

ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
Кафедра готельно-ресторанного бізнесу

## ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

### «Система якості послуг суб'єкта ресторанного бізнесу»

Студента 3 курсу, 8с групи  
спеціальності  
241 «Готельно-ресторанна справа»  
освітньої програми  
«Готельно-ресторанна справа»

Гаркуші  
Олени  
Олегівни

Науковий керівник  
к.е.н., доц.

Ткачук  
Тетяна  
Михайлівна

Гарант освітньої програми  
к.е.н., доц.

Расулова  
Алла  
Миколаївна

Київ 2023

**ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ****Факультет** ресторанно-готельного та туристичного бізнесу**Кафедра** готельно-ресторанного бізнесу**Спеціальність** 241 «Готельно-ресторанна справа»**Спеціалізація** «Готельно-ресторанна справа»**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Зав. кафедри  
готельно-ресторанного бізнесу  
проф. \_\_\_\_\_ М.Г. Бойко  
«\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2022 р.

**ЗАВДАННЯ**

на випускню кваліфікаційну роботу студентіві

**ГАРКУШІ ОЛЕНИ ОЛЕГІВНИ***(прізвище, ім'я, по батькові)*

**1. Тема випускної кваліфікаційної роботи:** Система якості послуг суб'єкта ресторану «ПРАГА», м. Київ.

Затверджена наказом ректора від «30» вересня 2022 р. № 2417.

**2. Строк здачі студентом закінченої роботи:** «27» січня 2023 р.

**3. Цільова установка та вихідні дані до роботи**

*Мета роботи* – розроблення та обґрунтування методичних та практичних засад впровадження системи якості суб'єкта ресторанного бізнесу.

*Об'єкт дослідження* – процес розробки системи якості суб'єкта ресторанного бізнесу.

*Предмет дослідження* – теоретичні, методологічні та практичні підходи розроблення та реалізації системи якості суб'єкта ресторанного бізнесу.



#### **4. Зміст випускної кваліфікаційної роботи (перелік питань за кожним розділом)**

**ВСТУП**

**РОЗДІЛ 1. ДІАГНОСТИКА СИСТЕМИ ЯКОСТІ ПОСЛУГ РЕСТОРАНУ  
«ПРАГА», М. КИЇВ**

1.1. Діагностика системи управління якістю послуг ресторану

1.2. Аналізування результативності процесів системи якості

**РОЗДІЛ 2. УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ ЯКОСТІ ПОСЛУГ  
РЕСТОРАНУ «ПРАГА», М. КИЇВ**

2.1. Обґрунтування програми заходів впровадження системи якості

2.2. Прогнозування поліпшення системи якості послуг ресторану

**ВИСНОВКИ**

**СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

**ДОДАТОК**

SCIENTIA DIFFICILIS SED FRUCTUOSA

## 5. Календарний план виконання роботи:

№ з/п	Назва етапів випускної кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	
		за планом	факт
1	Вибір теми випускної кваліфікаційної роботи	01.09.2022 р.- 29.09.2022 р.	15.09.2022 р.
2	Оформлення і затвердження завдання на випускну кваліфікаційну роботу	01.10.2022 р.- 07.10.2022р.	05.10.2022 р.
3	Написання 1 розділу випускної кваліфікаційної роботи	08.10.2022 р.- 19.11.2022 р.	15.11.2022 р.
4	Попередній захист 1 розділу випускної кваліфікаційної роботи	до 20.11.2022 р.	18.11.2022 р.
5	Написання 2 розділу випускної кваліфікаційної роботи	21.11.2022 р.- 09.01.2023 р.	30.12.2022 р.
6	Попередній захист випускної кваліфікаційної роботи у комісіях	10.01.2022 р. - 12.01.2023 р.	11.01.2023 р.
7	Подання випускної кваліфікаційної роботи на кафедрі	13.01.2023 р.- 17.01.2023 р.	16.01.2023 р.
8	Подання випускної кваліфікаційної роботи до деканату для отримання направлення на зовнішнє рецензування	18.01.2023 р	18.01.2023 р.
9	Підготовка матеріалів випускної кваліфікаційної роботи до захисту в екзаменаційній комісії	19.01.2023 р. 26.01.2023 р	26.01.2023 р.
10	Захист випускної кваліфікаційної роботи в екзаменаційній комісії	Відповідно до розкладу	Відповідно до розкладу

6. Дата видачі завдання «01» жовтня 2022 р.

7. Керівник випускної кваліфікаційної роботи, к.е.н, доц.

(підпис)

Т.М. Ткачук  
(ініціали, прізвище)

8. Гарант освітньої програми, к.е.н, доц.

(підпис)

А.М. Расулова  
(ініціали, прізвище)

9. Завдання прийняв до виконання студент-дипломник

(підпис)

О.О. Гаркуша  
(ініціали, прізвище)



## 10. Відгук керівника випускної кваліфікаційної роботи

Студентка Гаркуша О.О. виконала випускну кваліфікаційну роботу у визначений термін згідно затвердженого календарного плану. За змістом, структурою та оформленням робота відповідає усім вимогам. Випускна кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків та пропозицій, списку використаних джерел та додатків.

У роботі проаналізовано та узагальнено практичні засади управління якістю послуг. Проведено оцінку ефективності діючої системи управління якістю послуг ресторану. Студенткою було розроблено комплекс заходів щодо удосконалення вже існуючих елементів системи управління якістю та обґрунтовано програму удосконалення якості послуг ресторану.

Робота є завершеною науковою працею, виконана самостійно та рекомендується до захисту у ЕК.

Керівник випускної  
кваліфікаційної роботи

Т.М. Ткачук

\_\_\_\_\_  
(підпис, дата)

## 11. Висновок про випускну кваліфікаційну роботу

Випускна кваліфікаційна робота студента Гаркуші О.О.  
(прізвище, ініціали)  
може бути допущена до захисту в екзаменаційній комісії.

Гарант освітньої  
програми

\_\_\_\_\_  
А.М. Расулова  
(ініціали, прізвище)

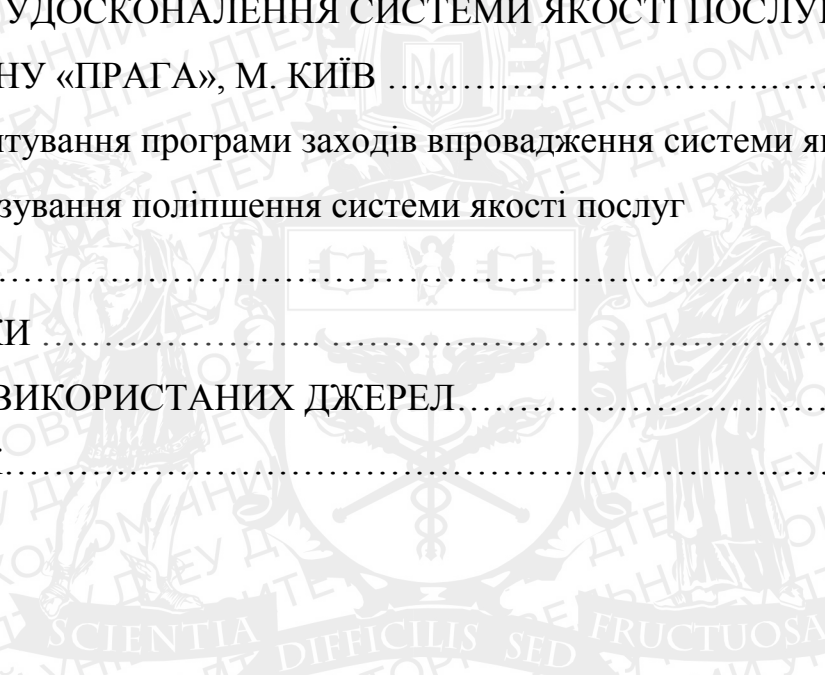
Завідувач кафедри

\_\_\_\_\_  
М.Г. Бойко  
(ініціали, прізвище)

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2023 р.

# ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1. ДІАГНОСТИКА СИСТЕМИ ЯКОСТІ ПОСЛУГ РЕСТОРАНУ «ПРАГА», М. КИЇВ .....	10
1.1. Діагностика системи управління якості послуг ресторану .....	10
1.2. Аналізування результативності процесів системи якості .....	18
РОЗДІЛ 2. УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ ЯКОСТІ ПОСЛУГ РЕСТОРАНУ «ПРАГА», М. КИЇВ .....	23
2.1. Обґрунтування програми заходів впровадження системи якості.....	23
2.2 Прогнозування поліпшення системи якості послуг ресторану.....	26
ВИСНОВКИ .....	33
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	38
ДОДАТОК.....	41





## ВСТУП

**Актуальність теми.** Соціальна спрямованість сучасної ринкової економіки має на меті створення умов для забезпечення гідного рівня життя населення, серед яких одними з найважливіших є харчування та відпочинок. Сьогодні галузь ресторанного господарства характеризується значними динамічними процесами, внаслідок яких виникають зміни структурно-функціональних параметрів закладів, збільшується асортимент продукції різних національних кухонь, розширюється номенклатура додаткових послуг, застосовуються різноманітні форми та методи обслуговування. Всі ці складні та неоднозначні зміни, зумовивши згадані перетворення, змінили вимоги до якості послуг, додавши їм нових характеристик і критеріїв оцінки.

