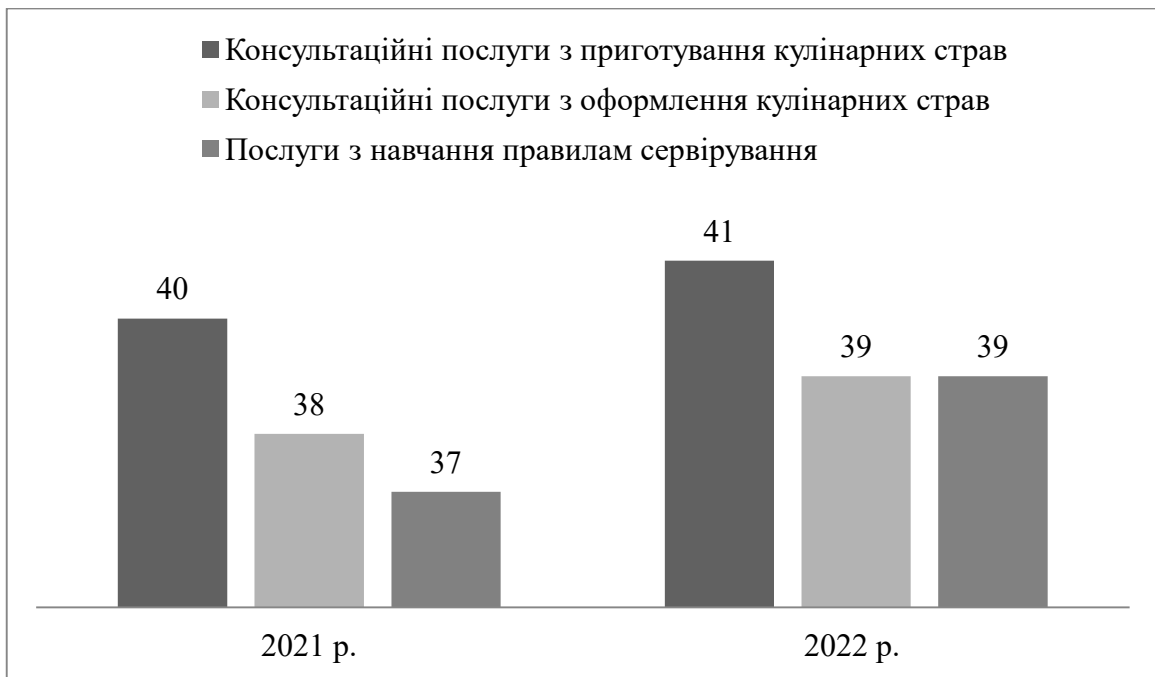


Рис. 2.6. Оцінка інформаційно-консультаційних послуг ресторану «Passenger» за 2021-2022 рр., в балах,
розроблено автором на основі власного дослідження

За даними рис. 2.6., необхідно сказати, що інформаційно-консультаційні послуги ресторану «Passenger», за даними оцінювання, знаходяться на середньому та високому рівнях.

В 2022 році порівняно з 2021 роком спостерігається ріст оцінок, що говорить про покращення якості надання пропонуванних інформаційно-консультаційних послуг.

Найбільша оцінка належить консультаційним послугам з приготування кулінарних страв, а саме 40 балів в 2021 році та 41 бал в 2022 році, які знаходяться на високому рівні

Консультаційні послуги з оформлення кулінарних страв мають оцінки 38 балів в 2021 році та 39 балів в 2022 році і свідчать про середній рівень надання даних послуг і наявність недоліків, але заклад покращує надання даного виду послуг за рахунок постійного навчання персоналу тощо.

Найменша оцінка належить послугам з організації процесу навчання правилам сервірування, а саме 37 балів в 2021 році та 39 балів в 2022 році. За

рік спостерігається покращення даного показника, що свідчить про покращення якості навчання обслуговуючого персоналу, наявність необхідної літератури для навчання персоналу в ресторані, яку персонал може використовувати у будь-який час та постійне оновлення та поповнення даної літератури.

Інші послуги ресторану «Passenger» включають в себе:

- можливість упаковки страв та виробів, що залишилися після обслуговування споживачів;
- упаковку страв та кондитерських виробів «на виніс»;
- надання споживачам доступу до wi-fi;
- гарантоване зберігання речей споживачів (верхнього одягу);
- виклик таксі офіціантом на замовлення клієнта.

Оцінку інших послуг, які надаються рестораном «Passenger» за 2021-2022 роки представлено на рис. 2.7.

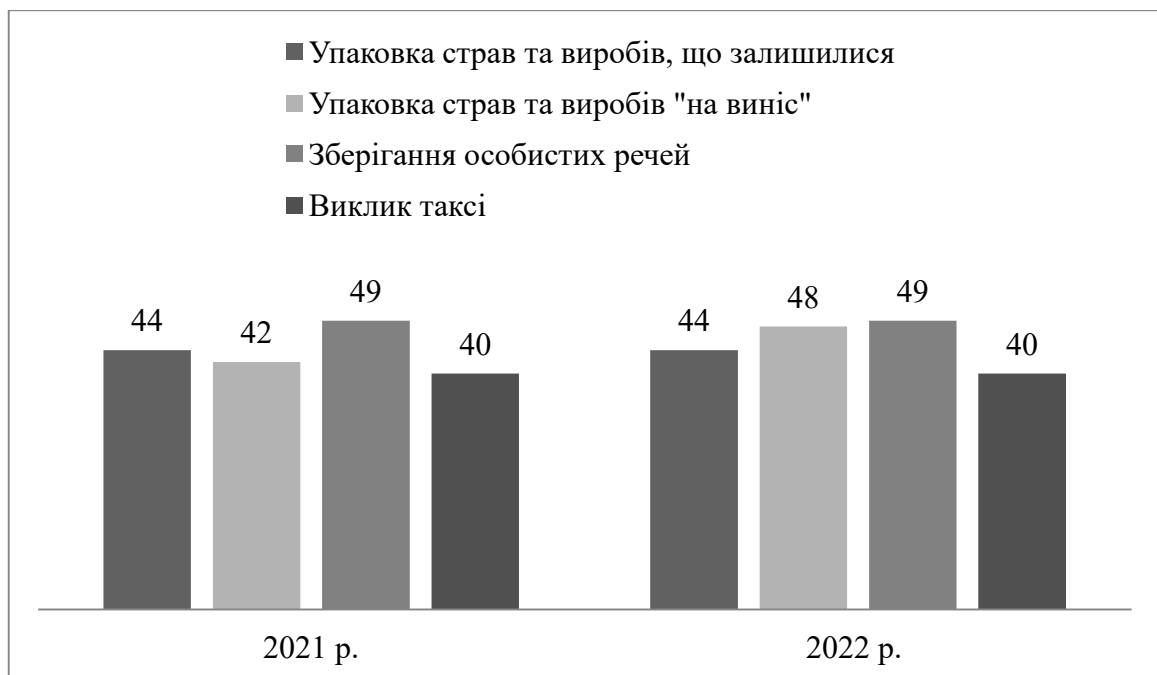


Рис. 2.7. Оцінка інших послуг ресторану «Passenger» за 2021-2022 рр., в балах, розроблено автором на основі власного дослідження

За даними рис. 2.7., можна сказати, що надання інших послуг рестораном «Passenger » здійснюється на вищому рівні, що говорить про високу якість послуг.

Протягом 2021 р. та 2022 р. частково відбувся ріст балів інших послуг, а частково не змінилися бали, що є позитивно і говорить про покращення ресторану.

Найбільша оцінка належить зберіганню особистих речей і становить 49 балів, як в 2021 році, так і в 2022 році, що свідчить про якісне зберігання особистих речей гостей ресторану, а саме наявність охорони, відеоспостереження тощо.

