

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

# **ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

на тему:

## **Технології сервісної діяльності суб'єкта ресторанного бізнесу**

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

Майстат  
Анни  
Вітіліївни

Науковий керівник  
к.е.н., доц.

Романчук  
Людмила  
Дмитрівна

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»**Освітня** «Готельно-ресторанна справа»**програма****ЗАТВЕРДЖУЮ**

Зав. кафедри

готельно-ресторанного бізнесу

проф. \_\_\_\_\_ М.Г. Бойко

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2022 р.

**ЗАВДАННЯ**

на випускню кваліфікаційну роботу студентці

***МАЙСТАТ АННІ ВІТЛІВНІ****(прізвище, ім'я, по батькові)*

**1. Тема випускної кваліфікаційної роботи:** «Технології сервісної діяльності суб'єкта ресторанного бізнесу»

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 технологій сервісної діяльності суб'єкта ресторанного бізнесу

*Об'єкт дослідження* – процес впровадження технологій сервісної у діяльність ресторану стейк-хауса «GOODMAN», м. Київ.

*Предмет дослідження* – методичні та практичні підходи до технологій сервісної діяльності суб'єкта ресторанного бізнесу



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

##### **ВСТУП**

##### **РОЗДІЛ 1. ДІАГНОСТИКА СЕРВІСНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ РЕСТОРАНУ «СТЕЙК-ХАУС «GOODMAN», М. КИЇВ.**

1.1. Оцінка сервісу ресторану

1.2. Моніторинг факторів впливу на сервісну діяльність ресторану

##### **РОЗДІЛ 2. УДОСКОНАЛЕННЯ ТЕХНОЛОГІЙ СЕРВІСНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ РЕСТОРАНУ СТЕЙК-ХАУСА «GOODMAN», М. КИЇВ.**

2.1. Імплементация інноваційних технологій сервісної діяльності ресторану

2.2. Розробка практичних рекомендацій щодо сервісної діяльності ресторану

##### **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. - 22.01.2023 р.	10.01.2022 р. - 22.01.2023 р.
9	Подання випускної кваліфікаційної роботи на кафедрі	23.01.2023 р.- 27.01.2023 р.	23.01.2023 р.- 27.01.2023 р.
10	Подання випускної кваліфікаційної роботи до деканату для отримання направлення на зовнішнє рецензування	28.01.2023 р	28.01.2023 р
11	Підготовка матеріалів випускної кваліфікаційної роботи до захисту в екзаменаційній комісії	29.01.2023 р. 11.02.2023 р	29.01.2023 р. 11.02.2023 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, к.е.н, доц.

(підпис)

**Л.Д. Романчук**  
(ініціали, прізвище)

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

(підпис)

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

9. Завдання прийняв до виконання студент-дипломник

(підпис)

**А.В. Майстат**  
(ініціали, прізвище)



## 10. Відгук керівника випускної кваліфікаційної роботи

*Студентка Майстат Анна виконала випускну кваліфікаційну роботу на тему: «Технології сервісної у діяльність ресторану стейк-хауса «GOODMAN», м. Київ.» у повному обсязі згідно виданого завдання та затвердженого графіку.*

*У випусковій кваліфікаційній роботі студентом опрацьовано літературні джерела та критично проаналізовані теоретичні та методологічні основи впровадження сервісних технологій на ринку ресторанних послуг.*

*На основі аналізу основних показників господарської діяльності здійснено дослідження методичних та прикладних засад впровадження сервісних технологій у досліджуваного ресторану на ринку ресторанних послуг.*

*За результатом проведеного аналізу обґрунтовані пропозиції по удосконаленню впровадження сервісних технологій у на ринку ресторанних послуг.*

*Випускна кваліфікаційна робота оформлено згідно вимог.*

*Випускна кваліфікаційна робота є кваліфікованою випусковою працею і рекомендується до захисту в ЕК.*

Керівник випускної  
кваліфікаційної роботи

**Л.Д. Романчук**

\_\_\_\_\_  
(підпис, дата)

## 11. Висновок про випускну кваліфікаційну роботу

Випускна кваліфікаційна робота студента

Майстат А.В.

(прізвище, ініціали)

може бути допущена до захисту в екзаменаційній комісії.

Гарант освітньої  
програми

**А.М. Расулова**

\_\_\_\_\_  
(підпис)

(ініціали, прізвище)

Завідувач кафедри

**М.Г. Бойко**

\_\_\_\_\_  
(підпис)

(ініціали, прізвище)

«    » \_\_\_\_\_ 2023 р.

**ЗМІСТ**

<b>ВСТУП</b>	<b>7</b>
<b>РОЗДІЛ 1. ДІАГНОСТИКА СЕРВІСНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ РЕСТОРАНУ СТЕЙК-ХАУС «GOODMAN», М. КИЇВ</b>	<b>10</b>
1.1. Оцінка сервісу ресторану	10
1.2. Моніторинг факторів впливу на сервісну діяльність ресторану	22
<b>РОЗДІЛ 2. УДОСКОНАЛЕННЯ ТЕХНОЛОГІЙ СЕРВІСНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СТЕЙК-ХАУСА «GOODMAN», М. КИЇВ</b>	<b>26</b>
2.1. Імплементация інноваційних технологій сервісної діяльності ресторану	26
2.2. Розробка практичних рекомендацій щодо сервісної діяльності ресторану	32
<b>ВИСНОВКИ</b>	<b>40</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ</b>	<b>43</b>
<b>ДОДАТКИ</b>	<b>47</b>



## ВСТУП

**Актуальність теми.** Ресторанна індустрія дуже змінилася за останнє десятиліття і швидкими темпами, в основному завдяки інноваційним технологіям та зміні уподобань споживачів. Споживачі суб'єктів ресторанного бізнесу змінили те, що, як і де вони споживають їжу. Вони бажають щоб страви готувались швидко, була можливість доставки, виносу. Страви повинні бути екологічними, відповідати всім дієтичним обмеженням, виправдовуючи очікування та смакові уподобання.

Ці зміни у вподобаннях споживачів виникли разом із технологічним бумом останнього десятиліття, протягом якого ресторанна індустрія, де колись домінували ручка та папір - мала зробити все можливе, щоб не відставати від таких змін.

Незважаючи на те, що ресторани все більше впроваджують технології як важливу частину свого бізнесу, все ще є можливості для зростання. Щоб задовольнити постійно змінювані уподобання споживачів, щоб вести ефективніший бізнес – ресторатори продовжують інвестувати в нові технології, щоб бути конкурентоспроможними.