Лише широке впровадження ефективних вимог до якості послуг спроможне забезпечити довгостроковий розвиток підприємства ресторанного бізнесу та формування на цій основі його конкурентних переваг.

Тому, враховуючи вищенаведене, можна визначити, що тема даної кваліфікаційної роботи є актуальною, має наукову новизну та практичну цінність для забезпечення розвитку підприємств ресторанного бізнесу.

**Рівень дослідженості теми.** Питання управління якістю широко висвітлені у працях вчених У. Тейлора, Х.Д. Харінгтона, які порушили питання не контролю якості, а саме управління якістю, А.В. Фейгенбаум, У.Е. Демінг, Ф. Кросбі, К. Ісікава, які представили вагомий теоретичний доробок з теорії, системи, принципів та методик управління якістю продукту та надання послуг у цілому. Їх праці лягли в основу пропозицій, що запропоновані у даному дослідженні. Разом з тим, необхідно відмітити науковців О. Давидову, М. Мальську, С. Мельниченко, П. Пивоварова, Т. Томаля, Л. Чепурду та інших, які внесли вагомий внесок у дослідження питань управління якістю на підприємствах готельно-ресторанного бізнесу. Разом з тим, не вирішеним є роль внутрішніх стандартів роботи ресторанів у забезпеченні якісних показників роботи закладу, їх призначення та принципи розробки.

Дослідження обраної теми обумовлено за рахунок швидких темпів розвитку інноваційних винаходів, технологій, розширення номенклатури додаткових послуг, методів обслуговування, змін структурно-функціональних параметрів закладів тощо. Ці неоднозначні зміни змінюють вимоги до якості послуг, додавши їм нових характеристик і критеріїв оцінки.

**Метою** є удосконалення системи якості послуг об'єкта ресторанного бізнесу.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити ряд наукових завдань:

- дослідити розвиток послуг щодо системи якості послуг;
- провести аналізування результативності системи якості послуг;
- оцінити рівень якості послуг що надаються рестораном;
- розробити напрями вдосконалення, поліпшення послуг ресторану;
- обґрунтувати пропозиції заходів щодо вдосконалення системи якості послуг ресторану «ПРАГА».

**Об'єкт дослідження** – система якості послуг суб'єкта ресторанного бізнесу.

**Предмет дослідження** – аналіз послуг, проблеми щодо впровадження системи якості послуг та їх удосконалення у ресторані «ПРАГА», м. Київ.

**Методи дослідження.** У випускній кваліфікаційній роботі було застосовано різні загальнонаукові методи та прийоми: метод спостереження – для встановлення динаміки окремих показників послуг; метод порівняння - з об'єктами конкурентного середовища, розрахунок різних показників, аналіз даних, що були отримані та зібрані під час спостереження і узагальнення усієї зібраної інформації й даних. Анкетування – з метою дослідження задоволеності клієнтів; метод експертних оцінок – для оцінювання ефективності впровадження системи якості послуг.

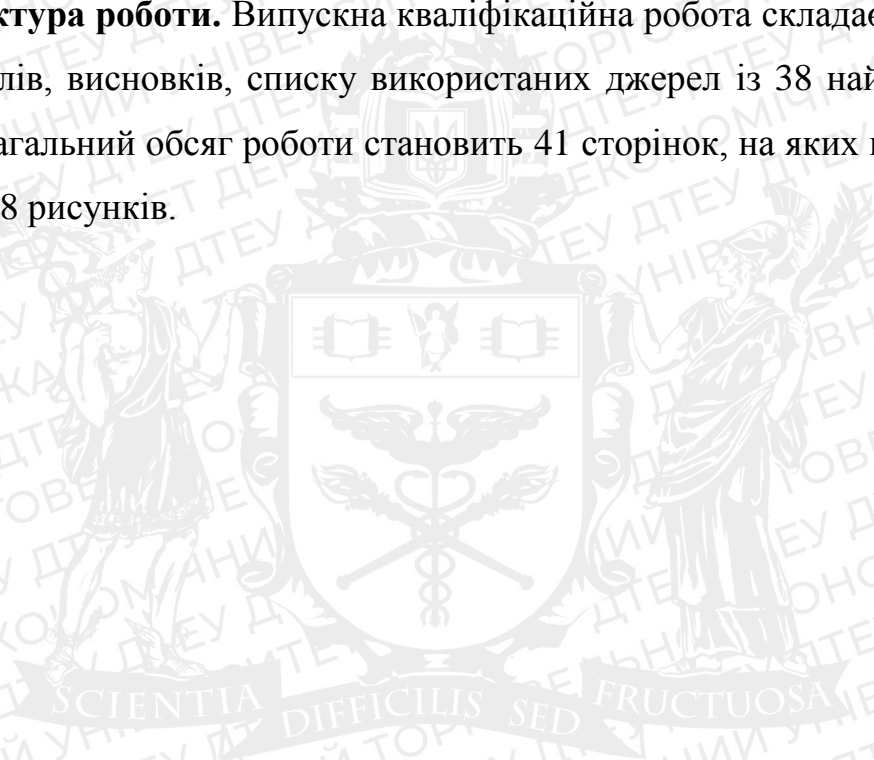
**Інформаційна база.** Для написання випускної кваліфікаційної роботи основними інформаційними джерелами були матеріали, наведені у вітчизняній та світовій науковій спеціалізованій літературі, законодавчі та нормативні акти,



міжнародні та національні стандарти, наукові праці вітчизняних та зарубіжних вчених, підручники, сайти мережі Інтернет, матеріали з соціальних мереж закладу.

**Практичне значення** одержаних результатів полягає у обґрунтуванні положень, висновків та рекомендацій, що можуть бути методичною основою для впровадження системи якості послуг у підприємствах ресторанного бізнесу.

**Структура роботи.** Випускна кваліфікаційна робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел із 38 найменувань та 1 додатку. Загальний обсяг роботи становить 41 сторінок, на яких представлено 4 таблиці та 8 рисунків.



## РОЗДІЛ 1

### ДІАГНОСТИКА СИСТЕМИ ЯКОСТІ ПОСЛУГ РЕСТОРАНУ

#### «ПРАГА», М. КИЇВ

##### 1.1. Діагностика системи управління якістю послуг ресторану

Для ефективної роботи ресторанного господарства необхідні не тільки різні ресурси, але й розробка процесів з надання послуг ресторанного господарства, а також механізмів їх взаємодії. Це свідчить про необхідність побудови спеціальної системи для управління якістю, яка має назву «система якості» (система управління якістю) та являє собою сукупність організаційної структури, розподілу повноважень та відповідальності, методів, процедур, ресурсів, які необхідні для встановлення, підтримки та удосконалення якості продукції та послуг. Ефективна, добре структурована система якості дозволить оптимізувати якість з точки зору зменшення різних ризиків, зниження витрат та збільшення прибутку. Система якості спрямована на досягнення цілей: відповідність законодавству; зміцнення економічної стабільності; охорона навколишнього середовища; підвищення якості та продуктивності; зниження витрат; підвищення конкурентоспроможності; поліпшення виробничого клімату та задоволеність споживачів тощо.

Вимоги до послуг викладені у ДСТУ 3279-95 «Стандартизація послуг. Основні положення», ГОСТ 30335-95 «Послуги населенню. Терміни та визначення понять», де також наведений перелік послуг ресторанного господарства та основні вимоги щодо їх надання.

Послуги, що надаються споживачам на підприємствах ресторанного господарства, визначаються як:

- послуги харчування;
- послуги з організації споживання і обслуговування;
- послуги з організації дозвілля;
- інформаційно-консультативні послуги тощо.



Відносини між споживачами і виконавцем у сфері надання послуг ресторанного господарства затверджені Наказом Міністерства економіки з питань європейської інтеграції України від 24.07.2002 р. № 219 «Правила роботи закладів (підприємств) ресторанного господарства», розроблені відповідно до Законів України «Про захист прав споживачів», «Про безпечність та якість харчових продуктів».

Міжнародний досвід надання ресторанних послуг засвідчує, що ефективну діяльність ресторану забезпечує впровадження системи управління якістю (СУЯ) – ефективного інструменту, який дає змогу здійснювати управління якістю на всіх етапах створення та надання послуг. Ще одним дієвим інструментом управління в харчовій промисловості є Система управління безпечністю харчових продуктів (НАССР), яка може функціонувати самостійно або бути складовою частиною СУЯ. Якість послуги являє собою здатність задовольнити потреби та очікування конкретного споживача.

Відповідно до ДСТУ ISO 9000:2015 «Системи управління якістю. Основні положення та словник термінів» прийнято такі визначення понять:

**Якість** – це ступінь, до якого сукупність власних характеристик задовольняє вимоги.

**Система управління якістю** – це система управління, яка спрямовує та контролює діяльність організації щодо якості.

**Поліпшення якості** – це складова частина управління якістю, зосереджена на збільшенні здатності виконати вимоги до якості, які можуть бути пов'язані з такими аспектами, як результативність, ефективність.

**Результативність** – це ступінь реалізації запланованої діяльності та досягнення запланованих результатів.

**Ефективність** – це співвідношення між досягнутим результатом і використаними ресурсам.

У міжнародних стандартах ISO серії 9000 надана схематична модель взаємозалежних видів діяльності, що впливають на якість продукції, послуг на кожній стадії їх життєвого циклу.





