



**ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
**Кафедра готельно-ресторанного бізнесу**

# **ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

на тему:

## **Система якості обслуговування споживачів ресторанних послуг**

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

Кравченко  
Дар'ї  
Олександрівни

Науковий керівник  
д.е.н., проф.

Бойко  
Маргарита  
Григорівна

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 студентові

***КРАВЧЕНКО ДАР'Ї ОЛЕКСАНДРІВНИ****(прізвище, ім'я, по батькові)*

**1. Тема випускної кваліфікаційної роботи:** «Система якості обслуговування споживачів ресторанних послуг ресторану готельного комплексу «Чорний замок», м. Івано-Франківськ

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 системи якості обслуговування споживачів ресторанних послуг.

*Об'єкт дослідження* – процес обслуговування споживачів ресторанних послуг на прикладі діяльності ресторану готельного комплексу «Чорний замок».

*Предмет дослідження* – методичні та практичні підходи до удосконалення системи якості обслуговування споживачів ресторанних послуг.

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

##### **ВСТУП**

**РОЗДІЛ 1.** Діагностика система якості обслуговування споживачів ресторанних послуг ресторану готельного комплексу «Чорний замок», м. Івано-Франківськ

1.1. Аналіз факторів забезпечення якості обслуговування споживачів ресторанних послуг

1.2. Оцінка задоволеності споживачів ресторанних послуг

**РОЗДІЛ 2.** Організаційне забезпечення формування системи якості обслуговування споживачів ресторанних послуг ресторану готельного комплексу «Чорний замок», м. Івано-Франківськ

2.1. Моделювання системи якості обслуговування споживачів ресторанних послуг

2.2. Оцінка результативності системи якості обслуговування споживачів ресторанних послуг

##### **ВИСНОВКИ**

##### **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

##### **ДОДАТКИ**

## 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.	01.09.2022 р.- 29.09. 2022 р.
2	Оформлення і затвердження завдання на випускну кваліфікаційну роботу	01.10.2022 р.- 07.10.2022р.	01.10.2022 р.- 07.10.2022р.
3	Написання 1 розділу випускної кваліфікаційної роботи	08.10.2022 р.- 19.11.2022 р.	08.10.2022 р.- 19.11.2022 р.
4	Попередній захист 1 розділу випускної кваліфікаційної роботи	до 20.11.2022 р.	до 20.11.2022 р.
5	Написання 2 розділу випускної кваліфікаційної роботи	21.11.2022 р.- 09. 01. 2023 р.	21.11.2022 р.- 09. 01. 2023 р.
8	Попередній захист випускної кваліфікаційної роботи у комісіях	10.01.2022 р. - 12.01.2023 р.	10.01.2022 р. - 12.01.2023 р.
9	Подання випускної кваліфікаційної роботи на кафедрі	13.01.2023 р.- 17.01.2023 р.	13.01.2023 р.- 17.01.2023 р.
10	Подання випускної кваліфікаційної роботи до деканату для отримання направлення на зовнішнє рецензування	18.01.2023 р	18.01.2023 р
11	Підготовка матеріалів випускної кваліфікаційної роботи до захисту в екзаменаційній комісії	19.01.2023 р. 26.01.2023 р	19.01.2023 р. 26.01.2023 р
12	Захист випускної кваліфікаційної роботи в екзаменаційній комісії	Відповідно до розкладу	Відповідно до розкладу

6. Дата видачі завдання «1» жовтня 2022 р.

7. Керівник випускної кваліфікаційної роботи, д.е.н., проф.

\_\_\_\_\_ (підпис)

**М.Г. Бойко**  
(ініціали, прізвище)

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

\_\_\_\_\_ (підпис)

**А.М. Расулова**  
(ініціали, прізвище)

9. Завдання прийняв до виконання студент-дипломник

\_\_\_\_\_ (підпис)

**Д.О.Кравченко**  
(ініціали, прізвище)

## 10. Відгук керівника випускної кваліфікаційної роботи

*Випускна кваліфікаційна робота виконана у встановлені терміни, відповідно до вимог, у встановлені терміни.*

*У першому розділі проаналізовано результати господарської діяльності та визначено особливості функціонування підприємства за темою диплому.*

*Другий розділ присвячено обґрунтованим пропозиціям, які дозволять підприємству досягти мети діяльності та забезпечити покращення обслуговування споживачів.*

*ВКР рекомендована до захисту в ЕК*

Керівник випускної  
кваліфікаційної роботи

\_\_\_\_\_ (підпис, дата)

**М.Г. Бойко**

## 11. Висновок про випускну кваліфікаційну роботу

Випускна кваліфікаційна робота студента Кравченко Дар'ї Олександрівни  
(прізвище, ініціали)  
може бути допущена до захисту в екзаменаційній комісії.

Гарант освітньої  
програми

\_\_\_\_\_ (підпис)

**А.М. Расулова**

(ініціали, прізвище)

Завідувач кафедри

\_\_\_\_\_ (підпис)

**М.Г. Бойко**

(ініціали, прізвище)

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2023 р.

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1. ДІАГНОСТИКА СИСТЕМА ЯКОСТІ ОБСЛУГОВУВАННЯ СПОЖИВАЧІВ РЕСТОРАННИХ ПОСЛУГ РЕСТОРАНУ ГОТЕЛЬНОГО КОМПЛЕКСУ «ЧОРНИЙ ЗАМОК» М. ІВАНО-ФРАНКІВСЬК.....	9
1.1. Аналіз факторів забезпечення якості обслуговування споживачів ресторанних послуг.....	9
1.2. Оцінка задоволеності споживачів ресторанних послуг.....	20
РОЗДІЛ 2. ОРГАНІЗАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ЯКОСТІ ОБСЛУГОВУВАННЯ СПОЖИВАЧІВ РЕСТОРАННИХ ПОСЛУГ РЕСТОРАНУ ГОТЕЛЬНОГО КОМПЛЕКСУ «ЧОРНИЙ ЗАМОК» М. ІВАНО-ФРАНКІВСЬК.....	32
2.1. Моделювання системи якості обслуговування споживачів ресторанних послуг.....	32
2.2. Оцінка результативності системи якості обслуговування споживачів ресторанних послуг.....	35
ВИСНОВКИ.....	42
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	44
ДОДАТКИ.....	48

## ВСТУП

**Актуальність дослідження.** В умовах сучасності ресторанна індустрія набирає обертів. Щоб вижити на ринку та зберегти існуючі позиції, необхідно шукати нові шляхи покращення якості надання послуг закладами ресторанного господарства. Постійно потрібно знаходити нові шляхи вдосконалення процесу обслуговування клієнтів для того, щоб ресторани успішно існували на ринку ресторанних послуг та збільшували прибуток. Якість обслуговування є невід'ємною частиною ефективності роботи ресторану, завдяки чому вдається утримати споживача. Для цього необхідно вдосконалити роботу закладу ресторанного господарства за такими показниками:

- вдосконалення виробничої системи;
- покращення системи обслуговування;
- вдосконалення системи якості;
- впровадження нових технологій управління;
- підвищення конкурентоспроможності закладу.

Дані показники забезпечать закладу ресторанного господарства стабільність в умовах ринкової економіки, підвищиться соціально-економічний показник та забезпечують високий рівень якості обслуговування споживачів в загальному.

«Сервіс найвищого рівня» став дуже актуальним і важливим елементом ефективного функціонування ресторанів.

Особливості та проблематику систему якості обслуговування споживачів ресторанних послуг вивчали та досліджували такі провідні науковці та дослідники, серед яких Л. Г. Лук'янова, А. С. Маковей, Л. І. Нечаюк, Т. Г. Сокол, В. К. Федорченко, А. Д. Чудновський та багато інших.



Не дивлячись на численні праці, питання системи якості обслуговування споживачів ресторанних послуг залишається актуальним і на сьогоднішній день.

**Метою даної роботи** є теоретичне визначення та практичне дослідження системи якості обслуговування споживачів ресторанних послуг на прикладі ресторану готельного комплексу «Чорний замок» м. Івано-Франківськ.

**Завдання дослідження:**

1. Проаналізувати фактори забезпечення якості обслуговування споживачів ресторанних послуг.
2. Визначити оцінку задоволеності споживачів ресторанних послуг.
3. Дослідити моделювання системи якості обслуговування споживачів ресторанних послуг.
4. Встановити оцінку результативності системи якості обслуговування споживачів ресторанних послуг.

**Об'єкт дослідження даної роботи** є досліджуваний заклад ресторан готельного комплексу «Чорний замок» м. Івано-Франківськ.

**Предмет дослідження даної роботи** – особливості визначення якості обслуговування споживачів ресторану готельного комплексу «Чорний замок» м. Івано-Франківськ.

**Методи дослідження** які використані у роботі: методи аналізу, синтезу, індукції і дедукції, порівняльний метод та узагальнення.

**Структура кваліфікаційної роботи** містить у собі вступну частину, основні два розділи та підрозділи до них, висновки, список використаних джерел та додатки.

## РОЗДІЛ 1.

# ДІАГНОСТИКА СИСТЕМА ЯКОСТІ ОБСЛУГОВУВАННЯ СПОЖИВАЧІВ РЕСТОРАННИХ ПОСЛУГ РЕСТОРАНУ ГОТЕЛЬНОГО КОМПЛЕКСУ «ЧОРНИЙ ЗАМОК» М. ІВАНО- ФРАНКІВСЬК

### 1.1. Аналіз факторів забезпечення якості обслуговування споживачів ресторанних послуг

Індустрія гостинності є сферою підприємництва, що складається з таких видів обслуговування, які спираються на принципи гостинності. Вагоме місце в індустрії посідає ресторанний бізнес, широкий та різноманітний характер якого охоплює й елементи, пов'язаних з ним секторів індустрії, наприклад харчування, відпочинок та інше. Відповідно ресторанний бізнес демонструє більш широку та різноманітну організаційну структуру, ніж інші сектори індустрії.

«Сфера ресторанного господарства – це сфера надання послуг. Послуга харчування - є результатом економічної діяльності ресторанного підприємства, спрямована на задоволення найрізноманітніших біогенних і культурологічних запитів гостей» [1].