**Рівень дослідженості теми.** Питанням впровадження сервісних технологій у підприємства досліджують відомі українські вчені такі як: Бойко М.Г., Готра В.В., Курило Л.І., Лобас М.Г., Лупенко Ю.А., Малік М.Й., Россоха В.В., Саблук П.Т., Шпикуляк О.Г. та багато інших. Однак, стверджувати про цілковите вирішення питання, навіть за наявності значної кількості наукових розробок, не можна. Це ще раз підкреслює актуальність та важливість теми дослідження.

**Мета роботи** розроблення та обґрунтування методичних та практичних засад впровадження технологій сервісної діяльності суб'єкта ресторанного бізнесу

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити ряд наукових завдань:

- дослідити технологій сервісної діяльності суб'єкта ресторанного бізнесу;
- здійснити моніторинг факторів впливу на сервісну діяльність ресторану;
- імплементувати інноваційні технології у сервісну діяльність ресторану;
- обґрунтувати пропозиції щодо впровадження інноваційних сервісних технологій у ресторані «стейк-хауса «GOODMAN», м. Київ.

**Об'єкт дослідження** – процес впровадження технологій сервісної у діяльність ресторану стейк-хауса «GOODMAN», м. Київ.

**Предмет дослідження** – методичні та практичні підходи до технологій сервісної діяльності суб'єкта ресторанного бізнесу

**Методи дослідження.** У роботі використані такі способи і прийоми наукових досліджень: статистичні спостереження – для встановлення динаміки окремих показників, аналіз і синтез – для структуризації підходів до класифікації, порівнянь, групування, типізації – для порівняльного аналізу, анкетування – з метою дослідження особливостей впровадження сервісних технологій у суб'єктах ресторанного бізнесу, метод експертних оцінок – для оцінювання ефективності впровадження сервісних технологій у, математичні методи. Для виявлення тенденцій розвитку суб'єктів ресторанного бізнесу та систематизації отриманої інформації використані методи комп'ютерної обробки здійснені за допомогою пакетів прикладних програм.

**Інформаційна база.** Основними інформаційними джерелами, що були використані в процесі виконання випускної кваліфікаційної роботи, є матеріали, наведені в вітчизняній та закордонній науковій спеціалізованій літературі, законодавчих та нормативних актах, наукових працях вітчизняних та зарубіжних вчених, статистичні дані Державної служби статистики України, внутрішня звітність стейк-хауса «GOODMAN», м. Київ» та матеріали з соціальних мереж ресторану.

**Практичне значення** одержаних результатів полягає у обґрунтуванні положень, висновків та рекомендацій, що можуть бути методичною основою



для впровадження сервісних технологій у діяльність суб'єктів ресторанного бізнесу.

**Структура роботи.** Випускна кваліфікаційна робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел.



## РОЗДІЛ 1. ДІАГНОСТИКА СЕРВІСНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ РЕСТОРАНУ СТЕЙК-ХАУСА «GOODMAN», М. КИЇВ

### 1.1. Оцінка сервісу ресторану

Стейк-хаус GOODMAN розміщений за адресою: Україна, Київ, вул. Жилинська, 75, БЦ «Євразія».

Стейк-хаус GOODMAN – легендарне місце відомої міжнародної мережі, що об'єднує однойменні м'ясні ресторани Лондона, Цюриха та Києва. Ця справді чоловіча біфатерія стала своєрідною Меккою для любителів і цінителів американських мармурових стейків.

У стейк-хаусі GOODMAN пропонують класичні стейки з мармурового м'яса, популярні в усьому світі: ароматний Нью-Йорк і нежирний Філе Міньйон, соковитий Рібай і вражаючих розмірів XXL стейк Ковбой, а також стейки з елітного мармурового м'яса Кобе.

Працює стейк-хаус GOODMAN з найбільшим у світі імпортером мармурової яловичини із США – країни, яка має унікальний досвід виробництва м'яса. Мармурова яловичина транспортується і зберігається в ідеальних умовах, охолоджена до +1°C. Щоб розкрити смак цього унікального продукту, ми готуємо його в хоспері на вугіллі.

**Місія «GOODMAN»** – розвивати та вдосконалювати мистецтво приготування стейків.

**Ресторан «GOODMAN»** став першим брендом, який всерйоз поставив завдання познайомити людей у нашій країні з культурою стейку, вони стали першою яскравою концепцією з власною філософією.

**Слоган «GOODMAN»** – «Ми робимо з м'яса культ» – якнайкраще відображає філософію бренду та відданість високим стандартам приготування м'яса та обслуговування.

**Унікальність ресторану** – професійність та обізнаність. У «GOODMAN» знають про стейки все: де, як і на якому кормі вирощуються



бички; як зберігається та доставляється м'ясо; де і як воно визріває. Також у «GOODMAN» першими стали використовувати дорогавартісну технологію сухого визрівання м'яса.

У ресторні існує 3 культу табл. 1.1.

Таблиця 1.1.

### Культу ресторну Стейк-хаус GOODMAN, м. Київ

<p><b>КУЛЬТ М'ЯСА.</b> «GOODMAN» вважає, що стейки – це найприємніша залежність, якій потрібно потурати.</p>	<p><b>КУЛЬТ ВИНА.</b> Винна карта «GOODMAN» налічує понад 100 найменувань вин, ретельно зібраних з усього світу досвідченими сомельє.</p>	<p><b>КУЛЬТ ГОСТЯ.</b> У «GOODMAN» твердо переконані, що ресторан – це не тільки те місце, де подають страви та напої. Для «GOODMAN» – це місце, де гість отримує гастрономічні враження, відчуває яскраві емоції та переживання.</p>
		

Якість страв і високий рівень обслуговування в ресторні неодноразово підтвержені різними нагородами в галузі HORECA. Стейк-хаус GOODMAN двічі, у 2014 та 2015 роках, перемагав у номінації «Кращий м'ясний ресторн» національної премії «СІЛЬ».

Також протягом кількох років очолює рейтинг ресторнів у номінаціях «Кращий сервіс» та «Кращий м'ясний ресторн» за Інтернет-каталогом ресторнів «Ласун». А в 2016 і 2017 роках стейк-хаус GOODMAN отримав нагороду в рейтингу «100 найкращих ресторнів України» за версією журналу «Новий час» [15].

Таблиця 1.2.