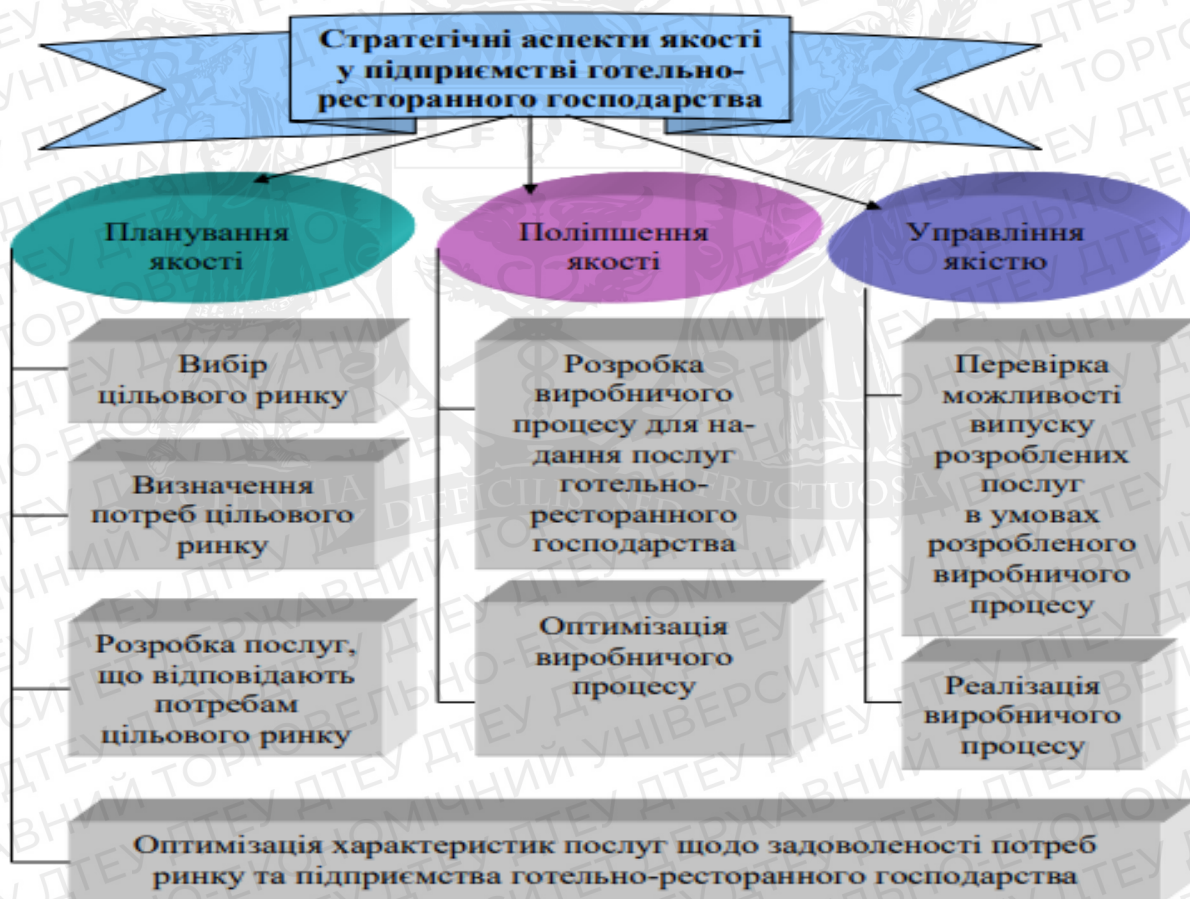
**Рис. 1.1.** «Петля якості» продукції, послуг у системі організації якості

Управління якістю у закладах ресторанного господарства за вагомістю посідає визначальну роль ще при розробці концепції закладу та поряд з політикою управління витратами визначає ефективність його роботи. Незаперечно, що в основі управління якістю лежать основоположні **принципи управління якістю** ДСТУ ISO 9001:2015 «Системи управління якістю. – ВИМОГИ», які закладають розробленням Політики та цілей у сфері якості послуг та продукту у ресторанному господарстві: 1) Орієнтація на замовника. Саме гості ресторану дають оцінку якості послуг та визначають ефективність його діяльності. 2) Лідерство керівництва. Формування керівництвом закладу мети та місії, створення та підтримання такої внутрішньої атмосфери, коли весь колектив усвідомлює свій внесок у досягнення поставлених цілей. 3) Залучення працівників. Кожен з учасників виробничого процесу в ресторані має чітко розуміти свою роль у підтриманні високих стандартів обслуговування. 4)



Процесний підхід. Управління послугами розглядається нами як управління процесом (процес приготування блюд, процес обслуговування гостей, процес надання додаткових послуг тощо). 5) Постійне поліпшення. Це незмінна умова роботи будь-якої організації. 6) Прийняття рішень на підставі фактів. Ефективні рішення приймають на підставі аналізу даних та інформації; 7) Взаємовигідні стосунки з постачальниками. Ці принципи управління якістю формують основу розробки внутрішніх документів.

Розглянемо основні аспекти стратегічного планування якості ресторанного господарства (рис. 1.2).



**Рис. 1.2.** Аспекти стратегічного планування якості послуг

Задоволення потреб споживача може досягатися лише за наявності гармонії між відповідальністю керівництва, персоналом, матеріальними ресурсами та структурою системи якості. На рисунку 1.3 показано, що споживач перебуває у центрі трьох ключових аспектів.



**Рис. 1.3. Ключові аспекти системи якості послуг**

Якість послуг посідає центральне місце у розв'язанні проблеми підвищення конкурентоспроможності закладів ресторанного господарства.

**Конкуренція** – це складова частина ринкового середовища. Оскільки існує велика кількість ресторанів, що пропонують аналогічні послуги, а споживач, відповідно, має широкий вибір, то можна припустити, що в даному бізнесі задоволеність і лояльність клієнтів є найважливішим показником рівня конкурентоспроможності ресторану. Це пояснюється такими причинами:

- споживчий попит є еластичним за ціною;
- наявність аналогічних послуг і інших закладах;
- клієнт розчарований відвідуванням ресторану перший раз, вдруге може не відвідати його;
- рівень дохідності ресторану великою мірою залежить від місця його розташування;
- на споживчий попит також впливають такі, на перший погляд незначні фактори, як інтер'єр ресторану або наявність в ньому додаткових послуг (Wi-Fi, Take away, Delivery тощо).

Базуючись на зробленому вище припущенні, було проведене дослідження конкурентного стану таких ресторанів як «ПРАГА», «Хінкалі та Вино», «Євразія». Конкурентоспроможність послуг бажано вимірювати кількісно, що уможливить управління її рівнем.

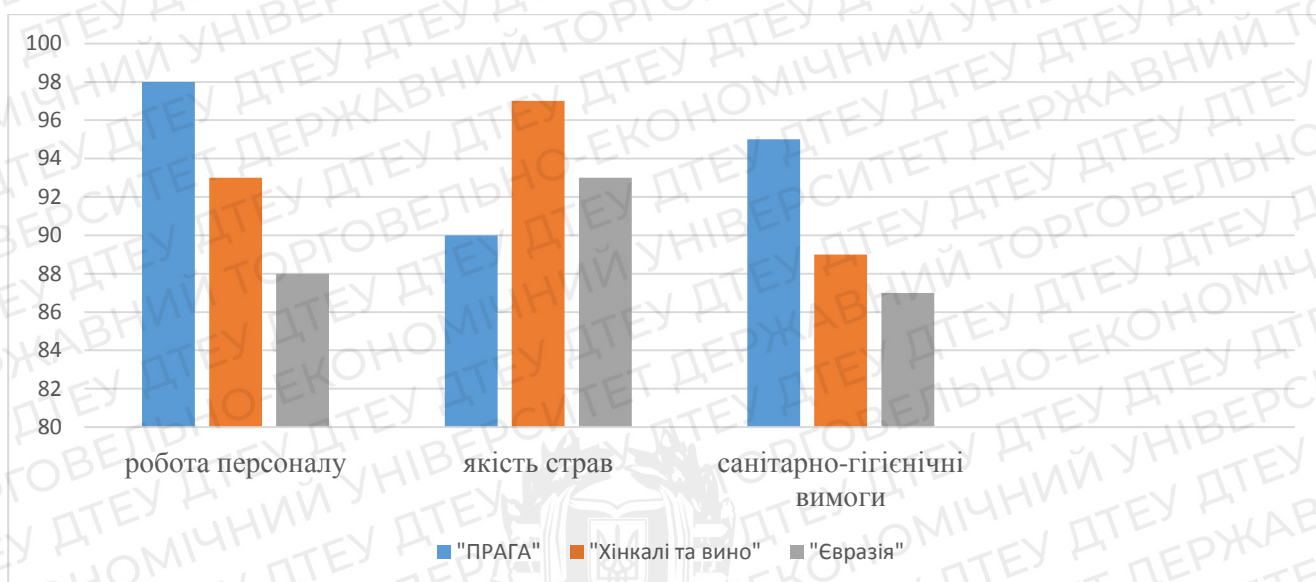


Таблиця 1.1

**Оцінка конкурентного середовища послуг, продукції суб'єктів  
ресторанного бізнесу**

Найменування показників послуг, продукту	Назва ресторану		
	«ПРАГА»	«Хінкалі та вино»	«Євразія»
1. Зручність розміщення закладу	10	7	9
2. Смакові властивості страв	9	8	9
3. Унікальність продукту	9	9	9
4. Рівень ринкової ціни на страви	7	9	8
5. Перевага вибору закладу	8	7	8
6. Асортимент страв у меню	9	10	6
7. Швидкість і якість обслуговування	8	7	7
8. Дизайн ресторану та комфорт	9	8	3
9. Наявність додаткових послуг	10	5	4
10. Реклама	+	+	+
11. Близькість зупинки громадського транспорту	10	9	9
12. Наявність вивіски	+	+	+
13. Можливість паркування авто	+	+	+
<i>Примітка 1. «10» - найвища оцінка.</i>			
<i>Примітка 2. «+» - наявність послуг</i>			

Проведений аналіз показників якості послуг ресторану «ПРАГА» та його найближчих конкурентів ресторанів - «Євразія», «Хінкалі та вино».