Обслуговуванням відвідувачів в закладах ресторанного господарства зайняті метрдотелі, бармени, буфетники, офіціанти, адміністратори залу, кухарі – роздавальники, касири. Їхня діяльність повинна бути спрямована на більш повне задоволення попиту гостей на кулінарну продукцію і послуги закладу харчування.

Варто встановити, що до числа основних чинників, що визначають культуру обслуговування в ресторанному господарстві, відносяться: наявність сучасної матеріально-технічної бази, різноманітний асортимент продукції що випускається, упровадження прогресивних форм і методів обслуговування, надання додаткових послуг відвідувачам, наукова організація праці у всіх

ланках обслуговування, вивчення попиту на продукцію і послуги масового харчування, рівень рекламно-інформаційної роботи, рівень кваліфікації обслуговуючого персоналу.

Висока культура обслуговування вимагає від робітників ресторанного господарства глибоких фахових знань й ініціативи, що може бути досягнуто продуманою організацією системи підготовки і підвищення кваліфікації кадрів.

Культура обслуговування повністю залежить від персоналу. Культура обслуговування – широке поняття. Основою її є по – справжньому глибока всебічна турбота про споживача.

В найзагальнішому вигляді вимоги споживача зводяться до того, щоб з найменшими затратами часу і найбільшими зручностями його обслужили.

Основне завдання ресторанного господарства визначається концепцією технології гостинності, визначальною ознакою якої є задоволення найвимогливіших потреб споживача. Якщо гостям не подобається відвідувати ресторан, то все інше не має значення.

«Виконавцем в сфері надання послуг ресторанного господарства є організація незалежно від організаційно-правової форми, а також індивідуальний підприємець, які надають послуги харчування. Виконавець зобов'язаний дотримуватись установлених в державних стандартах, санітарних, протипожежних правилах, технічних документах, інших правилах і нормативних документах обов'язкових вимог до якості послуг, їх безпеки для життя, здоров'я людей, оточуючого середовища і майна. Виконавець самостійно визначає перелік послуг в сфері ресторанного господарства. Він повинен мати асортиментний перелік кулінарної продукції, що буде виготовлятися відповідно вимогам нормативних документів» [2].

«За Правилами роботи закладів (підприємств) ресторанного господарства суб'єкти господарської діяльності в сфері ресторанного господарства після їх державної реєстрації в установленому законодавством порядку» [3].

Роздрібна торгівля алкогольними напоями та тютюновими виробами здійснюється суб'єктами господарювання з відповідними ліцензіями.

Згідно ДСТУ 3862-99 «Ресторанного господарства Терміни та визначення» ресторан - це організаційно-структурна статистична організація, яка виробляє, веде переговори та кулінарні вироби, булочки, борошняні кондитерські вироби та товари загального користування [4].

Вибір типу закладу ресторанного бізнесу та класу ресторану чи бару здійснюється суб'єктом господарювання самостійно з урахуванням вимог законодавства України.

Національним стандартом ДСТУ4281-2004 «Заклади ресторанного господарства. Класифікація» встановлена класифікація закладів ресторанного господарства, загальні вимоги до підприємств різних типів та класів.

Класифікація ресторанів проводиться за такими ознаками:

- за типом, класом закладу;
- за місцем розташування;
- за видами економічної діяльності [5].

«Тип закладу ресторанного господарства – сукупність загальних характерних ознак виробничо-торгівельної діяльності закладу ресторанного господарства» [5].

Для визначення типу підприємства враховуються наступні фактори.

«Клас закладу - сукупність відмінних ознак закладу ресторанного господарства певного типу, що характеризує рівень вимог до продукції власного виробництва і закупівельних товарів, умов їх споживання, організування обслуговування та дозвілля споживачів» [5]. «Ресторани за рівнем обслуговування та номенклатурою послуг, що надаються, підрозділяються на три класи» [5].

Тип ресторанного бізнесу характеризується особливостями обслуговування, асортиментом кулінарних товарів, що продаються, і спектром послуг, що надаються споживачам.

Відкриття закладу громадського харчування (підприємства) погоджується з органами місцевого самоврядування та установами державної санітарно-епідеміологічної служби у встановленому законодавством порядку.

«Вимоги до ресторанів визначаються відповідно до таких основних характеристик:

- розташування закладу та стан прилеглої території;
- тип та спеціальні будівлі;
- комфорт, зовнішній та внутрішній дизайн приміщення;
- рівень оснащення закладів, меблів, посуду, столових приладів;
- процес обслуговування;
- асортимент продукції та вимоги до оформлення меню, прайс-листа та винної карти;
- освітньо-кваліфікаційний рівень персоналу;
- номенклатура додаткових послуг» [11].

«У всіх закладах ресторанного господарства має бути передбачено відповідність вимогам щодо безпеки життя і здоров'я, споживачів згідно з ГОСТ 12.1.004, ГОСТ 12.1.005, ГОСТ 12.1.010 та ГОСТ 12.1.019.

У всіх закладах ресторанного господарства має бути передбачено надання змоги інвалідам пересуватися у візках.

Відповідно до типу в закладах ресторанного господарства має бути передбачено наявність необхідного устаткування для готування і продажу їжі згідно з Рекомендованими нормами.

Професійно-кваліфікаційний склад працівників виробництва і обслуговуваного персоналу має забезпечувати виконання вимог згідно з Довідником. Інформацію про тип і клас закладу, належність, режим його роботи треба розміщувати на фасаді приміщення» [9].

«Ресторани надають споживачам широкий спектр послуг, які поділяються на такі:

- послуги харчування;
- послуги з виготовлення кулінарних виробів та кондитерських виробів;

- послуги з продажу продукції;
- послуги з організації обслуговування споживачів (продаж та організація його споживання);
- послуги дозвілля;
- інформаційно-консультаційні послуги;
- інші послуги» [11].

Послуги з виготовлення кулінарних виробів та кондитерських виробів у ресторанах:

- виробництво кулінарних виробів та кондитерських виробів на замовлення споживачів, у тому числі в комплексному виконанні та з додатковою реєстрацією;
- виробництво посуду із сировини замовника;
- послуги кухаря, кондитера з виготовлення страв, кулінарних та кондитерських виробів вдома.

Послуги з продажу товарів:

- продаж кулінарних та кондитерських виробів за межами ресторану;
- проведення обідів вдома;
- комплектування наборів кулінарних виробів у дорозі, включаючи туристів для самостійного приготування їжі;
- продаж кулінарних виробів та кондитерських виробів через мережу збуту та роздрібної торгівлі.

Обслуговування клієнтів:

- організація свят, сімейних вечерь, ритуальних заходів;
- організація обслуговування учасників конференцій, семінарів, нарад, культурних заходів тощо;
- послуги офіціанта (бармена) на дому;
- доставка кулінарних виробів та кондитерських виробів на замовлення споживачів, у тому числі при банкетному оформленні;
- доставка кулінарних виробів та кондитерських виробів на замовлення та обслуговування покупців у пасажирському транспорті;

- доставка кулінарних виробів, кондитерських виробів та обслуговування споживачів на роботу та вдома;
- доставка кулінарних виробів, кондитерських виробів та обслуговування в готельні номери;
- бронювання місць у залі ресторану.

Послуги дозвілля:

- організація музичних служб;
- організація концертів, перегляд естрадних шоу та відеопрограм;
- забезпечення газетами, журналами, настільними іграми, ігровими автоматами, більярдом тощо.

Інформаційно-консультаційні послуги:

- консультація фахівців з виготовлення, дизайну кулінарних виробів, кондитерських виробів та сервірування столу;
- консультація з дієтологом щодо вживання дієтичних продуктів при різних захворюваннях (в дієтичних їдальнях);
- організація тренінгу кулінарних навичок.

Інші послуги включають:

- оренда посуду, наборів, інвентарю;
- упаковка посуду та продуктів після обслуговування споживачів;
- облаштування зони для паління; оплата кредитними картками;
- знижки;
- гарантування безпеки особистих речей та цінностей споживача;
- викликати таксі на замовлення;
- стоянка особистого транспорту споживачів на організованій стоянці тощо» [16, с.97].

У процесі обслуговування ресторани надають споживачам цілий ряд послуг, перелік яких залежить від типу та класу закладу. Послуги повинні мати соціальну спрямованість, тобто відповідати вимогам певного контингенту споживачів. Також слід враховувати вимоги ергономіки, тобто відповідність умов обслуговування гігієнічним, антропометричним та фізіологічним

вимогам споживання. Дотримання ергономічних вимог підвищує комфорт обслуговування, зміцнює здоров'я та ефективність споживача.

Не менш важливою є естетика послуг, яка забезпечується гармонією архітектурної, планувальної та кольорової гами приміщень, а також умовами обслуговування, включаючи зовнішній вигляд персоналу, сервірування столу, дизайн та обслуговування.

«Поінформованість передбачає повне, надійне та своєчасне інформування споживача про послуги, включаючи харчову та енергетичну цінність кулінарних виробів, що допомагає йому з урахуванням віку та стану здоров'я вибрати правильне меню» [9].

Варто зазначити, що послуги ресторанів та умови їх надання повинні бути безпечними для життя та здоров'я споживачів, забезпечувати збереження їх власності та охорону навколишнього середовища. Умови обслуговування повинні відповідати вимогам чинного законодавства щодо рівнів шуму, освітлення, мікроклімату, архітектурного планування та дизайнерських рішень, безпеки.

Екологічна безпека залежить від стану навколишнього середовища та території, технічного стану, вентиляції, водопостачання, водовідведення тощо, а також дотримання державних стандартів охорони праці.

Виробничий та обслуговуючий персонал повинен мати відповідну спеціальну підготовку щодо дотримання санітарних вимог та правил особистої гігієни при виробництві, зберіганні, реалізації та організації споживання кулінарних виробів.

Відповідно до умов сучасної міжнародної практики встановлено, що наразі існує два найпопулярніші підходи до визначення якості послуги в загальному.