## Оцінка ресторану стейк-хаус «GOODMAN»,

## м. Київ за відгуками споживачів на сайтах

№	Назва сайта	Рейтинг ресторану	Сервіс	Кухня	Інтер'єр	Атмосфера	Кількість відгуків
1.	Google	4,9	4,9	4,9	4,9	4,9	1049
2.	tripadvisor.ua.	4,5	4,5	4,5	5	4,5	251
3.	Top club <a href="https://topclub.ua/kiev/place-goodman.html">https://topclub.ua/kiev/place-goodman.html</a>	5	5	5	5	5	69
4.	<a href="https://cf.ua/place/stejk-haus-goodman">https://cf.ua/place/stejk-haus-goodman</a>	4,9	4,8	4,9	5	5	46
5.	<a href="https://top20.ua/">https://top20.ua/</a>	4,4	4,5	4,3	4,5	4,3	45
6.	Томато <a href="https://tomato.ua/ua/kiev/restaurants/gudman">https://tomato.ua/ua/kiev/restaurants/gudman</a>	4,9	4,9	4,8	5	4,9	22

Рейтинг ресторану за відгуками споживачів представлено на рис. 1.1.

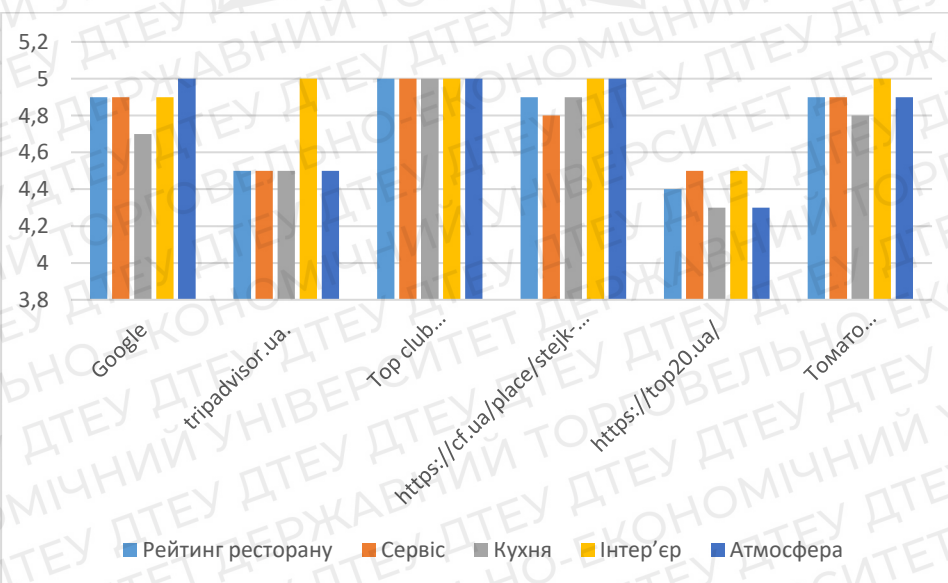


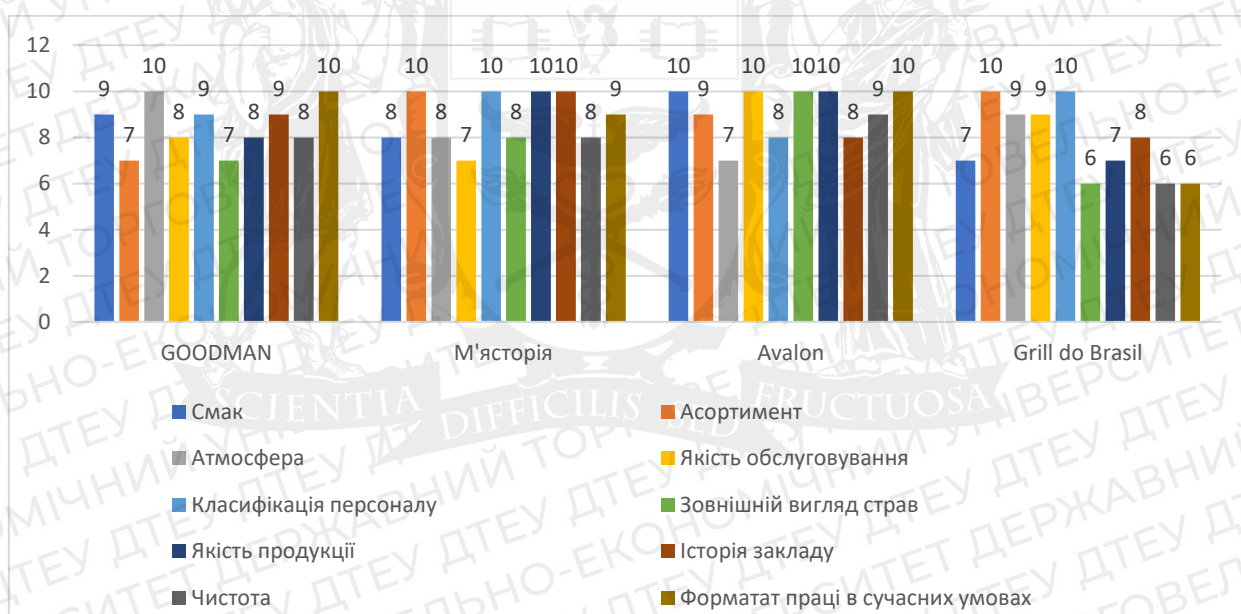
Рис. 1.1. Рейтинг ресторану стейк-хаус «GOODMAN»,

м. Київ за відгуками споживачів



Згідно рейтингу за відгуками споживачів на сторінках соціальних мереж ресторан стейк-хаус «GOODMAN», має оцінку в середньому 4,8 з 5,0. У більшості випадків гості гарно оцінюють атмосферу та інтер'єр ресторану, але є недоліки в роботі сервісу та кухні (рис. 1.1).

Наступним кроком було проведено моніторинг соціальних мереж конкурентів ресторану стейк-хаус «GOODMAN», а саме: Grill do Brasil, М'ясторія, Avalon. Дослідження проводилось за 10 характеристиками: смак, асортимент, атмосфера, якість обслуговування, класифікація персоналу, зовнішній вигляд страв, якість продукції, історія закладу, чистота, формат праці в сучасних умовах (рис. 1.2.).



**Рис. 1.2. Результати моніторингу конкурентів стейк-хаусу «GOODMAN», м. Київ за відгуками споживачів**

Отже, після проведеного моніторингу соціальних сторінок конкурентів, можна зробити висновок, що стейк хайс повинен доскласти максимальних зусиль до :

- розширенню асортименту –7;
- зовнішнього вигляду страв – 7;

- якості обслуговування – 8;
- якості страв – 8;
- чистоти – 8.