Упаковка страв «на виніс» має високу оцінку, а саме 42 бали в 2021 році та 48 балів в 2022 році, що свідчить про покращення якості надання даної послуги протягом року.

Найменшу оцінку має послуга упаковка страв та виробів, що залишилися, але дана послуга має високу оцінку, що є добре для ресторану.

Надання додаткових послуг закладом ресторанного господарства «Passenger » знаходиться на середньому та високому рівнях.

2.4. Дослідження ефективності надання додаткових послуг в ресторані «Passenger »

У сучасних умовах господарювання ресторанного бізнесу велике значення набуває оцінка ефективності надання додаткових послуг в ресторані.

Достатня забезпеченість підприємств потрібними трудовими ресурсами, їхнє раціональне використання, високий рівень продуктивності праці мають велике значення для підвищення ефективності функціонування будь-якого підприємства [20].

Ефективність – це показник, який показує наскільки результативною є людська діяльність на даному підприємстві або наскільки вигідним є надання

додаткових послуг. Показники ефективності відображають співвідношення витрат з доходом. Отже, збільшення ефективності означає зменшення витрат та збільшення прибутку.

В економіці поняття ефективності розглядають як досягнення найбільших результатів при найменших матеріальних затратах та найменших затратах робочої сили.

З часів капіталізму показником ефективності вважається норма прибутку. Для приватних підприємств розвинутих країн світу основною метою стала максимізація чистого доходу на одного працівника [19].

Щоб більш детально оцінити ефективність роботи підприємства використовують такі показники, як : продуктивність праці, фондомісткість, праці та продукції, фондвіддача продукції, економічна ефективність інвестицій в підприємство тощо [19]

Ефективність суспільного виробництва – найважливіша узагальнююча характеристика його результативності, яка вимірюється відношенням величини створених товарів і послуг до сукупних затрат суспільної праці; у найбільш загальній формі виражається формулою Результат/Затрати [19].

На ефективність роботи підприємства ресторанного бізнесу можуть впливати різні фактори, які представлені на рис. 2.8, [20].

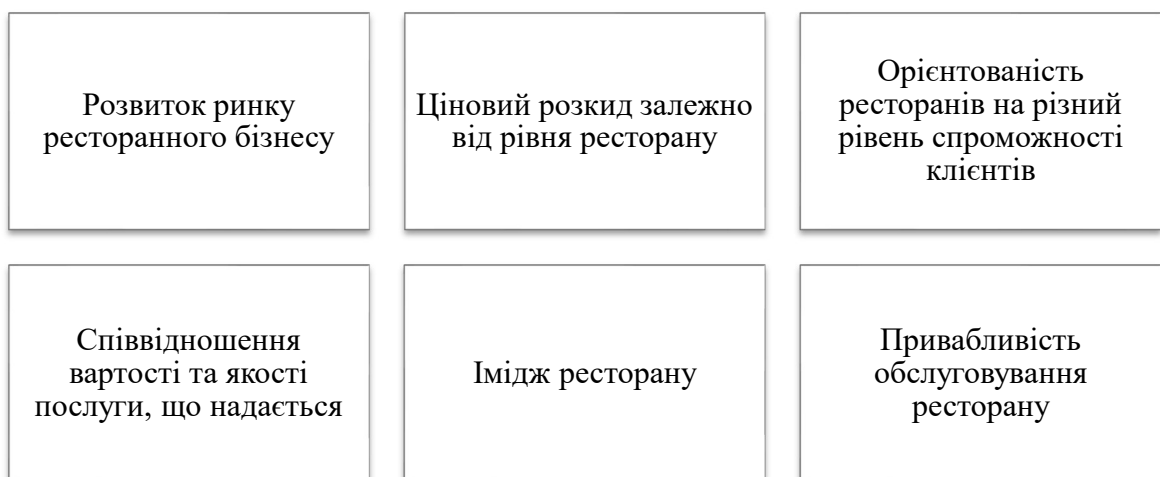


Рис. 2.8. Фактори, які впливають на ефективність ресторану, [20]

Отже, для визначення ефективності надання додаткових послуг ресторану «Passenger », на мою думку, необхідно провести:

- аналіз якості надання додаткових послуг рестораном «Passenger »;
- визначення показників ефективності діяльності ресторану на основі даних Фінансової звітності (Додаток 1) ресторану «Passenger »;
- проаналізувати ефективність проведення гастрономічного вечору або свята на замовлення.

При визначенні якості надання послуг підприємством ресторанного господарства використовуються різноманітні методи. В даному випадку було використано комплексний метод оцінки якості, який виражається в оцінці.

Ієрархічна структура показників якості продукції і послуг для підприємств харчування включає:

1. Якість продукції: органолептичні показники, мікробіологічні показники, фізико-хімічні показники, різноманітність асортименту.

2. Культура обслуговування: культура взаємовідносин обслуговуючого персоналу зі споживачами, техніка обслуговування, дотримання правил міжнародного етикету, техніки і специфіки обслуговування іноземних споживачів, володіння іноземними мовами.

3. Стан приміщень для споживачів: унікальний внутрішній і зовнішній дизайн приміщення, створення атмосфери, сприятливої для дозвілля і відпочинку за допомогою декоративного озеленіння, художніх композицій, кольорової гамми, освітлювання, наявність естрадного і (або) танцювального майданчика, меблі підвищеної комфортності, інтер'єр приміщень.

4. Комплексність обслуговування: рівень сервісу, наявність живої музики та додаткові послуги [21].

Дослідження якості додаткових послуг ресторану «Passenger » проводилося шляхом анкетування та проведення інтерв'ю порівняно з конкурентами закладу, а саме гастрономічний паб «Натура» та рестораном «Рандеву».

Оцінку якості надання послуг ресторанными закладами м. Тернопіль наведено на табл. 2.2.

Таблиця 2.2.

Оцінка якості надання додаткових послуг ресторану «Passenger» порівняно з конкурентами рестораном «Нутра» та «Рандеву» за 2022 р. (50-бальна шкала)

Показник	Ресторани			Коефіцієнт вагомості показників якості надання додаткових послуг в ресторані		
	«Passenger»	«Нутра»	«Рандеву»	«Passenger»	«Нутра»	«Рандеву»
Якість послуг	41	38	43	0,25	0,25	0,25
Якість обслуговування	39	40	38	0,24	0,26	0,22
Стан закладу для клієнтів	40	34	44	0,25	0,23	0,25
Комплексність обслуговування	42	39	49	0,26	0,26	0,28
Разом	162	151	174	1	1	1
Місце	2	3	1			

Розроблено автором на основі власного дослідження

За даними табл. 2.2. необхідно сказати, що ресторан «Passenger» порівняно зі своїми конкурентами знаходиться на другому місці по якості надання додаткових послуг, що говорить про необхідність покращувати рівень якості надання додаткових послуг в ресторані, а саме найменшу кількість балів має якість обслуговування, потім іде стан закладу для клієнтів та якість послуг, отже ресторан в першу чергу повинен звернути увагу на недоліки в обслуговуванні та на стан закладу та покращити їх якість. Необхідно зазначити, що найбільшим конкурентом для ресторану «Passenger» є ресторан «Рандеву», але згідно з коефіцієнтом вагомості в ресторані «Рандеву» низька якість обслуговування, за рахунок цього «Passenger» має перевагу в більш якісному обслуговуючому персоналі, але все одно персонал ресторану потребує покращення своїх знань та навичок.

Наступним етапом оцінки ефективності надання додаткових послуг рестораном «Passenger» є визначення показників ефективності на основі Фінансових даних (Додаток 1 та Додаток 2)

Для визначення ефективності надання додаткових послуг рестораном «Passenger» необхідно розрахувати коефіцієнт рентабельності, табл. 2.3.

Таблиця 2.3.