**Рис. 1.4. Оцінка показників якості послуг**

Заклади ресторанного господарства, що здійснюють діяльність на території України, перебувають під державним контролем та регулюванням якості продукції та послуг.

За результатами опрацювання інформації з книг відгуків визначені причини незадоволеності споживачів послуг ресторанного господарства, які викладені рис. 1.5.



**Рис. 1.5. Причини незадоволеності споживачів послуг**



Забезпечення якості послуг залежить від ступеня виконання та дотримання регламентованих вимог, а їх поліпшення – від виявлення додаткових вимог споживачів до якості послуг.

Ураховуючи сьогоденні умови діяльності закладів ресторанного господарства, визначення та виконання додаткових вимог є необхідними заходами поліпшення якості послуг та задоволеності споживачів.



## 1.2. Аналізування результативності процесів системи якості

Ресторан «ПРАГА» за ступенем комфорту, рівнем обслуговування і обсягом надаваних послуг має рівень першого класу, завдяки цьому передбачає гармонійність інтер'єру, вибір послуг, різноманітний асортимент страв. Ресторан знаходиться у місті Києві, на вулиці Академіка Глушкова 1, розміщений біля станції метрополітену.

Ресторан «ПРАГА» реалізує алкогольні, тютюнові вироби та має ліцензію на цей вид діяльності.

У ресторані розроблені стандарти, інструкції, методики на послідовність виконання певних робіт, щодо роботи менеджерів та кухні, на методи контролю закупівлі продукції, зберігання продуктів тощо.

Основною метою розвитку вітчизняного досліджуваного бізнесу є обслуговування споживачів, які є максимально орієнтованими на клієнта і здатні сповна задовольнити його потреби. Тому перед підприємствами ресторанного господарства постає завдання з підвищенні їхньої конкурентоспроможності і покращення якості обслуговування.

На сьогоднішній день існує багато факторів які впливають на якість обслуговування споживачів: застаріла матеріально-технічна база, низький рівень сервісу, невідповідність якості пропонованих послуг рівню цін, низький кваліфікаційний рівень персоналу, погіршення фінансового стану, зниження коефіцієнта завантаженості ресторану.

Всі ці фактори являються аргументом для дослідження проблем пов'язаних з підвищенням якості і ефективності надання послуг. Існують зовнішні (економічна та політична ситуація, вимоги ринку, постачальники, конкуренти, законодавчі та нормативні вимоги) та внутрішні (сировина, персонал, маркетинг тощо).



Таблиця 1.2.

**Фактори підвищення якості й конкурентоспроможності послуг  
суб'єкта ресторанного бізнесу**

Технічні	Організаційні	Соціально-економічні
<ul style="list-style-type: none"> <li>- застосування технологій, що забезпечують мінімальні витрати сировини;</li> <li>- застосування обладнання з мінімальними витратами сировини;</li> <li>- поліпшення якості матеріальних ресурсів, що використовуються;</li> <li>- удосконалення технічної бази, транспортування й зберігання матеріальних ресурсів;</li> <li>- дотримання та удосконалення технологічних режимів обробки сировини.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- удосконалення системи обліку і контролю за використанням матеріальних ресурсів;</li> <li>- скорочення циклу переробки сировини;</li> <li>- підвищення якості ремонту технологічного обладнання;</li> <li>- удосконалення організації виробництва продукції;</li> <li>- організація вторинного використання сировинних ресурсів.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- аналіз використання матеріально-технічних і трудових ресурсів;</li> <li>- застосування наукових основ менеджменту;</li> <li>- поліпшення умов праці і відпочинку працівників;</li> <li>- застосування заходів щодо стимулювання і відповідальності;</li> <li>- здійснення соціально-психологічних заходів щодо економії матеріально-технічних і трудових ресурсів.</li> </ul>

З метою визначення якості послуг, наданих у ресторані «ПРАГА», проведено аналізування рівня обслуговування в ресторані (таблиця 1.3).

Таблиця 1.3

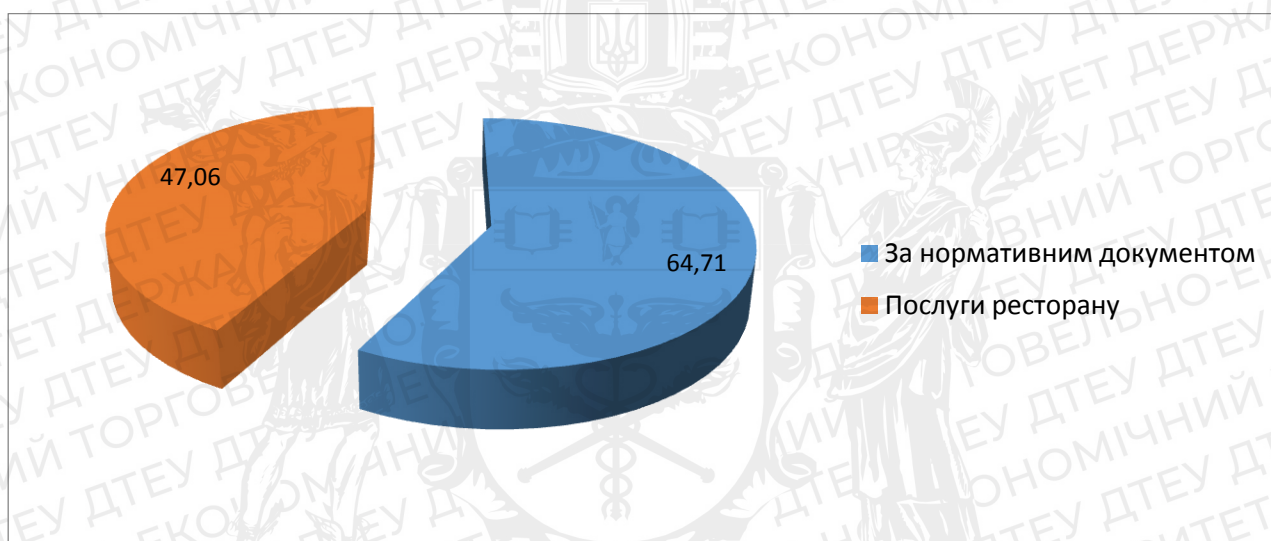
**Рівень обслуговування клієнтів у ресторані «ПРАГА»**

Клієнт	Рівень цін	Асортимент справ	Якість продукції	Комфорт зали	Культура обслуговування	Санітарно-гігієнічні вимоги	Всього
1	5	5	4	5	3	5	27
2	3	5	4	5	4	4	25
3	4	4	5	5	5	4	27
4	5	5	5	4	5	4	28
5	5	5	5	5	4	5	29
6	4	3	5	5	4	5	26
7	2	3	4	4	5	5	23
8	3	4	3	4	5	4	23
9	4	5	5	4	4	4	26
10	4	5	4	5	5	3	26
Всього	39	44	44	46	44	43	260

*Примітка. Оцінка за 5-ти бальною шкалою*

Середній бал обслуговування (кількість басів усього / кількість клієнтів) складає 26,0.