Оскільки найважливішою для нашого споживача є «Смак», щоб наздогнати конкурентів, потрібно вдосконалити існуючі страви. Потрібно попрацювати над природними підсилювачами смаку, підгарнірковкою. Також слід звернути ще більше уваги на співпрацю з якісними і особливими постачальниками та більш ретельно перевіряти сертифікати, способи доставки та зберігання товару. Окрім того необхідно підвищити якість обслуговування.

Основним кроком підтримки організації в ресторанному бізнесі є розробка організаційної схеми ресторану. По суті, це блок-схема для відображення обов'язків команди в ієрархічній структурі.

Організаційна структура ресторану стейк-хаус «GOODMAN», м. Київ м. Київ є лінійною (рис. 1.3).



**Рис. 1.3. Організаційна структура ресторану стейк-хаус «GOODMAN», м. Київ**



Менеджер ресторану є найвідповідальнішим працівником і піклується про найм персоналу, навчання, роботу та загальне функціонування ресторану. Від задоволеності споживачів до відповідності ресторану вимогам і правилам, менеджер повинен забезпечити бездоганність у кожному куточку ресторану.

Шеф-кухар - головний шеф-кухар займається функціонуванням кухні та керує персоналом кухні і запасами.

Су-шеф-кухара часто вважають помічником шеф-кухара, і він керує операціями до та після приготування, наприклад, готує кухню та розкладає страви.

Кухарі-грилю відповідають за приготування та смаження продуктів на грилі відповідно до конкретних уподобань клієнтів, і їм часто доводиться виконувати завдання в інших зонах кухні на додаток до їхніх гриль-станцій. До додаткових обов'язків та обов'язків кухаря гриля входять:

- ✓ Відстеження компонентів приготування їжі для забезпечення своєчасного завершення кінцевих страв
- ✓ Подрібнення та підготовка овочів та інших нем'ясних інгредієнтів
- ✓ Запас інгредієнтів і кухонного приладдя
- ✓ Підтримання чистоти та дезінфекції робочих місць
- ✓ Перевірка швидкопсувних інгредієнтів і харчових продуктів на свіжість
- ✓ Вжиття щоденних заходів щодо запобігання перехресному забрудненню харчових продуктів. [17]

Сомельє – це винний експерт, який створює винні карти, які поєднуються з меню страв. Сомельє створюють і оновлюють карти вин, дають рекомендації щодо поєднання їжі та вина та консультують гостей щодо вин на основі їхніх особистих смаків [30].

Уся діяльність ресторану стейк-хаус «GOODMAN», спрямовується на те, щоб забезпечити зростання прибутку в процесі виробництва і реалізації продукції. На його формування впливає правильно підібраний асортимент

продукції, яке задовольнить споживачів. Визначимо ефективність діяльності ресторану за допомогою простих показників.

В першу чергу фінансовий стан підприємства – це ступінь забезпеченості підприємства необхідними фінансовими ресурсами для здійснення господарської діяльності.

Фінансовий результат – це прибуток або збиток, який отримує господарюючий суб'єкт ресторан стейк-хаус «GOODMAN», внаслідок своєї діяльності.

Отже, проаналізуємо показники фінансового стану, враховуючи і показники ресторану стейк-хаус «GOODMAN» порівняймо 2021 – 2022 роки (табл. 1.3.).

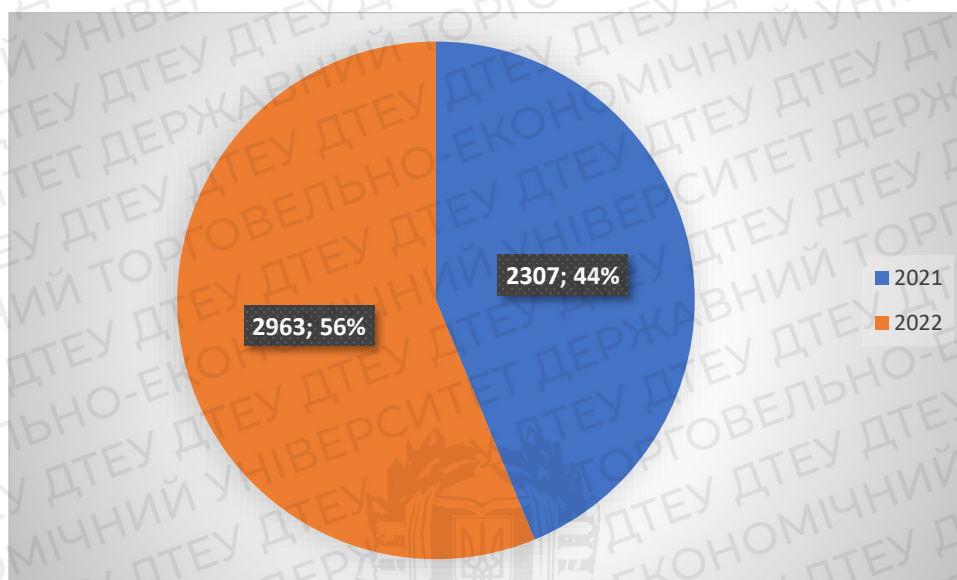
Таблиця 1.3.

#### Аналіз основних показників фінансово-господарської діяльності ресторану стейк-хауса «GOODMAN» за 2021– 2022 роки

№ п/п	Показники	Роки		Відносне відхилення 2022р. від 2021р.	Абсолютне відхилення 2022р. від 2021р.
		2021	2022		
1	Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис.грн	2307, 8	2963, 9	+ 656,1	+128, 4
2	Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг), тис.грн	1614 ,7	2213, 9	+ 599,2	+137,11
3	Фінансовий результат до оподаткування, тис.грн	92, 0	80,1	-11,9	-87,06
4	Податок на прибуток (18%)	16, 6	14, 4	-2,2	- 86,74
5	Чистий прибуток (збиток)	75, 4	65, 7	-9,7	-87,13
6	Рентабельність продажів по чистому прибутку, %	3, 26%	2, 22%	-1,04%	- 29,29%