Оцінка діяльності ресторану «Passenger»

Показник	2020 р.	2021 р.	2022 р.	Відхилення	
				2021 р. від 2020 р.	2022 р. від 2021 р.
1. Доходи, тис. грн.	84 157	117 399	175 585	33 242	58 186
2. Витрати, тис. грн.	196 912	270 262	315 184	73 350	44 922
3. ROI, %	42,73	43,44	55,71	0,71	12,27

Розроблено автором на основі Фінансової звітності (Додаток 1,2)

Доходи, тис. грн. – це виручка, а в ROI – в розрахунках потрібно значення прибутку

За даними табл. 2.3., можна сказати, що ресторан «Passenger» у 2022 році має збільшення коефіцієнту рентабельності на 12,27%, що є позитивно і свідчить про покращення результатів діяльності закладу.

Наступним етапом визначення ефективності надання додаткових послуг є оцінка гастрономічного вечора або свята на замовлення.

Ресторан «Passenger» може проводити 1 свято (банкет, гасровечір, корпоратив тощо) в день, але не більше двох-трьох на тиждень, оскільки необхідний час для підготовки до заходу.

Загалом, ресторан «Passenger» за місяць проводить близько 10 свят на замовлення та приблизно 4 гастрономічні вечори від самого закладу.

Для визначення економічної ефективності запропонованих заходів використали фінансовий коефіцієнт ROI (Return On Investment) – це показник окупності інвестицій, ставлення отриманої прибутку до вкладених коштів. За допомогою значення ROI оцінюється ефективність вкладених інвестицій. Це коефіцієнт, що ілюструє рівень прибутковості або збитковості бізнесу [22].

Для обчислення окупності вкладених коштів, загальна формула має наступний вигляд, (2.1.):

$$ROI = \frac{(\text{доходи} - \text{витрати})}{\text{витрати}} \cdot 100\% \quad (2.1)$$

Щоб визначити ефективність надання додаткових послуг рестораном «Passenger» необхідно обчислити коефіцієнт рентабельності надання додаткових послуг (Додаток 1, 2), табл. 2.4.

Таблиця 2.4.

Оцінка надання додаткових послуг в ресторані «Passenger»

Показник	2020 р.	2021 р.	2022 р.	Відхилення	
				2021 р. від 2020 р.	2022 р. від 2021 р.
1. Доходи (інші операційні доходи), тис. грн.	1 637	5 477	18 636	3 840	13 159
2. Витрати (інші операційні витрати), тис. грн.	12 286	14 097	10 769	1 811	- 3 328
3. ROI ((1/2)*100%), %	13,32	38,85	173,05	25,53	134,2

Розроблено автором на основі Фінансової звітності (Додаток 1,2)

Таблиця 2.3 та 2.4 – показники однакові- а цифри різні чому???? Має бути однакові. Залиште одну таблицю, яка відповідає реальним цифрам!!! Розрахуйте . ROI відповідно до формули, що ви наводите!!!

За даними табл. 2.4, необхідно сказати, за даними спостерігається тенденція до покращення надання додаткових послуг рестораном «Passenger», про що свідчить збільшення показника рентабельності, а саме у 2021 році показник рентабельності становив 38,85% і збільшився на 25,53% порівняно з попереднім роком, а в 2022 році показник рентабельності склав 173,05% і збільшився на 134,2%, також в цьому році зменшилися витрати на 3 328 тис. грн. і в той же час збільшився прибуток на 13 159 тис. грн., що говорить про високу окупність додаткових послуг в ресторані «Passenger».

Ресторан «Passenger» працює ефективно, покриває всі свої витрати та отримує високий дохід. Також необхідно зазначити, що ресторан має деякі недоліки пов'язані з обслуговуючим персоналом, якому не вистачає досвіду.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДЛУ 2

1. В місті Тернопіль швидкими темпами розвивається ресторанний бізнес. Майже всі заклади сліdkують за тенденціями розвитку ресторанного бізнесу в Україні і намагаються не відставати від інших та впроваджувати все нові та нові ідеї для розвитку закладу.

Ресторан «Passenger» в місті Тернопіль – це ресторан, який має зручну локацію та пропонує своїм гостям смачну авторську їжу, де відвідувачі закладу можуть перекусити або насолодитися смачним та ситним обідом або вечерєю.

2. Ресторан «Passenger» надає основні послуги в сфері харчування на високому та середньому рівнях. Даний заклад користується великою популярністю серед споживачів, пропонує високоякісну авторську кухню, яку повністю придумав професійний шеф-повар закладу. Але воєнний стан в Україні та бойові дії в 2022 році вплинули на розвиток закладу і якість обслуговування, а саме втрата частини кваліфікованого обслуговуючого персоналу, що вплинуло на якість обслуговування та пошук та навчання нових працівників закладу, а також зменшення попиту на дорогі страви.

3. Ресторан «Passenger» надає велику кількість додаткових послуг, які включають в себе: організацію корпоративних заходів, днів народження, гастрономічних вечорів та організацію інших свят на замовлення, бронювання столиків, замовлення живої музики, виклик таксі для споживачів тощо. Надання додаткових послуг рестораном здійснюється на високому та середньому рівні. Так, є деякі недоліки, які пов'язані з недостатньою кваліфікацією офіціантів.

4. За даними проведеного аналізу ефективності можна сказати, що ресторан «Passenger» працює ефективно та надає додаткові послуги з великою ефективністю як для себе так і для споживачів.

РОЗДІЛ 3.

ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ДОДАТКОВИХ ПОСЛУГ В ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОЇ СФЕРИ

3.1. Проблеми надання додаткових послуг в ресторані

Для сучасних закладів ресторанного господарства важливим є забезпечення належного рівня сервісу послуг під час обслуговування споживачів, оскільки сьогодні така проблема є актуальною проблемою для багатьох сервісних організацій. Це пов'язано з тим, що у галузі відбуваються значні зміни: розвиваються сучасні форми обслуговування, стають популярними європейські стандарти й технології, зростають вимоги до рівня сервісу обслуговування споживачів у закладах ресторанного господарства.

При розгляді питання про надання додаткових послуг у ресторані існує кілька потенційних проблем, які можуть виникнути. Ось кілька поширених проблем, з якими можуть зіткнутися власники або менеджери ресторанів [23]:

1. Підвищена складність: запровадження додаткових послуг може ускладнити операції. Це вимагає ретельного планування та координації, щоб забезпечити плавну інтеграцію нових послуг із існуючими. Додавання таких послуг, як доставка, кейтеринг або спеціальні заходи, може створити навантаження на персонал, роботу кухні та загальний робочий процес.

2. Персонал і навчання: надання додаткових послуг часто потребує найму та навчання нового персоналу з певним набором навичок. Наприклад, якщо ресторан вирішив надавати послуги кейтерингу, він повинен найняти персонал, який має досвід організації масштабних заходів. Наймання та навчання відповідних працівників може зайняти багато часу та коштів.

3. Витрати: розширення послуг зазвичай передбачає додаткові витрати. Ці витрати можуть включати найм персоналу, придбання спеціалізованого обладнання, впровадження нових технологічних систем, маркетинг нових послуг і підтримку якості пропозицій. Власники ресторанів

повинні ретельно оцінити фінансову життєздатність і потенційну окупність інвестицій від надання додаткових послуг.

4. Контроль якості: підтримання стабільної якості в усіх службах може бути складним завданням. Додавання нових послуг може призвести до навантаження на ресурси, що призведе до погіршення якості, якщо не керувати належним чином. Вкрай важливо гарантувати, що їжа, обслуговування та загальний досвід клієнтів залишаються чудовими в усіх аспектах роботи ресторану.