Перший полягає у визначенні якості послуги на основі оцінки корисних властивостей та характеристик процесу надання послуги: засіб вимірювання якості - інформація про точне уявлення про особливості та властивості послуг, що надаються, що викликають задоволення споживачів.



Що стосується іншого підходу до визначення якості обслуговування, то це оцінка недоліків у процесі обслуговування споживачів. Відсутність недоліків є основним способом досягнення високого рівня якості. Незалежно від зусиль установи, навіть у найкраще спроектованому та організованому закладі готельного та ресторанного господарства може бути клієнт, який не задоволений його послугами, тому провідною ідеєю управління якістю є орієнтація на клієнта, повне забезпечення його вимоги.

«Якість послуг - це відповідність наданих послуг очікуваним або встановленим стандартам» [10, с.88]. Таким чином, стандарти, їх реальна форма та зміст є критеріями якості обслуговування в готелі.

Критерії оцінки якості послуги, що надається споживачеві - це ступінь його задоволення, тобто відповідність між тим, що отримано, і тим, що очікується. Критерієм ступеня задоволеності споживачів є бажання повернутися ще раз і порадити зробити це своїм друзям та знайомим [6].

«Якість готельних та ресторанних послуг слід розглядати як єдність трьох складових.

1. Базова якість - це сукупність тих властивостей послуги, наявність яких споживач вважає обов'язковою.
2. Необхідна (очікувана) якість - це сукупність технічних та функціональних характеристик послуги. Вони показують, наскільки послуга відповідає запланованому виробником.
3. Бажана якість представляє для споживача несподівані цінності пропонованої йому послуги, про існування якої він міг лише мріяти, не припускаючи можливості їх здійснення» [19].

Помилкова думка, що готельні та ресторанні послуги відповідають потребам нижчого рівня піраміди потреб Маслоу - потребам сну та голоду, а саме фізіологічним потребам, які доповнюються лише потребою в безпеці клієнта або його власності.

«Однак, оскільки основні потреби задовольняються, готельні та ресторанні послуги задовольняють потреби найвищого рівня, наприклад:

- соціальні потреби - належність до групи людей, які користуються послугами закладів вищого рівня;
- потреба в повазі та визнанні - можливість користуватися перевагами «постійного клієнта»;
- потреби в самореалізації - матеріальна здатність користуватися послугами готельного та ресторанного господарства тощо» [20, с.33].

«Під час роздумів про надання послуг з розміщення та громадського харчування, їх остаточної форми слід пам'ятати про піраміду потреб Маслоу. Це нагадує нам, що споживач може чекати від закладу чогось більшого, не лише для задоволення фізіологічних потреб, а й для надання додаткових послуг вищого рівня» [17].

Формування показників для оцінки якості обслуговування в готелі та ресторані є досить складним процесом, оскільки через свою складність вони не піддаються безпосередньому вимірюванню, а тому підлягають диференціації на більш прості об'єкти.

Найвищого рівня якості обслуговування в ресторані чи готелі можна досягти за допомогою демонстраційного типу процесу, коли споживач спостерігає за прогресом кулінарних операцій, але вони не завжди можуть бути доречними для різних видів бізнесу.

Варто зазначити, що оцінка якості шляхом вибору системи показників або, іншими словами, за їх типом можна розділити на диференційовані, складні та змішані.

Характер аналізу якості повинен керуватися принципом, що думка замовника щодо якості готельних чи ресторанних послуг є основною. Виходячи з цього, основним методом збору даних, необхідних для аналізу якості, повинен бути метод анкетування. «При оцінці управлінського потенціалу доцільно використовувати європейський та американський досвід, здійснивши аналіз таких характеристик:

- вектори особистості (робота, спілкування, самості);
- рівень інтелекту;
- здатність до творчості (творчості);
- рівень агресивності;
- рівень суб'єктивного контролю;
- спілкування;
- самооцінка та рівень домагань;
- тривога і впевненість у собі;
- психологічний статус;
- стиль спілкування та керівництва;
- організаційні навички» [15].

Для реалізації принципів підвищення якості послуг та обслуговування в ресторанах необхідний механізм, який буде системою, що визначає порядок діяльності менеджменту ресторанів, спрямованої на підвищення якості комплексу послуг засобів розміщення (рис. 1.1).

Таким чином, остаточна оцінка якості послуги проводиться в кінці процесу надання і виражається в отриманні індивідуальних вигод. Судження споживачів щодо якості послуг формується на основі суб'єктивного досвіду та спостережень і підтверджується аналізом та оцінкою поведінки безпосередніх партнерів у процесі взаємодії.



Рис. 1.1 Структура механізму підвищення якості послуг та обслуговування ресторанах

## 1.2. Оцінка задоволеності споживачів ресторанних послуг

Вирішенням питань оцінювання якості продукції та послуг займаються спеціалісти з кваліметрії, у доробку яких є важливі напрацювання. Основні методи оцінювання якості продукції затверджені стандартом [32].

Процедура оцінювання якості продукції та послуг передбачає встановлення номенклатури показників, визначення значень цих показників та

порівняння їх із базовими. Іншими словами, оцінка якості продукту (продукції, послуг, процесів) є усвідомленням того, якою мірою ті або інші продукти праці можуть задовольняти певні потреби суспільства.

В Україні оцінювання та контроль якості послуг закладів ресторанного господарства виконують за допомогою вимірювальних (аналітичний: фізико-хімічний, мікробіологічний, медико-біологічний), експертних (органолептичний) та соціологічних методів, затверджених в установленому порядку [33].

Основні методи оцінювання якості продукції – диференційний, комплексний, змішаний, статистичний. Показники якості визначають за допомогою таких методів, як: реєстраційний, розрахунковий, вимірювальний, органолептичний, соціологічний та експертний. Заклади ресторанного господарства, що здійснюють діяльність на території України, перебувають під державним контролем та регулюванням якості продукції та послуг.

Готельно-ресторанний комплекс «Чорний замок» розташований за адресою: Калуське шосе, 7, Івано-Франківськ, Івано-Франківська область, 76000.

До послуг гостей є унікальні номери з супутниковим телебаченням і ресторан інтернаціональної кухні. Поїздка до Івано-Франківська займає всього 5 хвилин.

Всі номери готелю Чорний замок оформлені в історичному стилі і обставлені традиційними дерев'яними меблями. У власній ванній кімнаті з душем надається пухнастий халат. В заклад завжди затишно й ідеально чисто, адже в кожному з номерів щоденно проводиться прибирання.

У ресторані готелю Чорний замок подають страви місцевої та інтернаціональної кухні. Вранці в залі ресторану сервірується фірмовий сніданок – шведський стіл із великою різноманітністю гарячих страв та закусок. Кухарі розробили чудове меню, яке задовольнить побажання кожного з гостей.

Крім того, в готелі працює бізнес-центр. Автомагістраль Н10 знаходиться всього в 5 хвилини їзди від готелю Чорний замок.

Також визначено, що у закладі краще співвідношення ціни і якості в Івано-Франківську. У порівнянні з іншими варіантами в цьому місті, гості отримують більше за ті ж гроші.

Ресторан закладу є унікальним місцем, що славиться своєю неперевершеною кухнею та неймовірною автентичною атмосферою. Страви європейської та авторської кухні є справжнім гастрономічним задоволенням. Адже готують їх професіонали свого діла, що прагнуть іти нога в ногу із сучасними кулінарними тенденціями.

Для прикладу, шеф-кухар неодноразово проходила навчання у Швейцарії та Німеччині.

Заклад цінує потребу гостей як у якісному обслуговуванні. Саме тому у ресторані дарують гарний настрій, пригощають відмінними стравами і створюють незабутню атмосферу.

В меню закладу присутні авторські справи європейської кухні, риба, м'ясо, легкі гарніри та вишукані десерти, що не залишають байдужими гурманів.

Конференц-зал – відмінне місце для проведення різноманітних конференцій, семінарів, презентацій чи тренінгів. Зал вміщає до 45 чоловік. Це ідеальне місце для організації ділового заходу, даний зал задовольнить всі потреби. Конференц-зал надзвичайно затишний та просторий і вміщує навіть велику кількість гостей. Зал облаштований зручними кріслами та столами, за якими буде комфортно працювати протягом тривалого часу. А дбайливий персонал допоможе визначити найбільш комфортний формат заходу і повністю підготує зал до майбутньої події.

В закладі гості святкують визначні події, і завдяки персоналу закладу, замовники можуть ні за що не переживати. Банкетна зала вмістить навіть велику кількість гостей. А на території комплексу можна провести церемонію. гостям, безумовно, буде комфортно та затишно.

У банкетному меню ресторану є страви на будь-який смак: холодні святкові закуски, вишукані смаколики, ситні та красиво оформлені страви з м'яса та риби. На гостей чекає вишукане обслуговування, індивідуальний підхід до кожного клієнта, чудовий настрій та незабутні враження.

Також варто зазначити, що заклад «Чорний замок» має свою легенду походження, відповідно до якої заклад і отримав дану назву (Додаток А).

Система управління персоналом ресторану закладу «Чорний замок» - це цілеспрямована діяльність лінійних та функціональних менеджерів усіх рівнів, а також менеджерів та спеціалістів кадрової служби на основі взаємоузгодженої політики та стратегії роботи з персоналом. (рис. 2).



Рис.1. 2. Послідовність формування системи роботи з персоналом ресторану закладу «Чорний замок»

Офіціант ресторану закладу «Чорний замок» протягом обслуговування банкетів зайнятий безпосередньо обслуговуванням його учасників. Кваліфікована робота, елегантний зовнішній вигляд, доброзичливе, тактовне й уважне ставлення до гостей є обов'язковими умовами культури обслуговування і сприяють створенню гарного настрою учасників банкету. Від

офіціантів вимагається дисципліна, організованість, безумовне виконання всіх розпоряджень і вказівок метрдотеля. Робота офіціантів повинна бути швидкою, але спокійною й упевненою без поспіху.

Варто встановити, що жодне прохання гостей не повинно залишитися без уваги. Офіціант повинен знати, хто з його товаришів працює в попередньому і наступному секторі для своєчасного й організованого входу в зал і виходу з нього: він повинен запам'ятовувати черговість подачі закусок, блюд, напоїв, схему організації обслуговування для індивідуальної роботи і роботи в парі з іншими офіціантом.