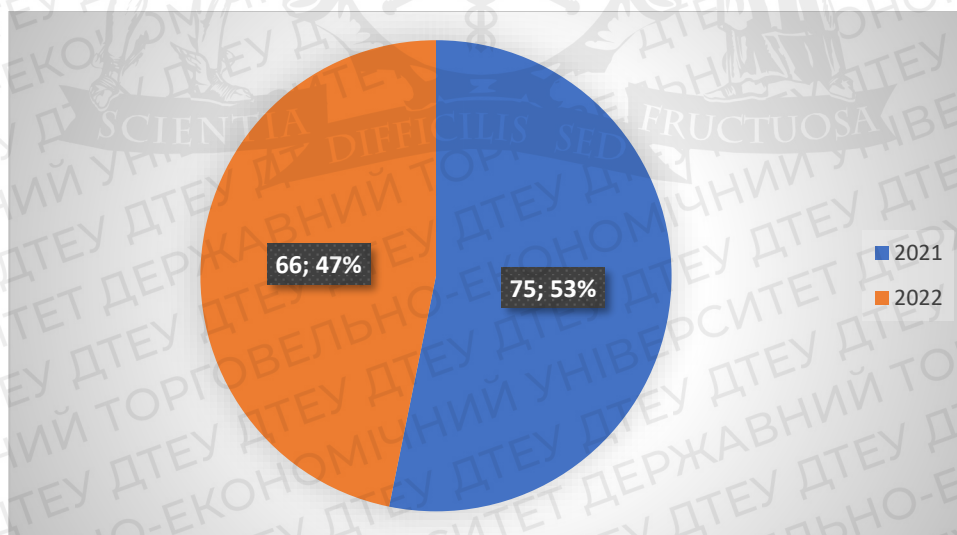
Як свідчать дані табл. 1.3 дохід ресторану з кожним роком збільшувався, це зумовлено збільшенням виробництва і продажу. У 2022 році порівняно з 2021 зменшився на 656,1 тис. грн. рис.





**Рис. 1.4. Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), ресторану стейк-хауса «GOODMAN», тис.грн**

Чистий прибуток теж зменшився у 2022 році порівняно з 2021, на 9,7 тис. грн.. - це пов'язано з збільшенням собівартості продукції на 599,2 тис. грн (рис. 1.5).



**Рис. 1.5. Чистий прибуток (збиток) ресторану стейк-хауса «GOODMAN», тис.грн**

Рентабельність продажів по чистому прибутку у 2021 році склала 3,26%, а у 2022 є 2,22 % а це значить, що кожна гривня продажів принесла цю суму

чистого прибутку. Рентабельність продажів у 2022 році зменшилась на 1,04% , порівняно з 2021 роком.

За останній рік у ресторані стейк-хаус «GOODMAN» фінансовий стан не дуже вражаючий адже у зв'язку з війною відбулось різке зниження попиту споживачів та тимчасове закриття ресторану на декілька місяців.

Сервісні технології ресторану є рушійною силою стратегії підприємства. Від ефективності процесів безпосередньо залежить конкурентоспроможність і прибутковість ресторану. На рис. 1.6 продемонстровані основні сервісні технології ресторану стейк-хаус «GOODMAN».



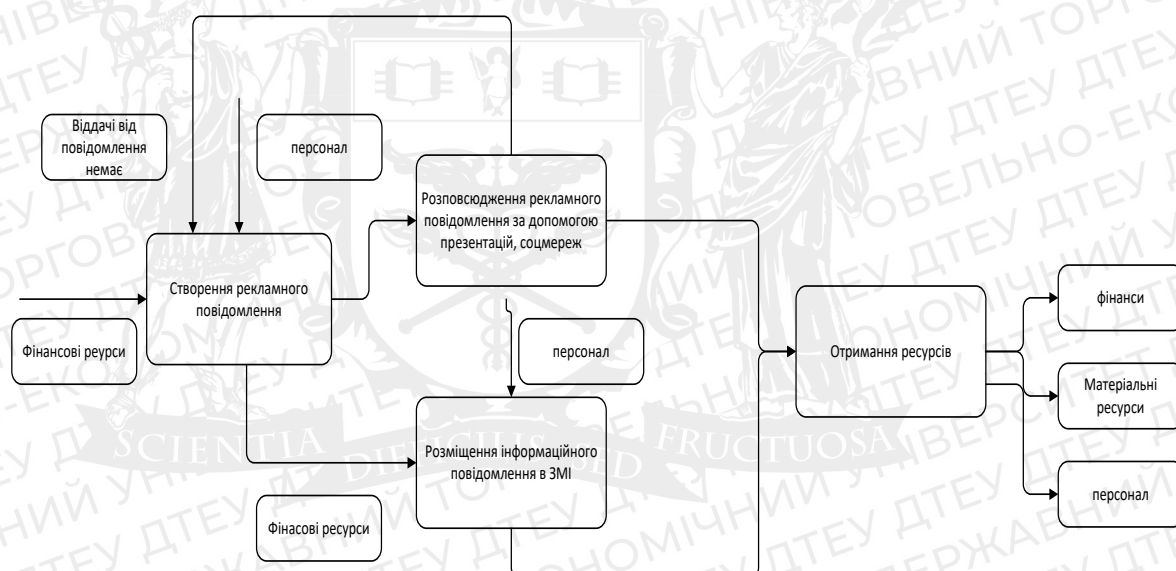
**Рис. 1.6 Сервісні технології надання послуги споживачу ресторану стейк-хаус «GOODMAN», м. Київ**

*Джерело: Розроблено автором на основі даних ресторану стейк-хаус «GOODMAN»*



Головними сервісними процесами ресторану є:

- постачання виробництва (ресторан закуповує необхідну сировину для виробництва продукції, а також необхідні супутні товари);
- виробництво продукції;
- надання послуг споживачу;
- зовнішня логістика (після виробництва продукції її необхідно розподілити в відділ доставки);
- маркетинг та продаж (ціноутворення, реклама і просування продукції, реалізація продукції).



**Рис. 1.7. Процес розповсюдження інформаційного повідомлення ресторану стейк-хаус «GOODMAN», м. Київ**

*Джерело: Розроблено автором на основі даних «стейк-хаус «GOODMAN»,»*

Перед виробництвом продукції необхідно затвердити асортимент продукції, що виробляється з керівництвом ресторану. При виробництві виробів дотримується технологія виробництва і санітарно-гігієнічні вимоги. Після виготовлення продукції її необхідно передати в реалізацію, зберігати, а залишки нереалізованої продукції утилізувати [14].

Допоміжні бізнес-процеси ресторану:

- ✓ управління інфраструктурою ресторану (формування, планування, облік та адміністрування діяльності ресторану);
- ✓ управління людськими ресурсами (робота з картами, навчання, мотивація персоналу та оплата праці);
- ✓ розвиток технологій (розширення асортименту продукції, розвиток технологій виробництва, дослідження ринку технологій);
- ✓ адміністративно-господарське забезпечення (ведення звітності, облік реалізованої продукції і залишків, фінансовий аналіз діяльності ресторану).