5. Операційна ефективність: запровадження додаткових послуг може вплинути на загальну ефективність ресторану. Наприклад, якщо ресторан починає пропонувати доставку, він повинен встановити ефективні маршрути доставки та логістику, забезпечуючи своєчасне надходження їжі до клієнтів, зберігаючи її якість. Неефективна робота може призвести до затримок, помилок і незадоволених клієнтів.

6. Посилення конкуренції: розширення послуг може призвести до посилення конкуренції на ринку. Конкуренція зі спеціалізованими службами доставки, спеціалізованими кейтеринговими компаніями або місцями проведення заходів може вимагати додаткових зусиль, щоб виділитися та залучити клієнтів. Власники ресторанів повинні ретельно проаналізувати ринковий ландшафт і розробити стратегію, щоб ефективно диференціювати себе.

7. Послідовність бренду: пропозиція додаткових послуг має відповідати бренду ресторану та цільовій клієнтській базі. Якщо нові послуги не відповідають загальній концепції або погіршують імідж бренду, це може призвести до плутанини серед клієнтів і потенційної втрати бізнесу. Важливо переконатися, що будь-які розширення чи доповнення відповідають основним цінностям та ідентичності ресторану.

8. Підвищений попит на ресурси: додавання нових послуг може призвести до навантаження на такі ресурси, як кухонний простір, обладнання, інгредієнти та зберігання. Якщо ресторан не буде належним чином

підготовлений для задоволення підвищеного попиту, це може призвести до вузьких місць, затримок або погіршення якості.

9. Очікування клієнтів: коли ресторан представляє нові послуги, клієнти можуть мати вищі очікування щодо загального досвіду. Невиконання цих очікувань може призвести до невдоволення клієнтів і негативних відгуків. Важливо встановити чіткі очікування та постійно їх виконувати.

10. Розподіл персоналу та планування: запровадження додаткових послуг може вимагати реорганізації графіків та обов'язків персоналу. Збалансування потреб у різних службах, забезпечення відповідного рівня персоналу та підтримання морального духу співробітників може бути проблемою матеріально-технічного забезпечення.

11. Нормативно-правові аспекти. Надання додаткових послуг часто передбачає дотримання певних правил і отримання необхідних дозволів або ліцензій. Наприклад, якщо ресторан вирішить запропонувати доставку алкоголю, він повинен дотримуватися відповідних законів про алкогольні напої та отримати відповідні дозволи. Недотримання правил може призвести до штрафів або юридичних проблем.

12. Операційна інтеграція: запровадження нових послуг має бути бездоганно інтегровано в існуючі операції. Це вимагає належної координації між різними відділами та функціями в ресторані. Відсутність координації може призвести до плутанини, помилок і неефективності.

13. Ринковий попит і стійкість: перш ніж запроваджувати нові послуги, важливо оцінити ринковий попит і довгострокову стійкість. Хоча певні послуги спочатку можуть здаватися привабливими, у довгостроковій перспективі може не бути достатнього попиту або сталої клієнтської бази. Ретельне дослідження та аналіз ринку є життєво важливими, щоб уникнути інвестування в послуги, які можуть бути нежиттєздатними.

14. Вимоги до навчання та навичок: Надання додаткових послуг часто потребує спеціального навчання працівників, як було зазначено раніше. Наприклад, якщо ресторан вирішить запропонувати винні поєднання або

послуги сомельє, персонал має бути навчений знанням вина та обслуговування. Забезпечення того, щоб співробітники володіли необхідними навичками та знаннями для надання нових послуг, має вирішальне значення для їх успішного впровадження.

15. Операційна потужність: впровадження нових послуг може вимагати значних коригувань робочої потужності ресторану. Наприклад, якщо ресторан вирішить запропонувати столики просто неба або розширити свою обідню зону, він повинен забезпечити достатньо місця, місць для сидіння та ресурсів, щоб задовольнити підвищений попит. Нездатність ефективно керувати потужністю може призвести до тривалого часу очікування, переповненості та зниження задоволеності клієнтів.

16. Технології та інфраструктура: додавання нових послуг може вимагати впровадження нових технологій або модернізації інфраструктури. Наприклад, якщо ресторан хоче запровадити системи онлайн-замовлень або бронювання, йому потрібне надійне підключення до Інтернету та відповідне програмне забезпечення. Невідповідна технологічна інфраструктура може призвести до технічних збоїв, проблем зі зв'язком і розчарування клієнтів.

17. Управління часом: Надання додаткових послуг вимагає ефективного управління часом. Кожна служба може мати власний набір завдань, часові рамки та терміни. Одночасне керування декількома службами може бути складним і може вимагати ретельного планування, планування та координації для забезпечення ефективного використання часу та ресурсів.

18. Складність меню: запровадження нових послуг часто передбачає розширення меню або створення спеціалізованих пропозицій. Хоча різноманітність може бути привабливою для клієнтів, вона також може збільшити складність планування меню, пошуку інгредієнтів і роботи на кухні. Збалансувати складність меню з можливостями ресторану та зберегти якість може бути делікатним завданням.

19. Маркетинг і просування: запуск нових послуг потребує ефективних маркетингових і рекламних стратегій для підвищення обізнаності

та залучення клієнтів. Неможливість належного просування нових пропозицій може призвести до низької видимості, обмеженого залучення клієнтів і труднощів у створенні інтересу та попиту.

20. Навчання клієнтів: під час впровадження нових послуг може знадобитися ознайомити клієнтів із пропозиціями, їхніми перевагами та способами доступу до них. Деякі клієнти можуть не знати про додаткові послуги або не розуміти, як вони працюють. Чітка комунікація та надання інформації клієнтам є важливими для сприяння та використання.

21. Зворотній зв'язок і адаптація: впровадження нових послуг має супроводжуватися механізмом зворотного зв'язку для збору внесків клієнтів і оцінки успіху пропозицій. Регулярний збір відгуків, аналіз даних і адаптація послуг відповідно до вподобань і потреб клієнтів можуть допомогти забезпечити постійне вдосконалення та задоволеність клієнтів.

Щоб подолати ці проблеми, необхідні ретельне планування, дослідження ринку та ретельне виконання. Дуже важливо оцінити доцільність, витрати та потенційні вигоди від надання додаткових послуг і розробити стратегію, яка бездоганно інтегрує їх у існуючі операції ресторану.

Вирішуючи ці потенційні проблеми за допомогою ефективного планування, розподілу ресурсів, навчання персоналу та постійної оцінки, ресторани можуть підвищити свої шанси на успішне надання додаткових послуг і підвищення загального бізнесу.

Важливо зазначити, що не всі ці проблеми стосуватимуться кожного ресторану чи додаткової послуги. Кожна ситуація унікальна, і конкретні виклики відрізнятимуться залежно від концепції ресторану, цільової аудиторії та характеру послуг, що надаються. Передбачаючи й активно вирішуючи ці потенційні проблеми, власники та менеджери ресторанів можуть ефективніше долати виклики та підвищувати свої шанси на успіх.

Західні науковці у зв'язку з викликами сучасного світу та пережитим карантинном виділяють 5 головних проблем, які виникли в ресторанному бізнесі. Незалежно від розташування чи типу ресторани, як правило,

стикаються з кількома проблемами. Іноді рішення передбачає інвестиції в нові технології; в інших випадках все, що потрібно, це змінити звички. Ось п'ять поширених ресторанних проблем і способи їх вирішення [24].

Першою проблемою є неякісний контроль запасів продуктів та велика кількість відходів.