Якість обслуговування в ресторані закладу «Чорний замок» багато в чому залежить від правильного розподілу обов'язків між офіціантами і їхньою злагодженою спільною роботою.

Одержавши на роздачі блюда, офіціанти направляються з ними до входу в банкетний зал, де збираються біля столів, кожен по своєму номеру по секторам, що вони обслуговують. За відповідним знаком, офіціанти входять у зал, направляються до своїх секторів і стають обличчям до столу в 2-3 кроках за від гостей, з яких вони повинні почати обслуговування. Блюда тримають на лівій руці на рівні ліктя. За знаком старшого офіціанта (обслуговуючого почесних гостей у центрі столу) вони приступають до подачі блюд, дотримуючи черговості обслуговування.

Під час проголошення тостів обслуговування припиняється. Усі закуски, блюда подаються гостям з лівої сторони. Горілку і воду наливають із правої сторони правою рукою. Подача блюд може вироблятися і з правої сторони, якщо страва була заздалегідь розкладена чи розлита в посуд індивідуального користування. При цьому треба попередити гостя: дозвольте поставити. На кожному блюді обов'язково повинні бути прилади для розкладки. Після подачі блюд, що прийнято їсти руками, не користаючись приладами, гостям подають невеликі чашки з водою і шматочком лимона для ополіскування пальців і серветки. Забирають посуд офіціанти тільки після того, як почесні гості, на честь яких дається банкет, кладуть разом ніж і вилку на тарілку. По



неписаному міжнародному порядку це означає, що дане блюдо вони вже їсти не будуть.

У цьому випадку за знаком метрдотеля офіціанти починають збирання посуду одночасно у всіх секторах. Посуд забирають із правої сторони від гостей правою рукою, а з лівої – лівою рукою. При заміні посуду і приладів офіціант підходить до гостя з чистою тарілкою, бере лівою рукою використану тарілку, а правої ставить чисту і кладе чистий прилад, якщо такі не були розкладені попередньо при сервіровці.

Перед подачею десерту кожен офіціант забирає зі столу непотрібний посуд, прилади, закуски, хліб, спеції. На столі залишають вази з фруктами, воду і фужери. Що стосується банкету з частковим обслуговуванням офіціантами, то ця форма обслуговування характерна для банкетів неофіційного характеру. Звичайно так відзначають знаменні дати, сімейні свята і т.д., вони можуть проходити у вигляді сніданку, обіду, вечери або просто частування.

Підготовка і накриття столів виробляються так само, як і для банкету з повним обслуговуванням, але сервірування може бути простішим.

Стіл сервірують закусочними і піріжковими тарілками, закусочними і їдальніми приладами, фужерами, двома чарками: для вина і горілки. Десертні прилади подають разом з десертом. Холодні закуски рекомендується ставити на стіл не раніше чим за півгодини до початку банкету, щоб вони мали свіжий, привабливий вид. Рибні, овочеві, м'ясні закуски чергують і розставляють на столі в один і два ряди, з огляду на ширину столу.

Кожна страва повинна мати прилади для розкладки. Перед тим як поставити на стіл салатники, тарілки для ікри і т.д., їх дно акуратно протирають ручником, щоб не забруднити скатертину.

Після закусок на стіл ставлять напої; деякі з них можуть бути відкупорені заздалегідь (крім пляшок із кронпробками). Як і закуски, напої розосереджують по всьому столі, щоб кожен гість міг налити собі кожної з них за своїм вибором. Перш ніж поставити пляшки з напоями на стіл, їх ретельно

протирають серветкою (ручником). Пляшки, закриті металевими пробками (пиво, соки, води) відкорковують безпосередньо перед запрошенням гостей до столу. Горлечко пляшок протирають рушником.

Якщо площа столу обмежена, то частина пляшок з напоями можна помістити на підсобні столики і подавати них у міру необхідності, попередньо підготувавши, як зазначено вище. Асортимент напоїв і кількість пляшок повинні бути відомі офіціантові заздалегідь. В останню чергу розкладають на піріжкові тарілки хліб: праворуч чорний - скоринкою назовні, ліворуч білий - скоринкою усередину тарілки. Якщо в меню передбачені тости, розтягаї, кулеб'яки, них розкладають на ті ж тарілки, попередньо зрушивши хліб нагору.

Після закінчення сервіровки до столу підсувають крісла або м'які стільці проти кожного приладу. На підсобні столи (серванти) виставляють запас посуду і приладів. Розміщення гостей за столом відбувається по заздалегідь складеному замовником планові, якщо він цього побажає. План розміщення поміщають на столику перед входом у банкетний зал.

Почесним гостям і гостям похилого віку офіціанти допомагають зайняти свої місця за столом. Як тільки гості сядуть, офіціанти можуть запропонувати їм напої, наливши їх у чарки, а слідом за цим - закуски. Спочатку прийнято пропонувати ікру, малосольну рибу, потім відразу ж свіжі овочі, заливну рибу.

Після подачі рибних закусок обов'язково у ресторані комплексу «Чорний замок» змінюють прилади і закусочні тарілки, збирають їхній і віднести на мийку, замінивши чистими. Перш ніж взяти в гостя використану тарілку, варто запитати його дозволу. Якщо гість поклав вилку і ложку на тарілку паралельно один одному або схрестив них - знак офіціантові забрати тарілку. У цьому випадку дозволу можна не запитувати.

За результатами опрацювання інформації з книг відгуків в ресторані закладу «Чорний замок» визначено, що серед основних причин, які зумовлюють незадоволеність споживачів послуг, є: неякісне обслуговування (50%), повільне обслуговування (15%), недбале ставлення (10%), помилки під

час виконання замовлення (9%), незадовільна якість продукції (8%), очікування вільного місця (6%), обраховування (неправильно визначена вартість замовлення) (2%) (табл. 1.1).

Таблиця 1.1

Результати дослідження вимог до послуг ресторану закладу «Чорний замок»

Вимоги споживачів до послуг (потреби та очікування )	Характеристика потреб та очікувань
Надійність	<ul style="list-style-type: none"> <li>- стабільне виконання операцій незалежно від зміни виконавця та умов</li> <li>- відшкодування збитків у випадку невідповідності вимог</li> </ul>
Доступність	<ul style="list-style-type: none"> <li>- безперешкодне отримання послуг (в обідні перерви, за поганого тран-спортного сполучення)</li> <li>- відсутність додаткових витрат, оплата за вхід у заклад</li> </ul>
Інформаційність	<ul style="list-style-type: none"> <li>- більш повне інформування в меню про інгредієнти страв (зокрема пря-нощів: часник, кріп, базилік)</li> <li>- інформування по телефону, Інтернету</li> </ul>
простеженість дій виконання операцій	<ul style="list-style-type: none"> <li>- можливість спостерігати за виконанням операцій замовлення</li> </ul>
культура обслуговування	<ul style="list-style-type: none"> <li>- привітне ставлення персоналу з обслуговування</li> <li>- компетентна відповідь на питання щодо кулінарної продукції та послуг</li> <li>- швидкість та техніка виконання обслуговування</li> </ul>
якість продукції	<ul style="list-style-type: none"> <li>- естетичний вигляд кулінарних виробів</li> <li>- належність кулінарної продукції до певного типу кухні</li> </ul>

	- інформація про калорійність та енергетичну цінність продукції
номенклатура додаткових послуг	- перелік додаткових послуг (з організації культурної програми – тамада, замовлення артистів, флористика, організація салютів, тощо)

Дослідження методів дає змогу запропонувати можливі заходи підвищення об'єктивності результатів, які необхідно взяти до уваги під час розроблення спеціалізованого методу оцінювання якості послуг ресторану закладу «Чорний замок», а саме:

- враховувати специфіку галузі шляхом чіткого вираження якості конкретної послуги сукупністю показників та критеріїв, характерних для даного виду діяльності;
- приділяти значну увагу вагомості показників якості послуги з погляду споживачів, тобто визначити їх думку шляхом застосування соціологічних методів;
- сьогодні на ринку присутні однотипні послуги, відмінність яких полягає у різниці їх вартості, яка в багатьох випадках під час вибору продукту відіграє не лише вирішальну роль, а й справляє позитивне враження на споживачів. Тому доречно під час оцінювання якості послуг брати до уваги рівень їх вартості;
- як відомо, крім оцінювання якості першою стороною, розрізняють також оцінювання другою стороною (покупцями або споживачами) та третьою стороною (незалежними експертами). Зауважено, що в багатьох випадках результати оцінки за одними і тими ж критеріями якості залежать від виконавця, тобто результати оцінки виробника, споживача та експертів можуть суттєво відрізнятися. Це є підставою для того, щоб об'єднати інтереси трьох сторін у процесі оцінювання, залучивши до участі оцінювання споживачів, незалежних експертів і самих виробників послуг.

– врахувати характерні особливості послуг, які визначають їх відмінність від продукції: а) наявність, окрім самої послуги, певної фази «обслуговування» до і після виконання (надання) послуги; б) доволі висока регіональна та національна залежність уявлень про якість послуг, яка відображається на формуванні вимог та очікувань споживачів до якості послуг; в) необхідність прямого контакту, або невіддільність від джерела або суб'єкта послуги, згідно з чим процес надання й споживання послуг відбувається одночасно. Важливий вплив на формування думки споживача про якість має його взаємодія з виконавцем (реалізатором), при цьому споживач як активний учасник процесу може впливати на кінцевий результат відповідно до своїх побажань та вимог. Звідси випливає ще одна особливість послуг – мінливість; г) на відміну продукції, яку оцінюють у готовому вигляді (вихідний контроль) і тим самим попереджають надходження неякісної продукції до споживача, у сфері послуг це практично неможливо.

Найбільш поширеним методом одержання інформації від споживачів про якість послуг в ресторані закладу «Чорний замок» та інші особливості предметів є соціологічний – опитування, анкетування і тестування. Адекватним у цьому випадку буде анкетування потенційних (споживачі послуг закладу, що проводить оцінювання) споживачів послуг (Додаток В). Це дасть змогу визначити важливість кожного показника для даної групи респондентів [36].