Матриця бізнес-процесів наведена в табл. 1.4.

Таблиця 1.4

**Матриця бізнес-процесів ресторану ресторану стейк-хаус «GOODMAN»,  
м. Київ**

Процес	Початок	Спожи- вач	Резуль- тат	Постача- льник/ви конавець	Контроль операції	Контроль результату	Власник процесу
<b>Підготовка ресторану до відкриття</b>							
прибирання залу	графік прибирання	менеджер	зала готова до роботи	офіціант/прибиральниці	обов'язок з прибирання, довідник з прибирання	чек-лист	менеджер
розрахунок цілей з продажів	ранкова зміна	офіціант	розрахунок цілі з продажів	менеджер	алгоритм розрахунку цілей з продажу	DLC	менеджер
<b>Виконання замовлення споживача</b>							
приготування страв	споживач робить замовлення	офіціант	готова справа	кухня	ТК/рецептурна книга	фотостандарт, офіціант на стійки роздавання, менеджер в залі	шеф-повар
готування напоїв	споживач робить замовлення	офіціант	напій	бар	ТК/рецептурна книга	офіціант на сервіс барі, менеджер в залі	Старший бармен



## Продовження табл. 1.4

Постачання виробництва та звітність							
замовлена товару	графік замовлень кількість менше min	повар-бармен	су-шеф/шеф-повар зробив замов лезам	су-шеф, шеф-повар, старший бармен, шеф-бармен	алгоритм замовлення товару, Min/Max, APL	заказ прийнятий постачальник по, відмітка в базі, відправлення та прочитання повідомлення	шеф-повар, старший бармен
прийом товару	постачальник привіз товар	кухня	товар прийнятий і переміщення на місце зберігання	постачальник, менеджер з закупівлі	алгоритм приймання товару, забезпечення зони приймання	відсутність товару в зоні приймання, лайн-чек	шеф-повар, старший бармен
прихід товару	постачальник привіз товар	бухгалтерія	накладні внесені в систему, виконаний розрахунок з постачальником	постачальник, менеджер з закупівлі	алгоритм приймання товару	накладні внесені, постачальнику віддані його екземпляри	Бухгалтерія
списання товару	ствердження причини списання	бухгалтерія	товар списаний і утилізований, акт списання заповнений	кухня, бар	акт списання, візуально, підтвердження списання	акт списання проведений в системі	шеф-повар, старший бармен

Для своєчасного постачання виробництва необхідними продуктами, необхідно спланувати обсяг закупівлі, вибрати постачальника і укласти з ним договір. Далі після закупівлі і прийому поставки, продукти що надійшли необхідно складувати і зробити їх облік. При необхідності можливе повернення продуктів постачальнику, якщо надійшов товар не відповідає якості.

У ресторану є відділ доставки, в якому приймають заявки на доставку продукції споживачам.

Для управління попитом ресторану необхідно формувати ціни на продукцію, різні знижки та акції, проводити своєчасну рекламну компанію, оновлювати меню. Також необхідно проводити моніторинг факторів, які впливають на сервісну діяльність ресторану.

## 1.2. Моніторинг факторів впливу на сервісну діяльність ресторану

За допомогою PEST-аналізу проведемо дослідження зовнішніх факторів, які впливають на ресторан і сервісну діяльність в ньому, а саме: політичні, економічні, соціальні та технологічні фактори, які впливають на ресторан.

Аналіз PEST – це бізнес-інструмент, який може допомогти визначити макроекономічні фактори, які впливатимуть на ресторан (табл. 1.5.).

Таблиця 1.5.

### Аналіз факторів зовнішнього середовища та їх вплив на діяльність стейк-хауса «GOODMAN», м. Київ

Група факторів	Фактор	Вияв фактору	Оцінка впливу фактору на ресторан
<b>P - political</b>	1. Війна в Україні	Різке зниження попиту споживачів, тимчасове закриття ресторанів	Відчутне зниження прибутку внаслідок закриття ресторану на декілька місяців
	2. Незалежність ЗМІ	Відгук незадоволеного гостя може швидко розповсюдитися через соціальні мережі або ЗМІ	Цільова аудиторія стейк-хауса – люди з високим достатком, тому якщо раптом якась публічна особа буде незадоволена обслуговуванням чи якістю страв і забажає оприлюднити свій відгук серед широких мас, можливим є гучний скандал, який важко буде владнати
	3. Податкове навантаження ресторанного ринку	Ставка ПДВ для ресторанів становить 20%, що є високою для даної галузі	Підвищення цін на страви, як можливий варіант – відкриття ФОПу задля нижчої ставки оподаткування
<b>E - economic</b>	1. Загроза високих темпів інфляції	Знецінюються грошові накопичення підприємств	Ведення фінансових операцій, спрямованих на підтримання купівельної спроможності заощаджень
	2. Підвищення цін на сировину	Внаслідок воєнних дій велику кількість оптових складів зруйновано або пошкоджено, пошкоджено також логістичні ланцюги та припинено частину поставок з-закордону	Пошук нових постачальників, економніше використання виробничих ресурсів, зменшення асортименту страв



## Продовження табл. 1.5

	3. Нестабільний курс валют	Через нестабільну економічну ситуацію в країні курс долара поступово зростає, що спричиняє подорожчання на більшість товарів та послуг в усіх виробничих сферах	Витрати на підтримання життєдіяльності ресторану ростуть, що відображається у поступовому зростанні цін на страви
	4. Заробітна плата населення	Витрати на товари та послуги внаслідок нестабільної економічної ситуації зростають, відповідно підвищуються і заробітні плати населення	Моніторинг ринкових заробітних плат та встановлення оптимальної заробітної плати для працівників стейк-хаусу
<b>S - social</b>	1. Еміграція населення, викликана війною	З початку війни люди почали масово виїжджати у більш безпечні регіони України або закордон	Зростання плинності кадрів, що зумовлює необхідність шукати нових працівників
	2. Популяризація веганства та вегетаріанства	З кожним роком зростає число прихильників харчування без м'яса та тих, хто слідкує за здоров'ям і не вживає смажене м'ясо	Зниження потоку відвідувачів. Задля уникнення цього можна спробувати ввести страви без м'яса або з його рослинними заміниками, наприклад, розробити бургер із веганською котлетою
	3. Купівельна спроможність населення	Складний економічний стан, викликаний війною, змушує споживачів економити та раціонально витратити кошти, так як купівельна спроможність, у порівнянні із довоєнним періодом, знизилася	Створення акційних пропозицій, розробка нового осіннього меню, активна рекламна кампанія у соціальних мережах – збільшення заходів, спрямованих на підвищення зацікавленості споживачів
	4. Ставлення споживачів до програм лояльності підприємств ресторанного бізнесу	Мета будь-якої програми лояльності – створити взаємовигідні відносини між відвідувачами та закладом, так як лояльність вказує на рівень довіри гостя	Створення бонусних карт для постійних гостей, за якими розмір знижки залежатиме від кількості відвідувань та середнього чеку гостя
<b>T - technological</b>	1. Зростання ролі безконтактних технологій	Внаслідок пандемії споживачі почали надавати перевагу закладам, де переважає впровадження безконтактних технологій, так як це мінімізує контакт з іншими людьми	Створення електронного меню, що забезпечить слідування останнім тенденціям та знизить витрати на друкування паперових меню