Якщо не контролювати запаси та відходи, ресторани можуть витратити тонни ресурсів на рік. Поширені проблеми з відходами включають:

- їжа: ресторани викидають тонни їжі, незалежно від того, чи це залишки їжі (наприклад, стебла брокколі), продукти, які зіпсувалися, чи подана їжа, яку не з'їли гості. За даними Міністерства сільськогосподарства США, втрачена їжа обходиться ресторанній індустрії приблизно в 162 мільярди доларів на рік, а на одну страву в ресторані викидається до півфунта їжі;

- спиртні напої: окрім їжі, алкогольні напої є ще одним значним видатком для ресторанів, який є сприйнятливим до крадіжок або безгосподарності працівників (наприклад, переливання);

- папір: від серветок і скатертин до меню та квитків для замовлень, ресторани створюють тонни паперового сміття: щонайменше 5 мільярдів фунтів паперового сміття на рік лише за квитанціями.

Ці цифри відображають не тільки даремно витрачені ресурси (і вплив на навколишнє середовище), але й втрачені прибутки.

Пандемія, а потім війна в Україні, також сильно вплинула на асортимент ресторанів. Порухення ланцюгів постачання означало, що деякі ресторани змушені були задовольнятися тим, що вони мали або могли отримати, тоді як обмеження на їжу в закладі означали більше невикористаної їжі. Оскільки ці виклики тривали більше одного року, багато ресторанів почали прагнути краще керувати запасами, щоб якомога більше зменшити усадку та відходи.

Рішення: однією з багатьох переваг встановлення хорошої системи продажу (POS) є зменшення відходів. Коли працівники приймають замовлення через POS-термінал або мобільний планшет, паперові квитки виключаються. Автоматичне відстеження запасів може допомогти власникам

уважніше стежити за запасами, наприклад алкогольними напоями, щоб помітити потенційну усадку (і деякі програми для барів містять банки рецептів, які вказують, скільки алкоголю слід використовувати для різних напоїв). Звіти та аналітика дозволяють власникам і менеджерам приймати обґрунтовані рішення про те, які товари потрібно поновити, які слід зменшити, оскільки вони не продаються, і навіть які інгредієнти зіпсуються першими. Усі ці функції можуть зменшити відходи та заощадити гроші.

Другою проблемою є необхідність зменшити особистий контакт між клієнтами та персоналом

Зусилля щодо обмеження поширення COVID-19 тривали довгий час, і навіть зараз у людей виникає бажання залишити необхідність соціального дистанціювання. Параметри, які можуть підвищити рівень комфорту клієнтів закладу та допоможуть забезпечити задоволення їх потреб.

Рішення: варіанти безконтактної оплати можуть допомогти зменшити особистий контакт та створити необхідний комфорт для клієнтів, усунувши обробку готівки та передачу карток. Паперові або ламіновані меню (які важко продезінфікувати належним чином) також можна усунути на користь опції меню з QR-кодом: клієнти можуть відсканувати QR-код, щоб отримати доступ до меню на своїх телефонах. (Бонус: паперові відходи також зменшуються!)

Третьою проблемою є великі витрати на оплату праці

Оплата праці є однією з головних витрат для ресторанного бізнесу. Щоб компенсувати втрачений дохід за роки Пандемії, багато ресторанів шукають рішення, які допоможуть їм ефективніше використовувати свій персонал.

Рішення: впровадження кіосків самообслуговування. Клієнти можуть розміщувати власні замовлення, які надходять безпосередньо на кухню, зменшуючи особистий контакт. Точність замовлення також покращена, оскільки гості можуть перевірити власні специфікації та бути впевненими, що отримають саме те, що хочуть. І розмір чеку, як правило, збільшується разом із замовленнями, які ви розміщуєте самостійно, частково тому, що кіоск ніколи не забуде надати підказки щодо підвищення ціни. Вигода власників у витратах

на оплату праці полягає в тому, що таким чином відбувається перерозподіл робочої сили для швидкого виконання замовлення замість того, щоб приймати замовлення.

Також є можливість встановлення крана для напоїв, який автоматично розливає напої. Клієнти можуть подавати собі прості напої, зменшуючи потребу в персоналі за баром.

Четвертою проблемою є висока плинність кадрів

Рівень плинності працівників у ресторанній індустрії завжди був високим, і зараз є великий ризик втрати персоналу. У багатьох місцях уже не вистачає персоналу через виїзд населення за кордон, або інші міста України, у зв'язку з воєнними діями на території України. У зв'язку з цими викликами необхідно створити всі необхідні умови для персоналу.

Рішення: як і в будь-яких відносинах, відкрите спілкування між співробітниками та керівниками є життєво важливим. Регулярне проведення нарад персоналу, необхідно для того, щоб забезпечити повну прозорість управлінських рішень і перевіряти співробітників. Необхідно заохочувати персонал до ініціатив робити пропозиції щодо покращення їх роботи та просити їх робити відгуки щодо нововведень, що працює добре, а що ні. Також необхідно прислуховуватися до персоналу, коли вони висловлюють занепокоєння. Необхідно проаналізувати, які способи мотивації краще впливають на персонал ресторану, це можуть бути премії, визнання, гнучкий графік або пільги на роботі (наприклад, безкоштовне харчування, за допомогою якого можна зменшити харчові відходи). Необхідно показувати приклад, оскільки співробітники відображають ставлення закладу до них.

П'ятою проблемою є поганий досвід клієнтів

Соціальне дистанціювання змінило роботу ресторанів, вплинувши на досвід відвідувачів. Ресторанний бізнес повинен якомога краще задовольняти потреби споживачів, пропонувати страви до уподобань своїх споживачів. Точно та швидко обслуговувати.

Рішення: клієнти оцінили зручність он-лайн-замовлень, не виходячи з дому чи будь-де. Доступність каналів замовлення, таких як фірмовий веб-сайт ресторану або мобільний додаток, може вплинути на вибір клієнта, де пообідати. Як і у випадку з кіосками, точність замовлення та розмір чеку підвищуються, коли клієнти вводять замовлення самостійно.

Пропоновані послуги доставки та он-лайн-замовлень ресторанами, для того, щоб клієнт міг обрати страву та напій ще в дорозі до ресторану та не витрачав час на очікування замовлення «з собою». Можливість оплати он-лайн забезпечує безконтактну оплату для додаткової безпеки та зручності. Програмне забезпечення для керування доставкою пропонує такі функції, як GPS і відстеження, щоб клієнти знали, коли надійде замовлення, а менеджери – коли повернуться водій. Ці системи допомагають забезпечити точність і вчасність усіх поставок, підвищуючи задоволеність клієнтів.

Хоча деякі поширені проблеми ресторанів існували до пандемії, вірус привернув увагу до необхідності деяких операційних змін [24].

У сфері ресторанного бізнесу зростання обсягу цифровізації в ресторанных закладах необоротне. Ресторанам важливо використовувати всі сучасні технології для охоплення нової аудиторії, інакше вони ризикують втратити значну частину прибутку. Ринку належить стати по-справжньому технологічним: впроваджувати глобальні аналітичні системи, штучний інтелект, хмарні технології та багато іншого.

3.2. Пропозиції щодо удосконалення надання додаткових послуг в ресторані

Удосконалення процесу надання ресторанных послуг споживачам у закладах ресторанного господарства може значно покращити загальний досвід харчування та підвищити задоволеність клієнтів. Пропозиції щодо удосконалення надання послуг:

1. Оптимізація процесу замовлення:

- впровадження мобільного додатку ресторану для покращення обслуговування, можливості створення та оплати замовлення он-лайн, що в свою чергу, скоротить час очікування та мінімізує помилки під час прийняття замовлення;

- впровадження можливості зробити замовлення за столом в електронному вигляді за допомогою QR-коду, планшету, для зручності прийняття та передачі замовлення на кухню.

2. Покращення спілкування:

- впровадження цифрових комунікаційних інструментів, для забезпечення безперебійного зв'язку між персоналом та клієнтами, що гарантує оперативну доставку замовлень, отримання відповідей на запитання та ефективно вирішення проблем;

- використання системи сповіщень або табличні трекери, щоб сповіщати клієнтів, коли їхні замовлення готові, мінімізуючи час очікування та покращуючи загальний рівень обслуговування.