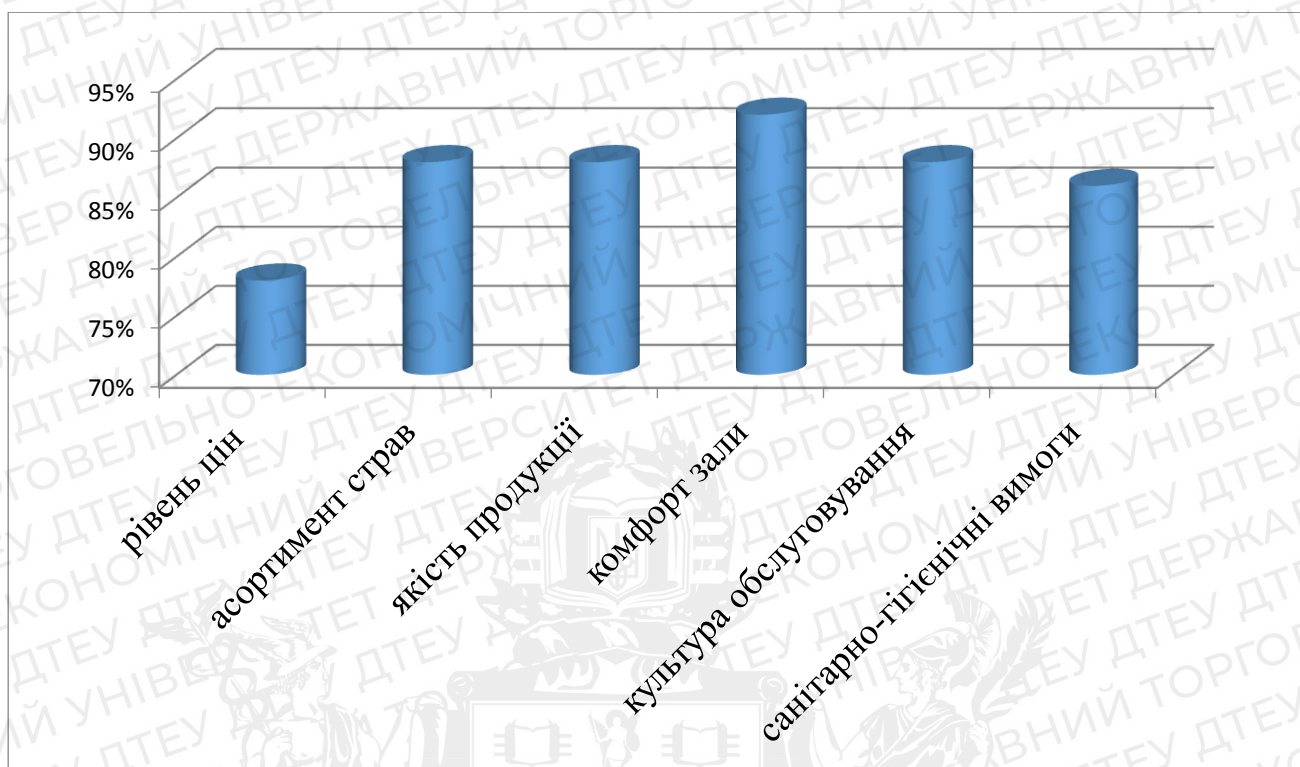
Наведемо графічний приклад обробки даних про наявність послуг що надає ресторан «ПРАГА». Загальна кількість послуг громадського харчування складає 33 (64,71%), а ресторан «ПРАГА» надає – 23 (47,06 %). У відсотковому вигляді наявність послуг представлена на рис. 1.6.



**Рис. 1.6. Наявність послуг що надається рестораном**

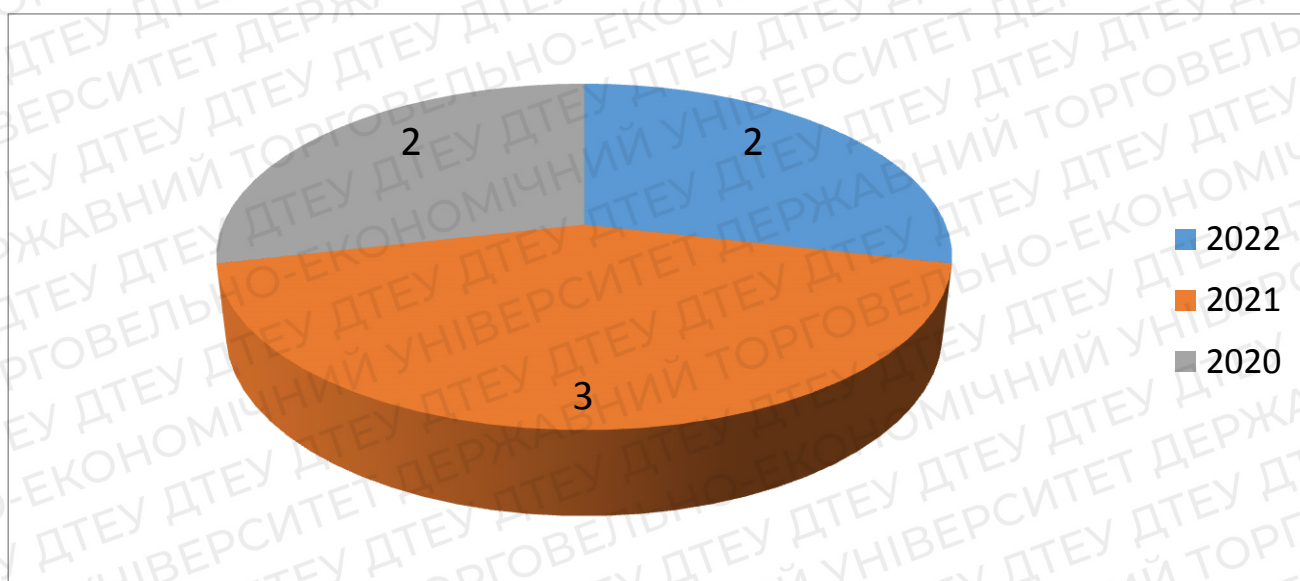
Теоретична сума оцінок відповідно до таблиці 1.3 з кожного критерію складає 50 балів, за кожним клієнтом – 30, сума балів всього – 300. За показниками таблиці отримали наступні дані: рівень цін – 39 балів, що становить 78 %; асортимент справ – 44 бали (88 %); якість продукції – 44 бали (88 %); комфорт зали – 46 балів (92 %); культура обслуговування – 44 бали (88 %); санітарно-гігієнічні вимоги – 43 бали (86 %). Загальна кількість балів – 260, тому загальний рівень обслуговування становить – 87 %. На рисунку 1.7 представлені результати обробки даних.





**Рис. 1.7. Рівень обслуговування у ресторані «ПРАГА»**

Якість обслуговування клієнтів напряду залежить від правильного розподілу обов'язків між персоналом та їхньою злагодженою спільною роботою. Оцінкою результативності процесу управління персоналу є підвищення його кваліфікації. В ресторані підвищили кваліфікацію у 2020 році – 2 працівника, 2021 - 3 працівника, 2022 – 2 працівника (рис. 1.8).



**Рис. 1.8. Кількість осіб, які підвищили кваліфікацію**

На підставі проведеного аналізування та отриманих даних можна зробити висновок, що ресторан «ПРАГА» відповідає категорії закладу. У ресторані надаються послуги відповідного рівня, якість яких відповідає нормативним стандартам, з повною матеріально-технічною базою і високим рівнем обслуговування.





## РОЗДІЛ 2

### УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ ЯКОСТІ ПОСЛУГ РЕСТОРАНУ «ПРАГА», М. КИЇВ

#### **2.1. Обґрунтування програми заходів впровадження системи якості послуг**

З подальшим розвитком суспільства і науково-технічним прогресом усе потребує вдосконалення. Удосконалення організації виробництва, впровадження нових технологій – це не лише крокування в ногу з інноваціями і часом, а й розкриття широких можливостей для приваблення споживача і задоволення його потреб.

Раціональне й економне використання матеріально-технічних і трудових ресурсів ресторанів спрямоване на зниження рівня витрат, що дає змогу підвищити ефективність виробництва взагалі без додаткових вкладень. Саме тому вирішення цього питання є одним із найважливіших завдань організації ресторанного бізнесу. Раціональне використання матеріально-технічних і трудових ресурсів – це сукупність заходів, методів, чинників і принципів, які забезпечують зниження витрат на одиницю ресторанної продукції.

Адміністрація закладу може розробити довгострокову Програму удосконалення процесу надання послуг. Одним з її аспектів є прагнення ресторану стати найкращим за якістю обслуговування, творчим підходом, конкурентоспроможністю.

Проте ресторани наштовхуються на специфічні проблеми, пов'язані із збереженням своєї послідовності в обслуговуванні серед усіх своїх одиниць. Наприклад, клієнти, які відвідали ресторан, очікують те ж саме обслуговування, що вони отримали раніше в іншому більш престижному закладі.

Розглянемо на прикладі послуги «Культура обслуговування», який отримав з можливих 50 балів – 44 бали, що склало 88 %. Для більш ефективної роботи ресторану спробуємо підвищити цей показник.

Ресторани можуть свій успішний рівень роботи підтримувати за допомогою програм для персоналу, що охоплюють тренінги, семінари, певні стандарти виконання, розвиток кар'єри та винагороди тощо. Наведемо деякі з них в таблиці 2.1.

Таблиця 2.1

**Програма вдосконалення якості послуг ресторану «ПРАГА»**

Заходи	Відповідальні виконавці	Термін виконання
1. Провести індивідуальний розвиток персоналу, за рахунок використання довідників, буклетів, технічних знань.	Менеджери організації	Для нових працівників
2. Організувати та проводити тренінг для менеджерів	Менеджери організації	Щороку
3. Провести періодичну атестацію	Управлінський персонал	Щороку
4. Розробити та надрукувати буклети для інструктування працівників.	Начальник адміністрації	Три місяці
5. Перевіряти виконання стандартів	Працівники ресторану	Під час випадкового візиту бригади
6. Розробити заходи щодо кар'єрного просування	Адміністрація ресторану	Чотири-шість місяців
7. Провести анкетування працівників задля раннього попередження небажаних відносин або позицій	Адміністрація ресторану	Один раз на рік
8. Розробити систему винагород	Керівництво ресторану	Два-три місяці
9. За результатами опитувань, анкетувань споживачів, працівників розробити коригувальні заходи	Менеджери організації	За результатами анкетування, опитувань

Для врахування вимог клієнта до якості необхідно орієнтуватися на цільовий сегмент ринку після прийняття стратегічних рішень про можливості пропозиції товару. Ці рішення слід застосовувати операційним відділом, консультованим відділом маркетингу. Далі необхідна якість застосовується до продукту під час його проектування.