## Продовження табл. 1.5

Т - technologi cal	2. Розвиток комунікативних технологій	Ринок ресторанних послуг постійно поповнюється інноваційними продуктами, що дозволяють оптимізувати роботу працівників залу	Використання планшетів задля приймання замовлення офіціантом біля столика
	3. Інноваційність маркетингових та рекламних технологій просування	Сучасну людину важко уявити без смартфона, тож одним із найефективніших маркетингових майданчиків сьогодення є Інтернет-ресурси	Ведення сторінок у Instagram, Facebook, розвиток каналу на YouTube, освоєння Tik-Tok, співпраця із відомими блогерами та інфлюенсерами – ці заходи допоможуть підвищити відвідуваність ресторану
	4. Інноваційність систем ведення обліку та фінансової звітності	Сучасні автоматизовані системи управління ресторанами постійно розширюють функціонал, надаючи широкий спектр послуг для управління закладом з будь-якої точки світу	Оновлення програмного забезпечення до останньої версії та навчання персоналу працювати із новими функціями системи

Отже, під час активних бойових дій, ресторан був зачинений кілька місяців. Внаслідок воєнних дій велику кількість оптових складів зруйновано, пошкоджено також логістичні ланцюги та припинено частину поставок за кордон, виникла необхідність змінювати логістику. У зв'язку з відключення світла по кілька разів на день, ресторан зменшив позиції свого меню.

Технології надзвичайно вплинули на ресторанну індустрію. Тепер споживачі бажають замовляти їжу на веб-сайті ресторану та платити онлайн, замовляти доставку їжі. Замовлення онлайн, платежі онлайн, служби доставки - всі ці напрацювання за часи пандемії стали в нагоді для ресторанного бізнесу.

Проведемо SWOT-аналізу ресторану. За допомогою SWOT-аналізу ресторанного конкурента можна отримати практичну інформацію про те, у чому сильні конкуренти та де можна досягти кращих результатів.

SWOT-аналіз для ресторанів має кілька цілей. Це допомагає рестораторам зрозуміти, як вони порівнюються з конкурентами, виділяючи активи, які вони можуть використовувати в своїх інтересах. І, спонукаючи їх



думати про виклики та передбачати їх, SWOT-аналіз допомагає рестораторам їх подолати.

Ресторан **стейк-хауса «GOODMAN»** має свої сильні та слабкі сторони, певні можливості та можливі загрози. SWOT – аналіз ресторану стейк-хауса «GOODMAN» представлено у табл. 1.6.

Таблиця 1.6.

**SWOT аналіз стейк-хауса «GOODMAN», м. Київ**

<p><b>Внутрішні фактори</b></p>	<p><b>Сильні сторони:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Середні для даного сегменту ресторанів ціни на страви;</li> <li>- Впізнаваність (ресторан працює з 2004 року);</li> <li>- Стандартизація виробництва та обслуговування;</li> <li>- Високий професіоналізм персоналу;</li> <li>- Багато постійних гостей;</li> <li>- Проведення банкетів;</li> <li>- Наявність спеціальних пропозицій, акцій;</li> <li>- Власна парковка;</li> <li>- Літня тераса</li> </ul>	<p><b>Слабкі сторони:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Відсутність у меню легких страв для жінок та дітей</li> <li>- Відсутність сезонного меню;</li> <li>- Застарілий дизайн меню;</li> <li>- Відсутність закладу у Tik-Tok;</li> <li>- Немає власної служби доставки;</li> <li>- Немає цільної концепції візуалу сторінки в Instagram</li> </ul>
<p><b>Зовнішні фактори</b></p>	<p><b>Можливості:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Збільшення прибутку;</li> <li>- Залучення нових відвідувачів через соціальні мережі;</li> <li>- Впровадження програми лояльності;</li> <li>- Створення електронного меню</li> </ul>	<p><b>Загрози:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Тимчасове закриття закладу у зв'язку із нестабільною ситуацією в країні;</li> <li>- Зниження прибутку;</li> <li>- Зниження попиту споживачів</li> </ul>

Як свідчать дані табл.1.6, ресторан стейк-хауса «GOODMAN», має більше сильних сторін ніж слабких сторін, та не значну кількість загроз, а щодо можливостей та їх план дій щодо їх впровадження розглянемо в наступному розділі.

## РОЗДІЛ 2. УДОСКОНАЛЕННЯ ТЕХНОЛОГІЙ СЕРВІСНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СТЕЙК-ХАУСА «GOODMAN», М. КИЇВ

### 2.1. Імплементация інноваційних технологій сервісної діяльності ресторану

В даний час для ресторану стає модним електронні інновації. Розглянемо деякі з них докладніше.

На столах замість звичайних папок або листівок із переліком страв встановлюються невеликі планшети. Користуючись якими, споживач зможе легко вибрати страви, оформити замовлення, викликати офіціанта або адміністратора. Ці планшети зазвичай не дуже дорогі і мають максимально прості функції, однак такі інновації в ресторанному бізнесі залучають багатьох споживачів.

Інтерактивне електронне меню стає каналом зв'язку зі споживачами та дозволить адміністрації швидко редагувати меню та вносити до нього нові страви. Для споживачів відвідування ресторану, що використовує таке меню, дозволяє:

- підібрати з карти вин закладу вино за ціною, роком, регіоном, букетом, а потім до нього вибрати страву з меню;
- підрахувати калорійність тих чи інших страв;
- при виборі страв відразу ж бачити остаточний чек замовлення; ч
- чекаючи замовлення пограти в ігри,
- почитати новини, вийти в Інтернет.