3. Реалізація бронювання столиків і керування списком очікування:

- впровадження системи он-лайн-бронювання, яка дозволяє клієнтам бронювати столики заздалегідь, скорочуючи час очікування та покращуючи прибутки ресторану за рахунок збільшення клієнтів;

- впровадження цифрової системи для керування списком клієнтів, які забронювали столик, або зробили замовлення он-лайн і з собою тощо, для того щоб ефективно керувати відвідувачами та зменшити чергу очікування замовлення тощо.

4. Персоналізація роботи з клієнтами:

- збирання даних про клієнтів і їх вподобання, для того щоб пропонувати персоналізовані рекомендації, спеціальні пропозиції або меню на основі дієтичних обмежень або переваг клієнтів закладу;

- особливе ставлення до постійних клієнтів, запам'ятовувати та створювати індивідуальну та гостинну атмосферу для постійних клієнтів.

5. Оптимізація процесу оплати:

- впровадження в ресторані різних способів оплати: безконтактні платежі, оплата банківською картою, оплата готівкою, оплата за допомогою он-лайн-платформи закладу;

- впровадження системи он-лай-платежу, через мобільний додаток ресторану, що підвищує зручність оплати та скорочує час.

6. Впровадження механізму зворотного зв'язку:

- Заохочення клієнтів залишати відгуки за допомогою он-лайн-опитувань, форм зворотного зв'язку або платформ для відгуків. Аналізування отриманих відгуків та впровадження відповідних заходів для покращення якості обслуговування.

7. Технологія Embrace:

- впровадження технологій автоматизації, таких як роботизовані кухонні помічники або самоочищуваний посуд, щоб оптимізувати роботу кухні, скоротити час очікування та підвищити ефективність;

- використання цифрових панелей меню або електронних дисплеїв, щоб зменшити час та кошти на друкування нових меню, надавати оновлення меню в реальному часі, рекламні акції та інформацію про ресторан.

8. Навчання та розвиток персоналу:

- інвестування в регулярні навчальні програми, щоб покращити навички та знання персоналу, забезпечуючи виняткове обслуговування клієнтів;

- навчання персоналу навичкам етикету, навичкам спілкування та способам вирішення конфліктів, щоб ефективніше розглядати запити клієнтів, скарги тощо.

9. Якість і вигляд їжі:

- перевірки, щодо дотримання високих стандартів якості їжі, використанні свіжих інгредієнтів і правильної презентації страв.

- створення дизайну відкритої кухні, щоб клієнти могли бачити, як готується їжа, підвищуючи прозорість і довіру.

10. Зручне розташування столиків та планування:

- оптимізувати розташування місць для сидіння, щоб максимально збільшити місткість, забезпечуючи зручну відстань між столиками;
- аналізування потоку клієнтів в різний час, щоб мінімізувати втрати товарів та зменшити час очікування страви за рахунок збільшення персоналу для якіснішого та швидкого обслуговування в часи великого потоку людей.

При впровадженні додаткових послуг важливо належним чином навчити персонал, підтримувати постійну якість послуг і регулярно збирати відгуки клієнтів, щоб постійно вдосконалювати пропозиції.

У 2 розділі «Аналіз надання додаткових послуг в ресторані «Passenger»» був проведений аналіз, згідно якого отримано наступні дані: з можливих 50 балів культура обслуговування склала 39 балів, комфорт зали – 40, якість послуг - 41.

Як бачимо отримані не погані результати. Але для більш ефективної роботи ресторану можна підвищити ці показники.

За даними проведеного аналізу ресторану «Passenger» необхідно запропонувати покращити сервіс обслуговування, а саме:

- оптимізувати процес бронювання столиків за допомогою мобільного додатку;
- інвестування в комплексні навчальні програми персоналу ресторану;
- заохочення персоналу до запам'ятовування постійних клієнтів, їх уподобань та побажань;
- створення ігрової зони для дітей;
- впровадження акцій для заохочення нових клієнтів (наприклад, безкоштовна кава та десерт для людей, які здали кров тощо);
- розширення меню, а саме постійно переглядати та оновлювати меню ресторану;
- покращення презентації їжі;

- створення благодійного вечора для заохочення людей, привертання до себе уваги та допомоги нужденним (армії, переселенцям, інвалідам, дітям-сиротам тощо);
- надання клієнтам карток-пропозицій щодо покращення діяльності ресторану;
- регулярне оновлення атмосфери та декору ресторану;
- підтримка високих стандартів чистоти включаючи обідні зони, туалети та кухні.

Також в ресторані «Passenger » можна впровадити метод Mystery Shopping, який розглядається як інструмент поліпшення якості сервісу.

Mystery Shopping – це метод виключного спостереження. Mystery Shopping використовується у формі довгострокових чи постійних програм контролю сервісу і мотивації персоналу в мережах сервісних. Модифікації програми включають використання аудіо і відеозапису процесу обслуговування.

Критеріями успішності програми Mystery Shopping є оперативність звітності, об'єктивність інформації, відповідність профілю ТП профілю дійсних споживачів сервісної компанії і т.п..

Впровадження системи Mystery Shopping надає такі переваги:

- можливість створення на основі Mystery Shopping якісної системи мотивації персоналу, що стимулює персонал обслуговувати споживачів краще – завдяки залежності між якістю сервісу і винагородою співробітників;
- оперативне виявлення недоліків в обслуговуванні для швидкого усунення помилок персоналу за допомогою додаткового навчання робітників.

Для покращення якості обслуговування в ресторані особливе значення має мотивація робітників. За допомогою програми Mystery Shopping, персонал постійно перевіряється та повинен дотримуватися прийнятих стандартів в ресторані і якісно обслуговувати клієнтів закладу для отримання винагороди

або додаткового навчання для підвищення навичок. Дана система є ефективною оскільки підвищує стимул для якіснішої роботи персоналу і отримання додаткової винагороди у вигляді премії тощо.

Також для удосконалення організації обслуговування споживачів в ресторані «Passenger» використовується система стандартів обслуговування. Система включає в себе: стандартизацію роботи персоналу, навчання кадрів, контроль, систему мотивації, якість виконання стандартів обслуговування. Велику увагу керівництво і персонал ресторану приділяють якісному обслуговуванню та гостинному ставленню до клієнтів.

На мою думку, для удосконалення організації обслуговування в ресторані «Passenger», необхідно додати до переліку послуг, які надаються ще такі, як:

- послуга офіціанта на дому;
- організація банкетів на природі;
- покращити доставку страв до робочого місця, додому тощо;
- продаж фірмових сувенірів закладу.

Запропоновані нововведення щодо підвищення якості обслуговування і заходи прикликані виправити недоліки у роботі обслуговуючого персоналу.

Необхідно сказати, що не дивлячись на ряд недоліків ресторан «Passenger» надає послуги на високому рівні.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 3

1. На розвиток ресторанних послуг великий вплив має розвиток цифрових технологій та світові виклики, такі як Пандемія та війна в Україні, які змінили повністю структуру надання послуг харчування. Найбільшими проблемами на початку 2019 року стали велика кількість відходів, що призвело до великих збитків ресторанного господарства, також впровадження систем доставки та реорганізація виробництва «на виніс», а також проблеми з поставкою товарів. Дані виклики стали великим поштовхом до розвитку ресторанного бізнесу та пошуків нових способів розширення та заохочення споживачів.

2. Ресторан «Passenger» має ряд своїх недоліків, які пов'язані з високою плинністю кадрів обслуговуючого персоналу, що впливає на якість обслуговування та задоволення споживачів. Рішенням даної проблеми може стати система мотивації у вигляді премій, визнання тощо.