Особливу увагу під час опрацювання анкет необхідно звернути на наявність зауважень та пропозицій щодо діяльності закладу – це найкращі поради та правильні напрями поліпшення задоволеності потенційних гостей закладу, тому необхідно ретельно узагальнити і подати їх зміст у рекомендаційній формі для короткострокового вирішення.

Варто встановити, що з огляду на результати оцінювання якості наданих послуг в ресторані закладу «Чорний замок», завданням подальших досліджень

є поліпшення рівня якості культури обслуговування, що є найбільш впливовим одиничним показником на рівень якості послуг ресторанів.

Позитивне вирішення цього завдання сприятиме розширенню бази лояльних клієнтів та формуванню сприятливого іміджу закладу, що в підсумку підвищить фінансовий показник його діяльності.

Передумовою планування поліпшення якості є мотивація, спричинена досягненням цілей закладу ресторанного господарства, впровадженням нових технологій виробництва продукції та послуг, появою нових потреб споживачів, посиленням державного регулювання нормативних обмежень тощо. Планування якості включає визначення того, які стандарти та базові показники якості застосовні до даного проекту і як домогтися відповідності.

Якщо якість послуг ресторанного господарства розглядати як сукупність властивостей, які дають змогу задовольнити конкретні потреби в певних умовах споживання, то поліпшення якості означає або більш повне задоволення потреб, тобто розширення кола задоволених потреб за одних і тих же (а іноді й більших) витрат, або зниження виробничих та експлуатаційних витрат на задоволення колишніх потреб. У будь-якому випадку це передбачає позитивний економічний ефект.

У процесі планування поліпшення якості мають бути сформовані та враховані базові показники, що виражатимуть об'єктивні особливості послуг і є важливим доповненням регламентованих вимог.

Контроль є невід'ємним складником забезпечення та поліпшення якості, дає змогу підтвердити виконання затверджених планів або встановити необхідні ступені коректування системи [35].

З іншого боку, це й оперативний зворотний зв'язок зі споживачами послуг, що дає змогу контролювати та постійно вдосконалювати весь процес діяльності. Враховуючи особливості діяльності закладів ресторанного господарства різних типів та класів, для виконання необхідних функцій контролю можна застосовувати відповідні види контролю, які можна класифікувати за етапом їх виконання та за напрямом – технічно-

технологічним, санітарно-бактеріологічним, екологічним, безпечності та метрологічним.

Неухильне виконання встановлених вимог та норм щодо ресторанного господарства є умовою здійснення діяльності. Воно має виконуватися в усіх його структурних одиницях. Контроль є необхідним, таким, що дає можливість управляти діяльністю на прийнятних умовах, урахувавши інтереси зацікавлених сторін.

Керівництво ресторану закладу «Чорний замок», виконуючи розподіл обов'язків, переважно визначає відповідальних за певні процеси діяльності і рівень їх виконання, зважаючи на обставини та умови діяльності закладу. Тобто поширені внутрішні форми забезпечення якості послуг із застосуванням доступних способів та методів контролю.

Загальновідомо, що ефективність контролю багато в чому визначається безперервністю, системністю і комплексністю взаємозалежного здійснення технічних, організаційних та економічних заходів, що дає можливість передбачити та своєчасно усунути проблеми.

Таким чином, під час організації внутрішньої системи контролю забезпечення якості важливо пам'ятати, що наявність суб'єктивного фактора є значною, тому необхідно враховувати рівень компетентності (кваліфікацію, досвід) персоналу закладу та його спроможність виконувати передбачені системою завдання, а також:

- забезпечити обізнаність персоналу щодо доцільності контролю та його відповідальності у забезпеченні якості послуг;
- відповідно до посадових інструкцій, дотримуючись рівномірності навантаження, провести розподіл обов'язків, передбачених завданнями системи контролю;
- забезпечити виконавців контролю відповідними нормативними документами, методиками та засобами вимірювання.

## **РОЗДІЛ 2.**

# **ОРГАНІЗАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ЯКОСТІ ОБСЛУГОВУВАННЯ СПОЖИВАЧІВ РЕСТОРАННИХ ПОСЛУГ РЕСТОРАНУ ГОТЕЛЬНОГО КОМПЛЕКСУ «ЧОРНИЙ ЗАМОК» М. ІВАНО-ФРАНКІВСЬК**

### **2.1. Моделювання системи якості обслуговування споживачів ресторанних послуг**

Періодично ресторан закладу «Чорний замок» повинен купувати продукти, які необхідні для обслуговування своїх гостей. Передзакупівельна процедура складається з декількох етапів:

- планування меню;
- розрахунок кількості продуктів, необхідних для приготування страв, передбачених меню;
- визначення рівня наявності запасів;
- визначення необхідності поповнення запасів та уточнення кількості, на яку їх потрібно поповнити;
- вироблення специфікації та оформлення замовлення на закупівлю продуктів.

У питаннях закупівлі відповідальність поділяється між тими, хто оформляє замовлення і хто одержує замовлені продукти. В ресторані закладу «Чорний замок», за це відповідають: шеф-кухар готує замовлення, менеджер робить його офіційним, а відповідальність за отримання товарів комірний поділяє з шеф-кухарем. Продукти зі складу відпускають за офіційною вимогою і тільки під розписку.

Планування, організація та закупівля високоякісних продуктів харчування – дуже відповідальне і не легке заняття. Менеджер кухні разом із шеф-кухарем приймаються за нього, розраховуючи потік клієнтів на найближчі кілька днів.



Візитною карткою ресторану закладу «Чорний замок», називають його меню, тобто перелік закусок, страв, напоїв (з вказаними цінами), які є наявності у продажі під час роботи. Тому, при його складанні, необхідно урізноманітнити використовувану сировину і продукти для виготовлення широкого вибору кулінарних виробів і напоїв із застосуванням різних засобів кулінарної обробки і здійснювати чергування за днями тижня.

В ресторані закладу «Чорний замок», в меню включають різні овочеві, м'ясні, рибні страви, закуски, виготовлені у відварному, смаженому, тушкованому і запеченому вигляді; звертається велика увага на вірне сполучення гарніру з основним продуктом. Обов'язково враховується при складанні меню сезонність і температура повітря.

При складанні меню також враховуються смакова якість їжі та зовнішнє оформлення страви. Страви і закуски, які включені в меню, повинні бути наявності на протязі усього дня роботи ресторану, або на протязі часу, вказаного в меню для сніданку, обіду або вечері.

Ресторан «закладу «Чорний замок» вдень часто відвідують споживачі з дітьми. Тому передбачено дитяче меню.

В ресторані закладу «Чорний замок» складають меню замовлених страв, які включають в себе широкий вибір фірмових страв, закусок, перших і других страв, гарячих та холодних напоїв, мучних та кондитерських виробів. Більшість страв виготовляють за індивідуальними замовленнями відвідувачів.

Меню банкетів відрізняється від інших видів меню тим, що при його складанні активну участь бере замовник. Банкет може бути сніданком, обідом чи вечерею. Художнє оформлення меню ресторану закладу «Чорний замок» ураховує те, що меню – це не просто перелік страв, а свого роду візитна картка, один з засобів реклами.

Оскільки закладу «Чорний замок» – італійський ресторан, в оформленні меню використовується символіка справжньої Італії. Для привернення уваги відвідувачів – до фірмових страв додаються фотографії. В ресторані

практикують різні форми організації банкетів та прийомів і в залежності від цього можуть бути використані різні методи обслуговування.

Розрізняють банкет-прийом з повним обслуговуванням за столом офіціантами та банкет-прийом за столом з частковим обслуговуванням. Підготовча робота до проведення банкету складається з приймання замовлення, підготовки до проведення банкету, обслуговування.

Банкет з повним обслуговуванням офіціантами – це вид банкету, коли всі учасники урочисто сидять за красиво сервірованим столом, на який не ставлять ніяких закусок, страв, напоїв, а їх подання здійснюють офіціанти «в обнесення». Банкет за столом з повним обслуговуванням офіціантами проводять з приводу офіційних візитів посадових осіб, в період проведення міжнародних симпозіумів, конференцій, виставок, дипломатичних прийомів та ін.

Приймаючи від замовників банкету замовлення, насамперед уточнюється наступне: дата і час його проведення; кількість гостей та їх склад (стать, вік, національність, фах); подія, яка відмічається; загальна сума асигнувань; сума на кожну особу; форми оплати; список почесних гостей.

Далі відбувається ознайомлення замовника із залом, де буде відбуватися банкет, узгоджує з ним розставлення столів та план розміщення гостей. Водночас він з'ясовується, з ким йому потрібно буде проводити подальші переговори при обслуговуванні.

У ресторані закладу «Чорний замок» надаються такі послуги ресторанного господарства:

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

Послуга харчування ресторану, яка являє собою послугу з виготовлення, реалізації та організації споживання широкого асортименту страв і виробів складного виготовлення усіх основних груп з різних видів сировини, покупних товарів і вино-горілчаних виробів, що надається кваліфікованим виробничим і обслуговуючим персоналом в умовах підвищеного рівня комфорту та матеріально-технічного оснащення у сполученні з організацією дозвілля.

Особливостями ресторану закладу «Чорний замок» є:

- страви, які подають в мережі ресторанів «Гопачок» бездоганної якості;
- працівники здатні контролювати приготування страв на всіх етапах - від сировини до готової продукції;
- мінімальний час від приготування страви до її отримання;
- «Гопачок» має свій власний торгово-виробничий комплекс;
- пропонує смачні страви за лояльними цінами;
- регулярне оновлення меню;
- сучасні просторі зали створюють комфорт та затишок;
- ресторан має свій унікальний стильний інтер'єр.

## **2.2. Оцінка результативності системи якості обслуговування споживачів ресторанних послуг**

Запровадження принципів системного управління забезпечення якості послуг безпосередньо в закладі залежить насамперед від коректності встановлених вимог до якості продукції та послуг, досконалості технологічних розробок, рівня технічного оснащення, кваліфікації кадрів, ефективності контролю, організації виробничого та обслуговувального процесів.