Дуже суттєвою вимогою до якості є його міцність та надійність. Так, наприклад, мовно гостя обслуговувати в перший день перебування за повною програмою, враховуючи значення першого враження. Але маленькі недоліки в обслуговуванні на другий день перебування можуть стати причиною незадоволеності клієнта обслуговуванням загалом.

Наступна вимога до якості – його тривалість. Тривалість якості - це можливість повторного виробництва товарів та послуг на такому ж рівні. Щоразу при відвідуванні ресторану клієнт чекає певної якості обслуговування.

Управління якістю - це підхід, що збільшує ефективність та гнучкість бізнесу загалом. Цей напрямок, яким рухається підприємство, залучаючи всі підрозділи і кожен вид діяльності будь-якого рівня. Іншими словами, це управлінський підхід, який намагається встановити умови, за яких кожен працівник підприємства націлений на надання послуг клієнту в потрібний час і в потрібному місці, і при цьому вказує кожному співробітнику його роль у цій справі.

Усього цього можна досягти за такої корпоративної культури, яка відображає взяті підприємством на себе зобов'язання щодо дотримання вимог до якості, а також за такої системи взаємодій між працівниками підприємства, яка б забезпечувала безперерйне функціонування підприємства.

## 2.2. Прогнозування поліпшення системи якості послуг ресторану

Застосування різних підходів до управління якістю стає складніше на підприємствах тієї сфери діяльності, де продукт повністю або частково невловимий. До такого виду діяльності і сфера обслуговування. Тут доречніші і важливі прийоми посвідчення те, що створювані товари та послуги зроблено правильно з першого разу, оскільки існує більша орієнтованість на клієнта, ніж у виробничій сфері. Концепція «робити правильно з першого разу» спрямована на зниження витрат на повторну працю, усунення претензій тощо. Головною стратегією компанії має стати вживання превентивних заходів замість пошуку хворих точок та їх усунення.

У промисловості обслуговування, де виробництво продукту та його споживання відбуваються одночасно, практично не надається можливість для виправлення неправильного продукту в основному через брак часу перевірити продукт перед його пропозицією клієнту. Також і клієнт може не надати шансу на виправлення становища і як наслідок цього вибирає інше місце, а разом радить і іншим вчинити так само.

### **Процес управління якістю складається з етапів:**

1. Розуміння концепції управління якістю для її подальшого виконання з залученням експертів.
2. Розроблення та затвердження Політики та цілей у сфері якості.
3. Проектування організаційної структури виконати так, щоб забезпечити виробництво тих продуктів і послуг, які затребувані клієнтами, зберігаючи при цьому гнучкість пропозиції.
4. Вимірювання якості за допомогою методу опитування клієнта про його очікування від послуги. У додатку А наведений зразок форми анкети.
5. Планування операцій. Встановивши де і які операції треба здійснювати. Також важливо здійснювати постійну переоцінку попиту та пропозиції.
6. Створення системи, у якій проектування товару послідовно пов'язані з проектуванням системи поставок товару.



Розробити інструкції, стандарти, методики тощо.

7. Встановлення можливості ресторану гідно зустріти ті чи інші вимоги клієнтів.

8. Проведення статистичного контролю для визначення здібностей співробітників фірми щодо правильного надання певних продуктів та послуг «з першого разу».

9. Встановлення певних взаємодій в організації. Кожен працівник має свої обов'язки у процесі та здатний вирішувати проблеми якості на своєму робочому місці для забезпечення кінцевого продукту чи послуги;

10. Проведення постійної підготовки (за необхідністю – перепідготовки) працівників ресторану задля передачі необхідних знань та майстерності.

Сучасний клієнт добре обізнаний про альтернативні стандарти пропонованих послуг, збільшилися його очікування від них, тому він став більш критично ставитися до якості послуг, які він отримує. Організацію, що успішно пропонує високоякісне обслуговування, характеризує наступне: розуміння потреб та вимог клієнтів; ретельно розроблена стратегія обслуговування; орієнтована на клієнтів та працівників система пропозицій; добре підготовлені, мотивовані та керовані працівники передової лінії, які добре розуміють вимоги клієнтів, націлені на вирішення стратегічних завдань організації та чий вимоги задоволені.

За даними результатів досліджень ресторанного ринку, озвучених на одній з експертних сесій NRA Show:

71% відвідувачів закладів важлива можливість замовити їжу на виніс;

52% гостей чекають в ресторані безкоштовний Wi-Fi;

47% людей розраховують, що в закладі можна зробити попереднє замовлення по телефону;

78% міленіалів шукають меню закладу в інтернеті;

32% міленіалів вже платять через Apple Pay і Google Pay.

Все це говорить про те, що зараз вже недостатньо просто відповідати стандартним критеріям ресторану: гарантувати тільки чистоту, якість продукту і обслуговування. Відвідувачі обирають технологічність та шукають місце, яке може задовольнити цей запит. Це стає все більш характерно і для нашого ринку.

Однією з основних проблем ринку громадського харчування стало утримання персоналу, за рахунок трудової міграції в найближчі європейські країни. Через це в світі почав розвиватися тренд автоматизації. Ресторатори замислюються про інтеграцію технологій для оптимізації швидкості обслуговування та економії на оплаті праці.

За даними Національної ресторанної асоціації США близько 41% закладів фаст фуду в США планують в 2020 році використовувати планшети, дисконтні системи замовлень, кіоски самообслуговування і автоматизовані програми для ресторанів.

Але якщо на Заході автоматизація – це перш за все підвищення швидкості і якості обслуговування гостей, то у наших рестораторів ці цілі поки не основні. Власники закладів в Україні насамперед впроваджують технології щоб працювати за законом (відправляють фіскальні чеки в податкову, борються з крадіжками тощо). Детальний облік складу, інвентаризація, докладні технологічні карти дають можливість краще контролювати робочі процеси в закладі.

Проте вже зараз багато закладів працюють з хмарними системами обліку, офіціанти використовують смартфон або планшет замість блокнота з олівцем, а на кухнях стоять екрани із замовленнями.

Все більше ресторанів використовують цю технологію, щоб гість міг оплатити замовлення за допомогою смартфона. Досить попросити в офіціанта рахунок і відскакувати **QR-код** через мобільний додаток, після чого сума автоматично спишеться з карти. Весь процес займає всього кілька кліків – не потрібно просити принести термінал і чекати. А сканер QR-коду є в кожному смартфоні з камерою.



Сам QR-код може містити різну інформацію: меню, умови доставки, історію ресторану або дані персональних карт лояльності. За допомогою коду також можна створити замітку в календарі з акцією або заходом, який буде в закладі, або можна просто перенаправити відвідувача на сторінку відгуків.

Є ще одне практичне застосування кодів. Наприклад, остання інтеграція Poster з додатком, яке допомагає гостям викликати офіціанта або запросити рахунок після сканування QR-коду. Ставите табличку на кожен стіл або клеїте стікери на меню. Відвідувачі можуть сканувати код за допомогою камери і покликати офіціанта або попросити рахунок у відкритому вікні браузера.

Кіоски самообслуговування можуть бути і розумними (завдяки ШІ): **визначати гостя по обличчю**, пропонувати йому повторити попереднє замовлення, а потім автоматично списувати гроші з картки. Наприклад, в мережі Cali Burger – Face ID вже працює в експериментальному режимі.

Гості, які все частіше замислюються про здоровий спосіб життя, хочуть отримувати якісні місцеві продукти **«від фермера»** і знати, де і як вони були вирощені, яким чином транспортувалися і як все це впливає на навколишнє середовище. На тлі таких змін в споживчій поведінці з'являються маркетплейси, що з'єднують фермерів і ресторани з географічною прив'язкою. Це, наприклад, такі сервіси, як Podfoods.

**Чат-боти** для попереднього замовлення або бронювання столиків - технологія, але яка поки не дуже зарекомендувала себе на практиці. У нас дуже мало закладів, в яких було б постійно зайняті столики, куди дійсно важко потрапити.

До прогресивних технологій обслуговування в ресторанному бізнесі належить організація виїзного обслуговування за системою «кейтеринг».

**Кейтеринг** – це виїзне ресторанне обслуговування, що містить охоплює вміння смачно приготувати, красиво оформити й ефектно подати страви в будь-якому місці та в будь-який час. Наприклад це можуть бути презентації, банкетні, корпоративні заходи, весілля, фуршет, шведський стіл, барбекю, офісні приміщення тощо.

Перевагами кейтерингу передусім є:

- виняткова мобільність. Можна провести святковий захід майже в будь-якому місці, за бажанням замовника (банкетний зал, комфортабельний теплохід, театр, особняк або улюблений майданчик тощо);
- комплексність послуги. З урахуванням побажань і можливостей бюджету замовника буде складено індивідуальне меню, розроблено оригінальний сценарій свята, оформлено інтер'єр приміщення тощо;
- деякі види кейтерингу обходяться куди дешевше, ніж ресторан заощаджуючи робочий час під час офісного харчування.

**Реінжиніринг бізнес-процесів** як сучасний інструмент успішного розвитку ресторанного господарства, який базується на новому підході до ведення бізнес-процесів, дає змогу вітчизняним підприємствам активно розвиватися і бути конкурентоспроможними як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринку. У зв'язку з цим виникла необхідність у впровадженні у ресторанний бізнес інноваційних заходів та інформаційних технологій.