Щодо організації обслуговування в ресторані «Passenger» можна відмітити, що обслуговування відбувається на високому рівні і відповідає класу «люкс». Використовуються в ресторані наступні шляхи удосконалення організації обслуговування споживачів: маркетингові дослідження, система стандартів обслуговування та гостинність. Також, на мою думку, для удосконалення організації обслуговування споживачів в ресторані «Passenger» можна збільшити перелік послуг, які надаються.

ВИСНОВКИ

У кваліфікаційній роботі розв'язане завдання щодо розвитку додаткових послуг в ресторанах України, як засобу ведення бізнесу та протистояння конкуренції та на цій основі – надання практичних рекомендацій щодо розвитку та перспектив розвитку додаткових послуг в ресторанному господарстві за сучасних умов. Основні висновки теоретичного і прикладного характеру, одержані в ході дослідження, полягають у такому:

1. Внаслідок розгляду сутності та особливостей надання додаткових послуг в ресторанному бізнесі в Україні було встановлено, що додаткові послуги мають велике значення для розвитку ресторанного бізнесу, оскільки надають конкурентні переваги ресторану, який впроваджує дані послуги. Додаткові послуги в ресторанах – це такий вид послуг, який не належить до основних і пропонує за додаткову оплату задовольнити потреби споживачів в додатковому обслуговуванні, наприклад, надання послуг доставки або офіціанта на свято організоване вдома тощо.

Особливостями додаткових послуг є їх унікальність, практичність, якість, невіддільність тощо.

2. В ході дослідження видів додаткових послуг встановлено, що додаткові послуги поділяться на декілька видів, а саме на: матеріально-побутові, торгівельні послуги, культурно-масові.

3. У ході дослідження сучасних напрямків розвитку додаткових послуг в Україні визначено, що головним напрямком розвитку є діджиталізація в ресторанному бізнесі, а саме впровадження нових технологій та способів обслуговування.

4. Охарактеризовано ресторанний заклад м. Тернопіль «Passenger » та встановлено, що він надає високоякісні послуги, має авторську кухню, зручне місце розташування.

5. Проаналізовано основні послуги ресторану «Passenger » і встановлено, що заклад надає смачну та високоякісну їжу, має деякі недоліки пов'язані з недостатньою кваліфікацією обслуговуючого персоналу тощо.

6. Проаналізовано додаткові послуги ресторану «Passenger» і визначено, що ресторан «Passenger» надає велику кількість додаткових послуг, які включають в себе: організацію корпоративних заходів, днів народження, гастрономічних вечорів та організацію інших свят на замовлення, бронювання столиків, замовлення живої музики, виклик таксі для споживачів тощо. Надання додаткових послуг рестораном здійснюється на високому та середньому рівні. Так, є деякі недоліки, які пов'язані з недостатньою кваліфікацією офіціантів.

7. За даними проведеного аналізу ефективності можна сказати, що ресторан «Passenger» працює ефективно та надає додаткові послуги з великою ефективністю як для себе так і для споживачів.

8. Встановлено, що основними проблемами розвитку додаткових послуг є недостатня цифровізація та розвиток доставки.

9. Встановлено, що основними шляхами вдосконалення додаткових послуг ресторану «Passenger» є покращення мотивації обслуговуючого персоналу та їх кваліфікації, збільшення додаткових послуг тощо.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Токмаля Т. С. Інновації в закладах ресторанного господарства. Хмельницький національний університет. Економічні науки. Вісник Хмельницького національного університету – № 5, – Том 1, – 2016 р. 185-188 с. – URL: <http://elar.khmnu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/5391/1/%D0%A2%D0%BE%D0%BC%D0%B0%D0%BB%D1%8F.pdf>
2. Характеристика послуг обслуговуючої діяльності в ресторанному господарстві. Форми обслуговування споживачів. – URL: <https://studfile.net/preview/8870389/page:8/>
3. ДСТУ 3862-99 – Громадське харчування. Терміни та визначення. [Чинний від 1999—10—01] Туристичний інформаційний центр міста Одеси: веб-сайт. URL: <https://www.tourinfocenter.odessa.ua/dstu-3862-99/#page-content>
4. Особливості готельно-ресторанного бізнесу. Економіка та економічна теорія. Allbest: веб-сайт. URL: https://otherreferats.allbest.ru/economy/01031974_0.html
5. Мальська М. П. Особливості послуг закладів ресторанного господарства. Туризм/Ресторанна справа. – URL: <https://westudents.com.ua/glavy/93173-26-osoblivost-poslug-zakladv-restorannogo-gospodarstva.html>
6. Додаткові послуги як фактор прибутку ресторану. Менеджмент. MyUniverCity: веб-сайт. URL: https://www.myuniversity.ru/%D0%9C%D0%B5%D0%BD%D0%B5%D0%B4%D0%B6%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82/%D0%94%D0%BE%D0%B4%D0%B0%D1%82%D0%BA%D0%BE%D0%B2_%D0%BF%D0%BE%D1%81%D0%BB%D1%83%D0%B3%D0%B8_%D1%8F%D0%BA_%D1%84%D0%B0%D0%BA%D1%82%D0%BE%D1%80_%D0%BF%D1%80%D0%B8%D0%B1%D1%83%D1%82%D0%BA%D1%83_%D1%80%D0%B5%D1%81%D1%81%D1

%82%D0%BE%D1%80%D0%B0%D0%BD%D1%83/127023_2025664_%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D1%86%D0%B01.html

7. Особливості обслуговування певних контингентів споживачів у закладах ресторанного господарства різних типів. Організація обслуговування в ресторанах. Туризм. – URL: https://pidru4niki.com/14821111/turizm/osoblivosti_obslugovuvannya_pevni_kontingentiv_spozhyvachiv_zakladah_restorannogo_gospodarstva

8. Трайно В.М. Специфіка послуг об'єктів ресторанного господарства. Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. 2010. №5(44). С.149-155. – URL: https://tourlib.net/statti_ukr/trajno.htm

9. Домбик О.М. Економічна суть діяльності підприємств готельно-ресторанного бізнесу. Торгівля, комерція, підприємництво. 2013. Випуск 15. С.64-66. – URL:

https://tourlib.net/statti_ukr/dombyk.htm#:~:text=%D0%93%D0%BE%D1%82%D0%B5%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE%2D%D1%80%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D0%B0%20%D0%BF%D0%BE%D1%81%D0%BB%D1%83%D0%B3%D0%B0%20%2D%20%D1%86%D0%B5%20%D0%B3%D0%BE%D1%81%D0%BF%D0%BE%D0%B4%D0%B0%D1%80%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B0,%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B6%D0%B8%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D1%96%20%D0%B9%20%D1%85%D0%B0%D1%80%D1%87%D1%83%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D1%96%20%5B7%5D

10. Головні тренди у ресторанному бізнесі обслуговування споживачів, сучасні технології, кулінарні вподобання. – 2021. – URL: <https://artofcooking.com.ua/blog/golovni-trendi-u-restorannomu-biznesi>

11. Силівейстр В. Топ-13 трендів у ресторанному бізнесі у 2022 році. Маркетинг. – 2021. – URL: <https://joinposter.com/ua/post/restoranni-trendy>

12. Тренди ресторанного бізнесу: ТОП трендів 2022 року. Тренди – 2022. – URL: <https://newfood.media/2022/01/27/trendy-restorannoho-biznesu-top-trendiv-2022-roku/>

13. Ресторан «Passenger». Новий медіа простір – 2023. – URL: <https://list.in.ua/%D0%A0%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%B0%D0%BD%D0%B8/288795/Passenger->

[https://list.in.ua/%D0%A2%D0%B5%D1%80%D0%BD%D0%BE%D0%BF%D1%96%D0%BB%D1%8C](https://list.in.ua/%D0%A0%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%B0%D0%BD%D0%B8/288795/Passenger-%D0%A2%D0%B5%D1%80%D0%BD%D0%BE%D0%BF%D1%96%D0%BB%D1%8C)