Безпосередньо важливий ресурс в ресторані закладу «Чорний замок», як і в будь-якому ресторані взагалі – його кадри, оскільки поведінка і робота працівника впливають на якість надання послуг. Адже, які б прекрасні ідеї, новітні технології, найсприятливіші зовнішні умови не існували, без добре

підготовленого персоналу, його високої активності успіху в ресторанній справі домогтися неможливо. Саме люди надають послуги гостям, подають ідеї і дозволяють ресторанові існувати.

Слід зауважити, що з метою стимулювання персоналу, його зростання, встановлення необхідних взаємин в колективі, а також належного виконання роботи керівництво ресторану закладу «Чорний замок» робить такі кроки: підбирає працівників на основі їхньої здатності задовольняти кваліфікаційні вимоги, встановлені для певного виду роботи. Для цього було розроблено наступне.

1. Спеціальний особовий листок обліку кадрів, де вказано чіткі вимоги до кандидатів на вакантні посади;
2. Забезпечує умови роботи, що сприяють найкращому виконанню співробітниками своїх обов'язків, а також спокійні ділові взаємини;
3. Реалізовує можливості кожного співробітника ресторану.

Використовуючи послідовні, творчі методи роботи і можливості щодо більшого залучення до роботи; заохочує зусилля персоналу, спрямовані на підвищення якості, визнаючи заслуги і нагороджуючи за конкретні досягнення.

На сьогодні особливого значення набувають питання практичного застосування сучасних форм управління персоналом ресторану, що дозволить підвищити його соціально – економічну ефективність та удосконалити саму систему управління процесом обслуговування в ресторані «закладу «Чорний замок». Для цього слід більшу увагу приділити мотивації працівників, можливостям їх кар'єрного росту, психологічному клімату в колективі, а також підвищенню кваліфікації персоналу і слідкувати за тим, щоб перед працівниками не ставилися суперечливі завдання і цілі, та звести до мінімуму резерв нереалізованих можливостей, що обумовлений розбіжністю потенційно формованих у процесі навчання здібностей до праці та особливих якостей з можливостями їхнього використання при виконанні конкретних видів робіт.

Провідним способом контролю якості надання послуг у ресторані закладу «Чорний замок» є:

- обзвін клієнтів - проводиться оцінка якості, швидкості обслуговування, інтер'єру і атмосфери шляхом оцінювання клієнтами по телефону;
- анкетування;
- таємний клієнт - проводиться перевірка кваліфікованим працівником якості продукції та дотримання норм обслуговування та стандартів;
- телефон гарячої лінії;
- Інтернет оцінка.

Усі ці методи мають недоліки: деякі методи вимагають багато часу на обробку, оцінка не завжди може бути об'єктивною, і не всі конфлікти можна вирішити по телефону, але, застосовуючи правильну комбінацію цих методів, ви можете отримати відповіді на питання, що виникло про якість.

Навчання персоналу контактної зони вимагає значної уваги. З метою підвищення професійної та особистої самооцінки тих, хто бере участь у службі, необхідно навчити персонал, як ефективніше спілкуватися, приймати замовлення та розвивати в них навички переконання, інформації та впевненості в собі.

Співробітникам та адміністраторам слід сказати, що їм потрібно робити, щоб поліпшити якість послуг та максимізувати задоволення споживачів. Вам слід проводити спеціальні тренінги та моделювати різні ситуації, щоб з'ясувати, як найкраще реагувати в тій чи іншій ситуації. Щоб програма обслуговування гостей не провалилася, необхідно регулярно проводити навчання та перевіряти весь персонал контактної зони. А також заохочуйте та винагороджуйте працівників, які надають бездоганну послугу.

Успіх будь-якої компанії, як механізму, полягає не стільки в можливості передбачити бажання одного окремого гостя на одному зі співробітників, скільки в узгодженості якості, яку забезпечують готелі, із налагодженими бізнес-процесами.

Прості методи організації бізнес-процесів включають поділ процесів, що існують в готелі чи ресторані, що має бути легко зрозумілим для інших працівників; аналіз діяльності, що дозволить виявити типові ланцюжки процесів, що відбуваються на підприємстві; категоризація процесів та опис самих процесів, що включає детальну схему того, як відбувається процес; вдосконалення процесу: описані процеси обробляються на наявність порожніх, критичних та місць бездіяльності. Після того, як ці моменти визначені, процеси вдосконалюються та застосовуються на практиці завдяки внутрішнім стандартам навчання та ефективності [34].

Слід зазначити, що проблема підвищення якості ресторанних послуг характеризується різноманітністю можливих напрямків підвищення якості та досяжних рівнів підвищення якості послуг кожного виду, а також альтернативними виробничими, технічними та організаційно-економічними заходами для досягнення запланований рівень якості. За таких обставин поліпшення якості ресторанних та готельних послуг вимагає значних капіталовкладень з боку підприємств та визначає особливу актуальність точних оцінок економічної ефективності заходів щодо поліпшення якості та вибору найкращої з багатьох альтернатив.

Однак питання методів контролю якості та управління продуктами та послугами у ресторанному бізнесі залишається недостатньо дослідженим. Загалом якість ресторанних послуг формується під впливом важливих факторів.

Ресторани прагнуть використовувати сучасні досягнення науково-технічного прогресу, вивчаючи вимоги внутрішнього та міжнародного ринків, а також потреби різних категорій споживачів. Установи приділяють особливу увагу використанню творчого потенціалу персоналу шляхом навчання, навчання, систематичного навчання, різноманітних мотивацій матеріального та морального характеру [33].

Готель та ресторан зобов'язані забезпечувати чистоту, обслуговування, якісне обслуговування, безпеку та безпеку майна відвідувачів. Якість послуг,

що надаються установою, повинна відповідати нормам підприємства та стандартам, відповідно до вимог замовників, які постійно змінюються. Керівництво закладу повинно постійно різними способами контролювати якість послуг.

Основний спосіб - опитати клієнтів, щоб оцінити якість, швидкість обслуговування, інтер'єр та атмосферу закладу. Під час таємного опитування, проведеного кваліфікованим працівником, перевіряється якість продукції та відповідність стандартам та стандартам обслуговування. Опитування також проводиться через Інтернет та гарячу лінію закладу. Але ці методи мають ряд недоліків.

Для визначення рівня обслуговування в готелі та ресторані витрачається багато часу на обробку даних, оцінка клієнтів може бути суб'єктивною, неможливо вирішити конфлікти по телефону.

Якісне обслуговування - це суть ресторанних послуг та умова його успіху. Важливий асортимент, смак страв, ціни, дизайн, імідж, місце розташування, але вони ніколи не компенсують в очах клієнта неухвалене та недбале ставлення персоналу. З іншого боку, ресторан та готель, які зуміли забезпечити клієнтів чудовим сервісом, отримують найсильніші конкурентні переваги [32].

Оскільки Україна знаходиться на шляху до того, щоб стати туристичною країною, необхідно подолати складний шлях до відповідності європейським стандартам.

Враховуючи те, що наша країна має високий потенціал, необхідно розширити інфраструктуру ресторанів та готелів, створити приміщення для підготовки та перепідготовки персоналу. На першому етапі існує потреба у розробці власної нормативної бази, яка регулювала б якість послуг у готельному та ресторанному бізнесі.

Система управління якістю ресторанних послуг повинна гарантувати клієнтові задоволення його потреб під час обслуговування в готелі та ресторані, на всіх етапах та на всіх рівнях. Тому проблема розвитку та

практичного застосування внутрішніх стандартів підприємств, які визначають загальні складові якості готельних та ресторанних послуг, набуває особливої актуальності.

Ресторан закладу «Чорний замок» належать до закладів ресторанного господарства загальнодоступної мережі. Йому властивими є не тільки загальні функції, характерні для цих закладів - виробництва, реалізації і організації споживання продукції харчування, а й специфічні, а саме:

- поєднання вищезазначених функцій з організацією відпочинку, розваг та дозвілля споживачів;
- надання високоякісних продуктів та послуг за цінами, що відповідають класу ресторанів;
- надання додаткових супутніх послуг: послуги доставки їжі за адресою, послуги вдома, в офісі тощо.

Ресторан закладу «Чорний замок» охоплює набір вимог, які можна згрупувати за такими групами:

- вимоги до розташування та стану прилеглої території, приміщень для споживачів;
- меню та прайс-лист, асортимент кулінарних виробів та товарів, що купуються;
- персонал;
- організація торговельно-виробничих процесів; дотримання умов охорони праці;
- надання послуг та контроль за їх якістю;
- дотримання санітарно-гігієнічного режиму на підприємстві.

Обслуговування в ресторанах є базовим. Вам можуть запропонувати вільний вибір страв, повноцінні діти, святковий сніданок, обід або вечерю. Надаючи цю послугу, більшість ресторанів використовують метод обслуговування офіціантів (повний або частковий).

У «розкішних» ресторанах при подачі страв застосовують спецефекти, розробляється ритуал подачі страв, і вони готуються в присутності



споживачів. У ресторанах швидкого харчування, як правило, використовують метод самообслуговування. Багато з них встановлюють бар в окремому приміщенні, що дозволяє розширити спектр послуг громадського харчування.

Особливе місце в організації дозвілля в ресторані «Гопачок» займає музичне обслуговування. Вистави вокально-інструментальних ансамблів, солістів, естрадних співаків тощо можуть бути організовані в ресторанах «високого» класу та «розкоші». У ресторанах «першого» класу музичні послуги надаються за допомогою музичних автоматів, відео- та аудіоапаратури тощо.

Отже, додаткові послуги, які надає ресторан закладу «Чорний замок», варто поділити на три групи:

- з реалізації та організації споживання продукції та послуг;
- зі створення зручностей для споживачів;
- з організації дозвілля.