Сучасні інформаційні технології здатні суттєво змінити діяльність ресторанних закладів у відповідності до вимог ринку і очікування споживачів ресторанної продукції. Побудова функціональної моделі AS-IS дозволяє визначити, які процеси здійснюються на підприємствах ресторанного бізнесу, які інформаційні засоби використовуються, а також відображає взаємозв'язок етапів діяльності в ресторані між собою і вплив кожного етапу на кінцевий результат.

Також можливо впровадити такі інноваційні тренди, як **«креатив-напрямок» чи авторська кухня, мерчандайзинг** тощо, що дозволить ресторану ефективно реалізовувати послуги та бути конкурентоздатними у жорстких ринкових умовах господарювання.

Стосовно ресторану «ПРАГА» у м. Київ щодо впровадження сучасних технологій обслуговування та надання потенційним клієнтам дізнатися все про ресторан через Інтернет задля збільшення конкурентоспроможності є



необхідність розробити сайт або додаток. Це полегшить замовникам швидше дізнатися про ресторан. Зробити додаток дуже простим, щоб клієнти також і страшного віку змогли користуватися ним.

Також переглянути «Меню» та приходячи до ресторану знати, що замовити.

Доречним буде і вкладка «ТАКСІ» у додатку. Це є швидким способом для того, щоб дістатися до ресторану або навпаки з нього.

Вкладка «Відгуки» – ця функція є корисною, щоб дійсно дізнатися правдиві враження від клієнтів. Це є для ресторану хорошою можливістю, яка дасть можливість проаналізувати задоволеність споживачів та розглянути пропозиції або негативні відгуки для коригування, покращення якості обслуговування та діяльності ресторану.

Вкладка «Вільні місця» – дасть можливість замовнику побачити завантаження залу і наявність вільних місць в реальному часі.

Вкладка «Банкет» – відобразить можливість декількох варіантів запропонованими організатором або перейти до особистих повідомлень з ним для коригування.

Вкладка «Новини» це сповіщення від додатку, клієнти будуть бачити всі новинки та пропозиції ресторану.

Вкладка «Цікаві пропозиції». Наприклад впровадження та презентація нових страв, «Знижка дня», «мінус 20 % на День закоханих», а також можливі проведення розважальних та інтелектуальних розваг.

На теперішній час, в умовах воєнного часу, є доречним послуга «Замовлення на вивіз» або доставка, бо це є економія часу, електроенергії, можливість скоригувати день, час, а це на даний момент важливий фактор.

Вкладка «Історія ресторану» – для тих, кого цікавить заснування, розвиток та зміни ресторану «ПРАГА». Для відвідувачів ресторану також буде цікавий розділ із фотографіями.

Ресторан «ПРАГА» знаходиться на ВДНГ, де зазвичай багато людей і звичайно офісні будівлі, тому ввести в меню **Бізнес-ланч** буде хорошою ідеєю.

Бізнес - ланч – діловий обід у ресторані, який передбачає швидке обслуговування споживачів з 12:00 – 15:00 за нижчими цінами. Бізнес-ланч проводиться щодня, крім суботи та неділі.

Зокрема, для збільшення відвідувачів є послуга Happy hour (щаслива година) – цей вид обслуговування організовується в ресторані «ПРАГА» по понеділках з 15:00 до 16:00 з картою «постійний клієнт» зі знижкою на гарячі страви – 15 %. Це перевірений і добре зарекомендований маркетинговий хід. Ця послуга зможе дати: збільшити продажі їжі та напоїв в період спаду відвідувань, заохотити гостей приходити до ресторану «ПРАГА» частіше, широко представити меню, залучати відвідувачів, які не були у ресторані «ПРАГА».

Підвищення культури обслуговування споживачів є перспективним завданням власників закладів ресторанного господарства, яке потребує особливої уваги та швидкого вирішення. Тому кожен ресторатор, аби залучити якнайбільше відвідувачів, намагається підвищити рівень якості обслуговування. Для цього особливе значення приділяється інноваціям, які привертають до себе увагу клієнтів за рахунок неординарності пропозицій та загалом підвищують імідж ресторану.



## ВИСНОВКИ

1. Рівень послуг, який надається рестораном - це його імідж, гарантія конкурентоспроможності та популярності. Приємне враження справляє такий ресторан, де обслуговування ненав'язливе, але при цьому побажання гостя виконуються. Все робиться ніби само собою: всюди чистота, красиво, персонал надмірно не нав'язує свої послуги. Ресторанний бізнес виробляє продукт, який на відміну від товару промислової сфери, споживачам важче оцінити за критерієм якості до того, як буде здійснене замовлення.

Для досягнення цілей в області якості керівництво повинне створити структуру системи якості, що забезпечить ефективність управління, оцінку і підвищення якості послуг на всіх етапах їх надання. Варто докладно визначити загальну і конкретну відповідальність і повноваження всього персоналу, діяльність якого впливає на якість послуг. Відповідальність і повноваження повинні відповідати засобам і методам, необхідним для досягнення необхідної якості послуги.

Один із факторів в оцінці діяльності працівників закладу є культура обслуговування, яка підвищує конкурентоспроможність закладу, що є важливим при ринкових відносинах. Споживачі (клієнти) оцінюють якість послуги, порівнюючи очікуваний і отриманий результати. Так, існують критерії сприймання якості послуги: імідж закладу; компетенція персоналу; надійність надання послуг; ввічливість; рівень комунікації тощо.

2. Нові концепції закладів ресторанного господарства створюються з метою максимально повного задоволення потреб певних груп споживачів. В останні роки інновації суттєво змінили індустрію громадського харчування. Тому зараз з метою підтримки високих доходів важливо знати актуальні новинки ресторанного бізнесу. В цілому ресторанний бізнес прямо залежить від рівня витрат своїх клієнтів. Підприємства повинні вміти залучати клієнтів, домагатися їх лояльності і всіляко стимулювати витрати на придбання ними

послуг. В майбутньому ресторанний бізнес все більше буде орієнтуватися на повторне залучення клієнтів, і стимулювати додаткові витрати з їхнього боку, пропонуючи широкий асортимент страв і напоїв і високу культуру обслуговування, яка в умовах високої конкуренції на ринку ресторанних послуг є важливим фактором розвитку ресторанного бізнесу.

3. Досліджуваним ресторанним підприємством обраний ресторан «ПРАГА», що розміщений на вулиці Академіка Глушкова 1, міста Києва.

Ресторан «ПРАГА» за ступенем комфорту, рівнем обслуговування і обсягом надаваних послуг має рівень першого класу, завдяки цьому передбачає гармонійність інтер'єру, вибір послуг, різноманітний асортимент.

Проведений аналіз показників якості послуг ресторану «ПРАГА» - «Євразія», «Хінкалі та вино».

Проведене дослідження ресторану «ПРАГА» та його найближчих конкурентів ресторану «Хінкалі та Вино», ресторану «Євразія» та дана оцінка конкурентного середовища послуг, продукції за 13 показниками. Де найнижча оцінка у ресторані «ПРАГА» стала за показником «Рівень ринкової ціни на страви» - 7.

Також проведений між ресторанами аналіз показників якості послуг: «робота персоналу», «якість страв», «санітарно-гігієнічні вимоги». У ресторані «ПРАГА» найнижчим виявився показник «Якість страв».

Основною причиною незадоволеності споживачів при отриманні послуг у ресторанах є «Неякісне обслуговування» це 50 % клієнтів. Як ми бачимо показник дуже високий.

Було проведення аналізування рівня обслуговування у ресторані «ПРАГА», для чого взято 10 клієнтів та проведено опитування рівня обслуговування за 6 показниками по 5-ти бальній шкалі. За показниками отримали наступні дані: «Рівень цін» – 39 балів, що становить 78 %; «Асортимент справ» - 44 бали (88 %); «Якість продукції» - 44 бали (88 %); «Комфорт зали» – 46 балів (92 %); «Культура обслуговування» – 44 бали (88



); «Санітарно-гігієнічні вимоги» – 43 бали (86 %). Загальна загальний рівень обслуговування становить – 87 %.

Оцінкою результативності процесу управління персоналу є підвищення його кваліфікації. У ресторані підвищили кваліфікацію у 2020 році – 2 працівника, 2021 -3 працівника, 2022 – 2 працівника.

Виходячи з основної мети випускної кваліфікаційної роботи, керівництво ресторану формулює сукупність таких завдань і заходів у сфері якості послуг:

- чітке визначення потреб споживача та необхідних заходів стосовно якості;
- заходи з метою уникнення неспроможності задоволення потреб споживача;
- оптимізація витрат на забезпечення належного рівня надання відповідного класу послуг із погляду якості;
- постійний аналіз вимог до послуг і досягнутого рівня з метою виявлення резервів поліпшення якості послуг;
- попередження негативних впливів на суспільство та навколишнє середовище внаслідок діяльності підприємства.

Для виконання завдань у сфері якості керівництво ресторану створює структуру системи якості, яка задовольняє вимоги на всіх етапах надання послуг; здійснює ефективне управління якістю послуг; оцінює та підвищує її, а також, чітко встановлює загальну та персональну відповідальність усіх працівників, від діяльності яких залежить якість послуг.

4. Обґрунтовано, що постійно виникає необхідність знаходити нові варіанти вдосконалення процесу обслуговування споживачів ресторану для успішного існування на ринку ресторанних послуг та підвищення прибутку. Якість обслуговування та якість надання послуг – є невід’ємними складовими ефективності роботи закладу ресторанного господарства, завдяки яким можливо втримати споживача.