14. ТОП-7 цікавих закладів в Тернополі, які варто відвідати. Афіша Тернополя – 2023. – URL: <https://moemisto.ua/te/blog/top-7-novih-zakladiv-v-ternopoli-yaki-var-to-vidvidati-1252.html>

15. Passenger Restaurant отзывы. Passenger Restaurant. Ресторан. Тернопільська область. – URL: <https://uaotzyv.com/ternopil/passenger-restaurant-299319>

16. Завгородня О.Є. Додаткові послуги та інновації в соціокультурному просторі ресторанного бізнесу. – URL: <http://dspace.nbuiv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/93442/27-Zavgorodnia.pdf?sequence=1>

17. Аналіз послуг ресторану "Рідна хата". Аналіз попиту на послуги ресторанного господарства (на прикладі ресторану «Рідна-хата»). Туризм. – URL:

https://studbooks.net/682691/turizm/analiz_uslug_predlagaemyh_restoranom_ridna_hata

18. Сім'я ресторанів Файного Міста. Що ж таке — та авторська кухня, про яку усі говорять? Facebook: сайт. – URL:

<https://www.facebook.com/FaineFamily/posts/%D1%89%D0%BE-%D0%B6-%D1%82%D0%B0%D0%BA%D0%B5-%D1%82%D0%B0-%D0%B0%D0%B2%D1%82%D0%BE%D1%80%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B0-%D0%BA%D1%83%D1%85%D0%BD%D1%8F-%D0%BF%D1%80%D0%BE-%D1%8F%D0%BA%D1%83-%D1%83%D1%81%D1%96-%D0%B3%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D1%80%D1%8F%D1%82%D1%8C%D1%80%D0%B5%D1%86%D0%B5%D0%BF%D1%82%D0%B8->

%D0%B0%D0%B2%D1%82%D0%BE%D1%80%D1%81%D1%8C%D0%BA%
D0%BE%D1%97-%D0%BA%D1%83%D1%85%D0%BD%D1%96-
%D1%8F%D0%BA-%D1%96-%D1%82/1557879650928045/

19. Череп А.В., Стрілець Є.М. Ефективність як економічна категорія. Електронний журнал: Ефективна економіка № 1, 2013. – URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=1727>

20. Кравченко М.А. Аналіз ефективності використання трудових ресурсів на підприємстві. Електронний журнал: Ефективна економіка № 5. – URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=219>

21. Аналіз надання додаткових послуг в досліджуваному підприємстві. Організація діяльності ресторану. – URL: <https://trade.bobrodobro.ru/32438>

22. Мучкина Н.С., Крапива Т.В., Ганиев Р.М. Методи аналізу показників ефективності діяльності ресторану. Ползуновский вестник №2/2. – URL: https://journal.altstu.ru/media/f/old2/pv2012_02_2/pdf/080muchkina.pdf

23. Управління ресторанною діяльністю: сучасні виклики та рішення. Блог SavorEat – 2022. – URL: <https://savoreat.com/restaurant-operations-management-todays-challenges-and-solutions/>

24. 5 Common Restaurant Problems and Solutions. Blog, Restaurant. – 2021. – URL: <https://www.touchdynamic.com/5-common-restaurant-problems-and-solutions/>

25. Шляхи удосконалення організації обслуговування споживачів в ресторанах. Організація обслуговування споживачів в ресторанах і шляхи її удосконалення. Маркетинг. – URL: https://vuzlit.com/296631/shlyahi_udoskonalennya_organizatsiyi_obsługovuvannya_a_spozhyvachiv_restoranah

26. Р. Мірошник, У. Прокоп'єв. Розвиток малого та середнього бізнесу в Україні: проблеми і перспективи. – URL: <https://science.lpnu.ua/uk/semi/vsi-vypusky/volume-4-number-1-2020/rozvytok-malogo-i-serednogo-biznesu-v-ukrayini-problemy-i#:~:text=%D0%94%D0%BE%20%D1%86%D0%B8%D1%85%20%D0%BF%D>

1%80%D0%BE%D0%B1%D0%BB%D0%B5%D0%BC%20%D0%BD%D0%B0
%D0%BB%D0%B5%D0%B6%D0%B0%D1%82%D1%8C%3A%20%D0%B7%
D0%B0%D0%BF%D0%BE%D1%87%D0%B0%D1%82%D0%BA%D1%83%D
0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D1%8F,%3B%20%D0%BD%D0%B0%D
1%81%D1%82%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D1%8F%20%D1%84%D0%BE
%D1%80%D1%81%2D%D0%BC%D0%B0%D0%B6%D0%BE%D1%80%D0%
BD%D0%B8%D1%85%20%D0%BE%D0%B1%D1%81%D1%82%D0%B0%D0
%B2%D0%B8%D0%BD

27. І. С. Стеців, І. І. Стеців. Франшиза в Україні: проблеми та шляхи їх вирішення/Менеджмент та підприємництво в Україні. – вип., 2019. – с. 131-136. – URL: <https://sci.ldubgd.edu.ua/bitstream/123456789/6463/1/management-131-136.pdf>

28. Дослідження стану українського бізнесу під час війни: як себе почувають середні, малі та великі компанії. – URL: <https://hub.kyivstar.ua/news/doslidzhennya-stanu-ukrayinskogo-biznesu-pid-chas-vijny-yak-sebe-pochuvayut-seredni-mali-ta-velyki-kompaniyi/>

29. Гайдей М. Проблеми та перспективи розвитку франчайзингу в Україні. – URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/15460/1/%D0%9F%D1%80%D0%BE%D0%B1%D0%BB%D0%B5%D0%BC%D0%B8%20%D1%82%D0%B0%20%D0%BF%D0%B5%D1%80%D1%81%D0%BF%D0%B5%D0%BA%D1%82%D0%B8%D0%B2%D0%B8%20%D1%80%D0%BE%D0%B7%D0%B2%D0%B8%D1%82%D0%BA%D1%83%20%D1%84%D1%80%D0%B0%D0%BD%D1%87%D0%B0%D0%B9%D0%B7%D0%B8%D0%BD%D0%B3%D1%83.PDF>

30. Зверева А.А., Величко К.Ю. Шляхи покращення розвитку малого та середнього бізнесу в Україні. – URL: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2017/09/21.pdf>

31. Державна підтримка бізнесу під час війни: що треба знати. – URL: <https://eba.com.ua/derzhavna-pidtrymka-biznesu-pid-chas-vijny-shho-treba-znaty/>

32. Андрус Кубілюс. План євроінтеграції: коли можливий вступ України до ЄС та як його досягти. – 2022 р. – URL: <https://www.eurointegration.com.ua/articles/2022/07/8/7142850/>

33. Кулик О.М. Суть і значення франчайзингу для готельно-ресторанного бізнесу та супутніх сфер діяльності в період пандемії Covid-19. Кулик О.М. Матеріали I Всеукраїнської науково-практичної конференції "Сучасний стан та потенціал розвитку індустрії гостинності в Україні" (м. Херсон, 23 квітня 2021 р.) Херсон: ХДАЕУ, 2021. 327 с. С.79-82. – URL: https://tourlib.net/statti_ukr/kulyk4.htm

34. Королев П.А. Франчайзнг як форма підприємницької діяльності. М.: Економіка інноваційної діяльності підприємств. Інноваційне підприємництво. – 216 с.

35. Через війну українські бізнеси почали масово відкриватися в Європі. М.: Хмарочос, 2022. URL: <https://hmarochos.kiev.ua/2022/06/16/через-війну-ukrayinski-biznesy-pochaly-masovo-vidkryvayutysya-v-yevropi/>