До першої групи входить:

- організація обслуговування святкових та ділових зустрічей поза межами ресторану (кейтерингові послуги);
- доставка кулінарної продукції, кондитерських виробів та обслуговування споживачів за замовленням на робочих місцях, удома, в номері готелю, на транспорті тощо;
- послуги офіціанта (бармена) вдома;
- реалізація талонів (абонементів) на обслуговування скомплектованими раціонами;
- пакування виробів, куплених у ресторані.

До другої групи можна віднести:

- бронювання місць у залі ресторану за телефоном;
- гарантоване зберігання особистих речей споживачів (верхнього одягу, сумок тощо);
- виклик таксі на замовлення споживача;
- догляд за дітьми;

- продаж квітів, сувенірів;
- телефонний зв'язок;
- обмін валют;
- прийом для розрахунку кредитних карток тощо.

Третя група включає додаткові послуги з організації дозвілля. Це може бути казино при ресторані, більярдний або боулінг-клуб, дискотека тощо.

Для збільшення місткості ресторану у весняно-літній сезон працює літня (відкрита) зона (літній ресторан). Це може бути не тільки доповненням до стаціонарного ресторану, але і повноцінним виглядом.

Таким чином, завдяки цьому ресторану закладу «Чорний замок» створюються додаткові зручності: можливість посидіти на свіжому повітрі в комфортних умовах з друзями.



## ВИСНОВКИ

У підсумку до даної кваліфікаційної роботи варто встановити наступні висновки.

1. Встановлено, що якість обслуговування споживачів ресторанних послуг є визначальним фактором конкурентоспроможності ресторанного бізнесу. Надання широкого спектру послуг поряд з їх високою якістю може забезпечити високу ефективність роботи підприємства. Тому тема роботи є актуальною та доречною.
2. Визначено, що якість послуги - сукупність характеристик послуги, що визначає її здатність задовольняти встановлені або передбачувані потреби споживача.
3. Відповідно якість обслуговування - це сукупність умов, які забезпечують клієнта максимально комфортними умовами при мінімальних витратах часу при отриманні послуги. Кількісну характеристику властивостей товару, яка є частиною його якості, називають показником якості продукції.
4. Якісне обслуговування в ресторані закладу «Чорний замок» - це суть ресторанних послуг та умова його успіху. Важливий асортимент, смак страв, ціни, дизайн, імідж, розташування, але вони ніколи не компенсують в очах споживача неуважне та недбале ставлення персоналу.
5. Дослідивши вагомі фактори, які впливають на роботу обслуговуючого персоналу ресторану закладу «Чорний замок», можна встановити і те, що вирішальним у роботі з гостем є не лише рівень підготовки та кваліфікації, але і особистісна сутність працівника, відображена у його етичній культурі, вмінні спілкуватися з різними категоріями гостей та прагненні максимально якісно надати послугу.
6. Проаналізовано, що міжнародний практичний досвід засвідчує, що успішну діяльність підприємства забезпечує впровадження системи

управління якістю – 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, яка може функціонувати самостійно або бути складовою частиною СУЯ. Убезпечити харчові продукти можна також спільними зусиллями всіх сторін, що беруть участь у харчовому ланцюзі та виконують вимоги.

Таким чином, проаналізувавши діяльність ресторану закладу «Чорний замок», визначено, що для збільшення ефективності його діяльності в напрямку якості обслуговування, ресторан доцільно буде запропонувати такі напрямки як розширення асортименту продукції в меню закладу, а саме збільшення асортименту гарячих напоїв та поповнення асортименту різноманітними десертами; збільшення додаткових послуг закладу; підвищення культури обслуговування та постійний контроль якості.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Басюк Т.П., Керанчук Т.Л., Економіка готельно-ресторанного бізнесу. Навчальний посібник.-К.:НУХТ, 2018.-360с.
2. Архіпова В.В., Іванникова Т.В., Архіпова А.В. Ресторанна справа: асортимент, технологія і управління якістю продукції в сучасному ресторані. – К.: Центр учбової літератури, 2018. – 286с.
3. Бойко Т.Г. Отримання коефіцієнтів вагомості для кількісної оцінки якості продукції за складовими непевності оцінювання / Т.Г. Бойко, Б.Ю. Гриневич // Вимірювальна техніка і метрологія – 2011. – № 72. – С. 111–116.
4. Бойко Т.Г. Формування теоретичних та нормативно-технічних засад оцінювання якісного рівня продукції: автореф. дис. д-ра техн. наук: Т.Г.Бойко; [Національний університет «Львівська політехніка»]. Львів, 2010. – 34 с.
5. Науменко М.О. Управління якістю обслуговування споживачів в підприємствах ресторанного господарства / М.О.Науменко, О.І. Бляшенко. Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2011. – № 33. – С. 121–213.
6. П'ятницька Г.Т. Менеджмент громадського харчування: [підручн. для вузів] [Текст] / Г.Т. П'ятницька, Н.О. П'ятницька // – К.: КНТЕУ, 2001. – 655 с.
7. Топольник В.Г. Управління якістю продукції ресторанного господарства: навч. посіб. для студ. вищих навч. закл. / В.Г. Топольник ; Донецький національний ун-т економіки і торгівлі ім. Михайла Туган-Барановського. – Донецьк : ДонНУЕТ, 2017. – 174 с.
8. Бичківський Р.В. Метрологія, стандартизація, управління якістю і сертифікація: [підручник] / Бичківський Р.В., Столярчук П.Г., Гамула П.Р.– Львів: Видавництво Національного університету «Львівська політехніка», 2012. – С.188-189.

9. Агєєв Є.Я. Управління якістю: Навчальний посібник. – Львів: Новий світ – 2010. – 240 с.
10. Бичківський Р. Управління якістю: Навч. посібник. – Львів: ДУ «Львівська політехніка», 2020. - 329 с.
11. Давидова О. Ю. Управління якістю продукції та послуг у готельно-ресторанному господарстві: навч. посібник / О. Ю. Давидова, І. М. Писаревський, Р. С. Ладиженська; Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. – Х. : ХНАМГ, 2012. – 414 с.
12. Заплотинський Б.А. Управління якістю : Навчально-методичний посібник. / Б.А. Заплотинський, В.М. Тупкало. – К. : ННІМП ДУТ, 2015. – 168 с.
13. Кучерук Г. Ю. Якість транспортних послуг: управління, розвиток та ефективність: Монографія. – К.: ДЕТУТ, 2019. – 208 с.
14. Салухіна Н. Г., Язвінська О. М. Стандартизація та сертифікація товарів і послуг: Підручник. – К.: Центр учбової літератури, 2020. – 336 с.
15. Салухіна Н. Г. Стандартизація та сертифікація товарів і послуг: підручник / Н. Г. Салухіна, О. М. Язвінська. - К. : Центр учбової літератури, 2017. - 336 с.
16. Кучерук Г. Ю. Якість транспортних послуг: управління, розвиток та ефективність: Монографія. – К.: ДЕТУТ, 2011. – 208 с.
17. Управління якістю продукції та послуг/ Білецький Е. В., Янушкевич Д. А., Шайхлісламов З. Р., Харків. торгов.-економ. інститут КНТЕУ- Х. : ХТЕІ, 2015 – 222 с.
18. Шаповал М.І. Менеджмент якості : підручник / М.І. Шаповал. – К. : Т-во «Знання». 2010. – 471 с.
19. Данилюк Л.П. Сутність управління якості готельних послуг / Л.П. Данилюк // Вісник Вінницького торговельно-економічного інституту КНТЕУ. 2013. №12 - С.78-83.
20. Дубодєлова А.В. Система управління якістю готельних послуг: методологічні аспекти / А.В. Дубодєлова // Проблеми економіки та

- управління. Л.: Вид-во Нац. ун-ту «Львів. Політехніка», 2018. №611. С.130-134.
- 21.Кривощоков В. І. Управління якістю: навч. посібник для студ. вищих навч. закл. / В. І. Кривощоков; Національний гірничий ун-т. – 2-ге вид., переробл. і доп. – Д. : Наука і освіта, 2018. – 309 с.
- 22.П'ятницька Г. Т. Стратегічні альтернативи розвитку ресторанів в умовах конкуренції / Г. Т. П'ятницька, А. М. Коваленко // Торгівля і ринок України: Темат. зб. наук. праць з проблем торгівлі і громад. харчування. Вип. 15. – Донецьк: ДонДУЕТ ім. М. ТуганБарановського, 2018. – Т.1. – С. 258–267.
- 23.Бульдович С. Пропагування якості: практичні заходи її реалізації / С. Бульдович, А. Заклецький, Ю. Марков, В. Хмель // Стандартизація. Сертифікація. Якість. – 2018. – №3. – С. 52-54.
- 24.Організація ресторанної справи : навч. посіб. / В. П. Самодай, А. І. Кравченко. – Суми : СумДПУ імені А. С. Макаренка, 2015. – 424 с.
- 25.Професійна етика та етикет у готельно-ресторанному бізнесі навч. посібник / Л. П. Малюк, Л. М. Варипаєва. – Х. : ХДУХТ, 2016. –146 с.
26. Лук'янов В. О. Організація готельно-ресторанного обслуговування [Текст] : навч. посібник / В. О. Лук'янов, Г. Б. Мунін. – 2-ге вид., переробл. і доповн. – Київ : Кондор, 2015. – 346 с.
- 27.Кравець С. Г. Ключові компетентності у професійному становленні фахівців ресторанного сервісу : навчально-методичний комплекс / С. Г. Кравець. – К. : ЗАТ «НІЧЛАВА», 2013. – 112 с.
- 28.Доцяк В. С. Технологія приготування їжі з основами товарознавства продовольчих товарів / Підручник для проф.-техн. навч. закл. – К. : Наш час, 2014. – 400 с
- 29.Офіційний сайт Державної статистики України. URL: <http://ukrstat.gov.ua/>.
- 30.Мазуркевич І.О. Дослідження ефективності управління закладами готельно-ресторанного бізнесу Вінниччини // Концептуальні засади та

тенденції розвитку соціально-економічних процесів: монографія. Opole: The Academy of Management and Administration in Opole, 2019.