5. Досліджено рівень надання якості послуг, який показав, що їх ефективність залежить від умінь та професіоналізму керівництва ресторану

впливати на працівників, тому як від цього залежить ефективність взаємодії співробітників закладу і споживачів.

Система сервіс менеджменту допоможе ресторанам вибудувати бездоганну систему якості обслуговування, яка складається із:

1. Стандартизація роботи персоналу (детальний опис того, що, як і в будь яких ситуаціях повинен робити персонал ресторану).
2. Навчання кадрів (систематичне проведення тренінгів, семінарів тощо).
3. Контроль роботи співробітників, якість продукції і швидкість обслуговування (оцінка таємного відвідувача у ролі звичайного клієнта).
4. Мотивація персоналу (використання матеріальної і нематеріальної зацікавленості співробітників пов'язуючи ефективність їх роботи з винагородою).
5. Виконання стандартів обслуговування (використання буклетів для інструктування працівників як поводитися з гостями у тій чи іншій ситуації).

Сукупність усіх заходів приведе до зростання відвідування за рахунок підвищення задоволеності споживачів від обслуговування.

6. Запропоновано вдосконалення якості послуг і заходи щодо їх виконання у ресторані «ПРАГА». Основні з них: провести індивідуальний розвиток персоналу; тренінг для менеджерів; розробити буклети для інструктування працівників; перевіряти виконання стандартів; провести анкетування працівників задля раннього попередження небажаних відносин або позицій; за результатами опитувань, анкетувань споживачів, працівників розробити коригувальні та попереджувальні заходи.

7. Національний стандарт ДСТУ ISO 9004:2018 подає настанови організаціям щодо досягнення сталого успіху в складному, вибагливому, постійно мінливому середовищі з посиленням на принципи управління якістю, описані в ДСТУ ISO 9000:2015. Якщо їх застосовують разом, то принципи



управління якістю можуть стати уніфікованою основою для цінностей і стратегії організації.

Зосередження найвищого керівництва на здатності організації задовольняти потреби й очікування споживачів та інших відповідних заінтересованих сторін забезпечує впевненість у досягненні сталого успіху.

Стандарт охоплює планування, упровадження, аналізування, оцінювання та поліпшування результативної та ефективної системи управління. Чинники, які впливають на успіх організації, постійно виникають, еволюціонують, збільшується чи зменшується їх кількість протягом багатьох років, і адаптація до цих змін є важливою для сталого успіху.



## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Міжнародний стандарт ISO 9001:2015 Systèmes de management de la qualité — Exigences.
2. Національний стандарт України ДСТУ ISO 9000:2015 (ISO 9000:2015, ITD) «Системи управління якістю. Основні положення та словник термінів».
3. Національний стандарт України ДСТУ ISO 9001:2015 (ISO 9001:2015, ITD) «Системи управління якістю - Вимоги».
4. Національний стандарт ДСТУ ISO/IEC 17000:2004 (ISO/IEC 17000:2004, ITD) «Словник термінів та загальні принципи».
5. Закон України «Про стандартизацію» від 5 червня 2014 року, № 1315 - VII.
6. Закон України «Про охорону навколишнього природного середовища» від 25 червня 1991 року, N 1264-XII.
7. Закону України «Про якість та безпеку харчових продуктів та продовольчої сировини» від 23 грудня 1997 року, № 771/97-ВР.
8. Закон України «Про пожежну безпеку» від 17 грудня 1993 року № 3747-XII.
9. Закон України «Про забезпечення санітарного та епідемічного благополуччя населення» від 24 лютого 1994 року, № 4004-XII.
10. Закон України «Про захист прав споживачів» від 12 травня 1991 року, № 1024-XII.
11. ДСТУ 3862-99 «Ресторанного господарства Терміни та визначення».
12. ДСТУ 4281:2004 «Заклади ресторанного господарства. Класифікація».
13. ДСТУ 3279-95 «Стандартизація послуг. Основні положення».
14. ГОСТ 30335-95 «Послуги населенню. Терміни та визначення понять» (міждержавний стандарт, визнаний Україною, як національний).
15. ДСТУ ISO 9004:2018 (ISO 9004:2018, IDT) «Управління якістю. Якість організації. Настанови щодо досягнення сталого успіху».
16. Кодекс України про адміністративні правопорушення від 07 грудня 1984 року, № 8073-X
17. Журнал «Економіка та суспільство», випуск № 34/2021. «Управління якістю послуг ресторану через механізми впровадження внутрішніх стандартів



обслуговування; Павлова С.І., Житомирський державний університет імені Івана Франка ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7908-0215>».

18. Данилова О.Ю., Писаревський І.М. Управління якістю продукції та послуг у готельно-ресторанному господарстві. Навчальний посібник. Харків-ХНАМГ-2012, 481с.

19. [www.nauka.com.ua](http://www.nauka.com.ua). Електронний журнал «Ефективна економіка», випуск № 1/2019. «Напрями удосконалення системи ресторанного обслуговування, магістрант «Київський університет культури» (м. Київ, Україна).

20. Мальська М.П., Гаталяк О.М., Ганич Н.М. Ресторанна справа: технологія та організація обслуговування туристів (теорія та практика): підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2013. 304 с.

21. Самодай В.П., Кравченко А.І. Організація ресторанної справи. Начальний посібник, Суми: Вид-во СумДПУ імені А.С.Макаренка,, 2015 – 424 с.

22. Правила роботи закладів (підприємств) ресторанного господарства, затверджені наказом Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України від 24.07.2002 р. № 219.

23. Архіпов В.В. Ресторанна справа: Асортимент, технологія і управління якістю продукції в сучасному ресторані. 2-е видання: Навч. пос. / В.В. Архіпов, Т.В. Іванникова, А.В. Архіпова. – К: Центр учбової літератури; Фірма «Ійкос», 2007. – 382 с.

24. Афанасьєва О.П. Маркетинг у підприємствах ресторанного господарства: навчально-методичний посібник / О.П. Афанасьєва, О.В. Жегус, О.Р. Мороз, Т.М. Парцирна; Харк. держ. ун-т харч. та торг. – Х.: ХДУХТ, 2009. – 163с.

25. Балашова Е. А. Гостиничный бизнес. Как достичь безупречного сервиса. / Е. А. Балашова - М.: ООО «Вершина», 2005. – 176 с.

26. Давидова О.Ю. Управління якістю продукції та послуг у готельно-ресторанному господарстві: посібник / О.Ю. Давидова, І.М. Писаревський, Р.С. Ладиженська. – Х. : ХНАМГ, 2012. – 414 с.

27. Топольник В.Г. Управління якістю продукції ресторанного господарства: Навчальний посібник. / В. Г. Топольник – Донецьк: ДонНУЕТ, 2007. – 174 с.

28. Нечаюк Л.І., Нечаюк Н.О. Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент: Навчальний посібник. - К.: Центр учбової літератури, 2009. - 344 с.
29. Організація обслуговування у закладах ресторанного господарства: Підручник / За ред. Н.О. П'ятницької. - 2-ге вид. перероб. і допов. - К.: Центр учбової літератури, 2011. - 584 с.
30. Сало Я.М. Організація обслуговування населення на підприємствах ресторанного сервісу. Ресторанна справа: Довідник офіціанта. – Львів: Афіша – 2007. – 301с.
31. Ткаченко О.П. Менеджмент підприємств ресторанного господарства: навч. пос. / О.П. Ткаченко, С.С. Ткачова; Харк. держ. університет харчування та торгівлі. – Х.: ХДУХТ, 2009. – 200с.
32. Сайт ресторану «ПРАГА» - <https://praha-restaurant.com/menu>
33. <https://posteat.ua/>
34. <http://www.marketing-ua.com/>
35. <https://cf.ua/catalog>
36. Stein Hague, Mary Ann Lundteigen. / Reliability Prediction Method for Safety Instrumented Systems./ -2017.
37. Oxford Cillege of Marketing. / Using the Ansoff Matrix to develop marketingstrategy./
38. Goran D. Putnil. / Encyclopedia of Networked and Virtual Organizations (3 Volumes). / -2015. /- 2048p.



## Додаток А

Форма анкети задоволеності споживачів / клієнтів

### АНКЕТА ЗАДОВОЛЕНОСТІ СПОЖИВАЧІВ РЕСТОРАНУ «ПРАГА»

*Для покращення якості послуг просимо Вас відповісти на питання зазначені нижче. Ваші відповіді допоможуть нам зробити Ваше перебування у ресторані більш спритнішим та бажання прийти знову. Дайте нам знати, чи задоволені Ви якістю послуг, їжі та обслуговування поставивши відмітки у відповідних комірках.*

**Дата відвідування** \_\_\_\_\_

**Ваш вік**

до 18

18-35

35-50

50 та вище

**Постійний клієнт**

так

ні

**Оцінка якості послуг обслуговування**

відмінно

добре

незадовільно

**Санітарно-гігієнічні вимоги**

відмінно

добре

незадовільно

**Точність замовлення**

відмінно

добре

незадовільно

**Оцініть швидкість обслуговування**

відмінно

добре

незадовільно

**Співвідношення ціни та якості**

відмінно

добре

незадовільно

**Як часто ви відвідуєте наш ресторан?**

щодня

1-2 рази в тиждень

1-2 разів на місяць

рідко

**Ваші відгуки / пропозиції** \_\_\_\_\_

**Дякуємо, за щирі відповіді.**

**До нових зустрічей!!!**