31. Власенко І.В., Рябенка М.О., Лук'янець А.В. Динаміка розвитку закладів готельного господарства та їх вплив на економіку держави // Концептуальні засади та тенденції розвитку соціально-економічних процесів: монографія. Opole: The Academy of Management and Administration in Opole, 2020.
32. Капліна А.С. Методичний підхід до оцінки якості готельних послуг // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. 2016. №2(74). С.70-76.
33. Чердніченко А.О. Якість надання послуг як ключовий фактор привабливості підприємств готельного господарства // Вісник економіки транспорту і промисловості. 2016. №56. С.68-73.
34. Мальська М.П., Пандяк І.Г. Готельний бізнес: теорія і практика. К.: Центр учбової літератури, 2012. 472 с.
35. Andaleeb, S.S., & Conway, C. (2006). Customer satisfaction in the restaurant industry: An examination of the transaction-specific model. *Journal of Services Marketing*, 20(1), 3-11.
36. Gustafsson, I. (2004). Culinary arts and meal science-a new scientific research discipline. *Food Service Technology*, 4, 9-20



## ДОДАТКИ

## Додаток А

## Легенда «Чорного Замка»



Вперше згадка про «Чорний Замок» (Schwarzes Schloss) зустрічається в літописах про м.Станіславів (Stanislawow) в період з 1705 по 1720 рр.

Згідно легенди «Чорний Замок» побудував відомий український дяч Юрій Франц Кульчицький (Jerzy Franciszek Kulczycki) для своєї жінки Марії Мейер (Maria Meyer) у 1687-1689 рр.

Юрій Франц Кульчицький (1640-1694) походив із української шляхетної родини Кульчицьких-Шелестовичів з села Кульчиці-Шляхотські, що біля Королівського Вільного містечка Самбіру (Sambor).

З цього села, крім Юрія Кульчицького, походять три козацькі гетьмани:

- Петро Конашевич-Сагайдачний-гетьман Війська Запорізького у 1616-1622 рр.
- Марко Жмайло-Кульчицький-гетьман Реєстрового Козацтва у 1625 р.
- Павло Бут (Павлюк) гетьман Запорізького Козацтва у 1637-1638 рр.

«Чорний Замок» був побудований на березі широкої і повноводної ріки Вишеньки, яка зараз перетворилася в невеликий струмочок. Навколо «Замку» простягався дрімучий ліс, який був настільки непрохідним, що в народі був названий «Чорний Ліс». В честь цього лісу і отримав свою назву «Чорний Замок».

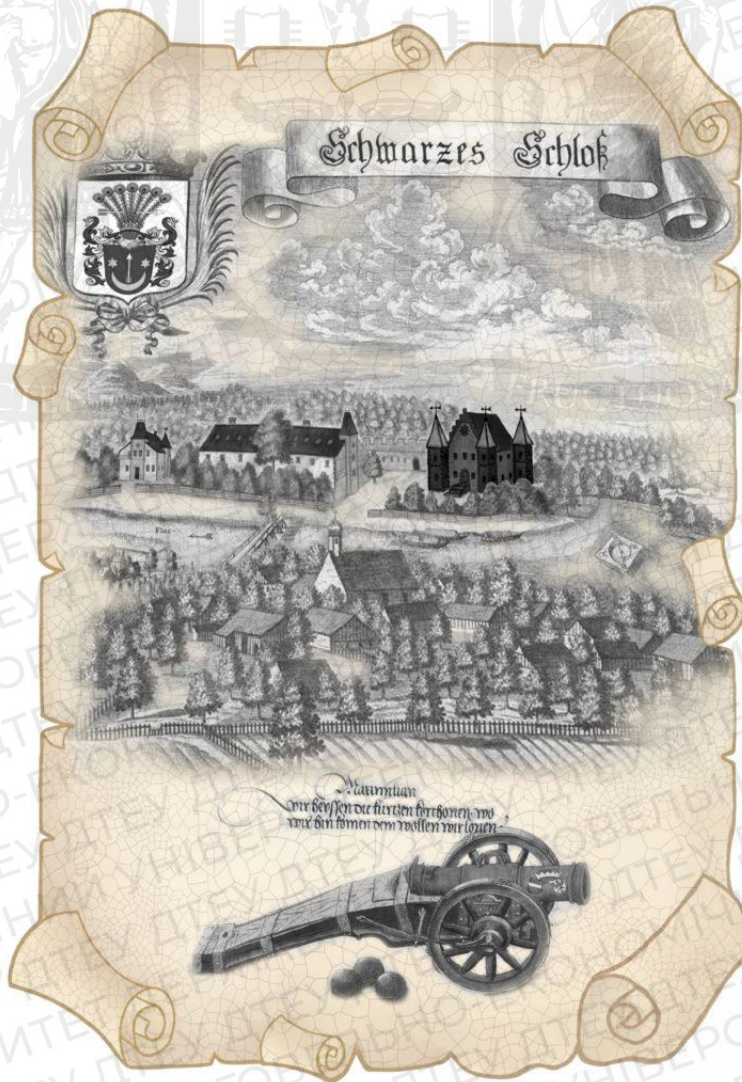
Фортифікація-Замок захищав м.Станіславів від ворогів, нападаючих зі сторони м.Стрий, був з'єднаний з м.Станіславів підземними ходами, навколо стін «Замку» був великий рів з водою.

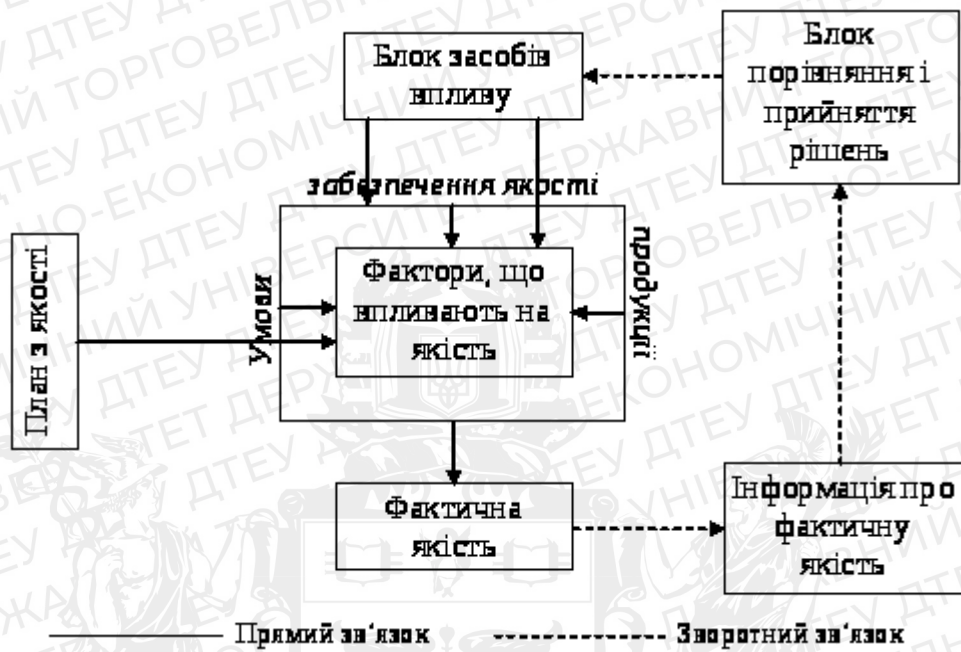
Юрій Франц Кульчицький вважається автором рецепту «Віденської кави». В 1684р.відкрив у м.Відень одну з перших «Віденських кав'ярень».Перші кав'ярні в Україні були відкриті у м.Кам'янець-Подільському,м.Станіславові,м.Львові.

Під час Першої світової війни за м.Станіславів велась жорстока бої. Історична частина міста та «Чорний Замок» були практично повністю зруйновані. В 2003 р. руїни були відреставровані по гравюрам 18 століття.

«Militari Vertutti» (Воєнна Доблесть) і «Honor et Patrie» (Честь і Вітчизна)-це лозунги «Чорного Замку», які написані на стіні кожного номера готелю. Дух «Чорного Замка»-це дух воєнної доблесті та служіння своїй державі.







Управління якістю продукції

## Анкета для експертного оцінювання якості показників

Назва закладу									
№ п/п	Номенклатура показників якості	Бали (результати оцінювання)							ΣСб
1	соціальна адресність								
2	культура обслуговування								
3	якість продукції								
4	комфорт, інтер'єр								
5	надійність та доступність								
6	інформаційність								
7	номенклатура послуг								
Дата проведення оцінювання									
Підписи експертів									

## Основні показники якості

№	Ознака класифікації	Типи показників
1.	Відношення до властивостей продукції	1. Призначення. 2. Надійність. 3. Технологічність. 4. Ергономічність. 5. Стандартизація. 6. Патентно-правові. 7. Економічні.
2.	Кількість відображених властивостей	1. Одиничні. 2. Комплексні.
3.	Метод визначення	1. Інструментальні. 2. Розрахункові. 3. Статистичні. 4. Органолептичні. 5. Експертні. 6. Соціологічні. 7. Комбіновані.
4.	Стадія визначення	1. Проектні. 2. Виробничі. 3. Експлуатаційні. 4. Прогнозовані.
5.	Розмір відображених величин	1. Абсолютні. 2. Приведені.
6.	Значимість під час оцінки якості	1. Основні. 2. Додаткові.

## Класифікація видів та методів оцінки якості

Прямого розрахунку по кінцевому результату (економічному)		Параметричні по комплексу, параметрам та відповідним методам оцінки	
За економічною ефективністю для суб'єкта, який створює якість	За економічною ефективністю для суб'єкта, що споживає якість	Розрахункові	Експертні
Алгоритм	Алгоритм	Оцінка «жорстких параметрів». Можуть бути: - оцінка одиничних параметрів якості; - індексна оцінка; - комплексна оцінка; - оцінка ринків; - оцінка посередників; - оцінка рівня конкуренції; - оціночні числа; - рейтинги	
Визначення корисного ефекту для власника	Визначення корисного ефекту для споживача		
Визначення витрат на створення	Визначення загальних витрат споживача		
З іншого боку			
Методи оцінки якості			
Диференціальні		Комплексні (включаючи диференціальну оцінку як етап)	