Також у ресторанах створюються інтерактивні столи. На відміну від звичайного та простого столу, на інтерактивному можна зробити замовлення, яке набагато швидше дійде до кухні, можна буде почитати новини доки чекаєш на замовлення, а також змінити оформлення стільниці. Для того, щоб було ще цікавіше в програму столу, можна запустити настільні ігри, що істотно збільшить приплив відвідувачів, тим самим збільшить прибуток ресторану.



Інновації в ресторані не оминули і системи контролю за персоналом. Тепер у деяких місцях роботи у ресторані працівникам видають ідентифікаційні картки, які передають радіочастоти. Вони відстежують переміщення персоналу, що суттєво збільшує шанси, що під час роботи працівник чітко виконуватиме свою роботу на підприємстві. Вже зараз кухні ресторану і не лише обладнають веб-камери, які фіксують порушення санітарних норм, техніки безпеки, зовнішнього вигляду та інших порушень.

Система ресторанного обслуговування найближчими роками може зазнати серйозних змін під впливом поширення інтернету речей (Internet of Things, IoT) та зростання кількості підключених до нього пристроїв.

Інтернет речей – це єдина мережа приладів, предметів, оснащених вбудованими технологіями для взаємодії один з одним та зовнішнім середовищем.

Використання IoT, що має великі перспективи в майбутньому, в ресторанах полягає у створенні «розумних кухонь». Воно передбачає підключення до мережі великої кількості спеціалізованих пристроїв, починаючи від духовок та плит та закінчуючи холодильним обладнанням. Це дозволить контролювати технологічні процеси приготування страв, продуктивні залишки та стежити за свіжістю інгредієнтів. Сенсори, встановлені в приладах, допоможуть контролювати температуру приготування та заморозки.

Така система, використовуючи штучний інтелект та аналіз великих даних, може вивчати день тижня, аналітику продажів минулих періодів та автоматично формувати замовлення постачальнику на постачання необхідних продуктів. При цьому шеф-кухареві необхідно лише узгодити обсяг.

В умовах посиленої конкуренції в сфері ресторанного бізнесу, ресторану «стейк-хауса «GOODMAN», м. Київ» необхідно застосовувати більш сучасні методи обслуговування споживачів. В даний час в ресторану все більш популярним стає замовлення продукції через мобільний додаток. Тому для просування своїх послуг і залучення споживачів ресторану «стейк-хауса «GOODMAN», м. Київ» необхідно розвивати бізнес в мережі інтернет.

Таблиця 2.1.

**План імплементації інноваційних технологій у сервісну діяльність  
ресторану стейк-хауса «GOODMAN», м. Київ**

<b>Захід</b>	<b>Дата запуску заходу</b>	<b>Дата завершення заходу</b>	<b>Відповідальна особа</b>	<b>Очікуваний результат</b>
<i>Розробка та впровадження меню для дітей</i>	29.01.2023	30.02.2023	Шеф-кухар	Збільшення числа відвідувачів з дітьми
<i>Розробка та впровадження меню для жінок</i>	29.01.2023	30.02.2023	Шеф-кухар Сомільє	Підвищити відвідуваність ресторану жінками
<i>Рекламна кампанія у соціальних мережах та на сайті про новинки у меню, створені спеціально для жінок та дітей</i>	29.01.2023	30.02.2023	SMM-менеджер	
<i>Створення та наповнення Tik-Tok сторінки ресторану контентом</i>	17.03.2023	30.04.2023	SMM-менеджер	Підвищення впізнаваності ресторану серед молоді, залучення нових відвідувачів
<i>Інформування гостей про можливість замовляти страви на доставку</i>	20.01.2023	05.02.2023	Менеджер SMM-менеджер	Збільшення кількості замовлень на доставку
<i>Створення інтерактивного електронного-меню</i>	15.01.2023	19.03.2023	Директор Маркетолог	Збільшення кількості замовлень онлайн, так як меню стане простішим для сприйняття
<i>Зміна візуалу та ведення сторінки в Instagram у одному стилі</i>	20.09.2023	24.09.2023	Маркетолог	Збільшення кількості підписників у Instagram
<i>Збільшення середнього чеку</i>	19.01.2023	30.12.2023	Менеджер	Проведення навчання персоналу щодо опанування методів підвищення продажів



## Продовження табл. 2.1

Підвищити командний дух у колективі	19.01.2023	30.12.2023	Менеджер Шеф-кухар	Проведення корпоративних заходів, «п'ятихвилинок» перед початком робочого дня, раз на місяці проводити загальні збори персоналу та керівництва
-------------------------------------	------------	------------	--------------------	--

Отже, пропонуємо:

- ввести у меню невеликі ніжні стейки, створити нові коктейлі прикрашені їстівними квітами, що підвищить відвідуваність ресторану жінками та дітьми;
- провести рекламну кампанію у соціальних мережах та на сайті про новинки у меню, створені спеціально для жінок та дітей;
- змінити візуал ведення сторінки в Instagram у одному стилі;
- підвищити впізнаваність ресторану серед молоді, залучити нових відвідувачів завдяки створенню Tik-Tok сторінки ресторану;
- створити електронне меню для збільшення кількості замовлень, так як меню стане простішим для сприйняття;
- підвищити командний дух у колективі за допомогою системи мотивації персоналу, адже мотивація персоналу – це створення сприятливих умов і стимулів, які спонукають працівників ресторану працювати з більшою самовіддачею, з націленістю на якість і результат (табл. 2.2).

Таблиця 2.2

## Система мотивації персоналу готелю/ресторану

Завдання системи мотивації	Ціль	Види мотивації	Інструмент системи мотивації	Періодичність
Мотивує співробітників будь-якого рангу підвищувати результативність роботи, проявляти	Збільшення продажів для ресторану	Матеріальна	Підвищення заробітної плати	В залежності від підвищення кваліфікаційного рівня

непідробний інтерес до бізнес-процесів та створювати в колективі сприятливу робочу атмосферу	Відчуття стабільності, впевненості в винагороді за відповідальну працю для співробітників		Премії, пільги та компенсації	Участь постійна (за бажанням працівника)
				Періодично та за необхідністю
			Премії та грошові бонуси працівникам ресторану за авторські страви, незвичайні презентації, ідеї для званих вечорів тощо	Постійно
			Бонуси за продажі елітного міцного алкоголю, вина, авторських десертів, сезонних страв; 5% від чека, який становить не менше 1000 грн	Постійно
			Знижки на користування послугами ресторану	Постійно (за бажанням працівника)
			Оплачування лікарняного	Постійно за необхідністю
			Безкоштовне харчування	Постійно та за необхідністю
			Поїздки та путівки на відпочинок, повністю або частково оплачені рестораном	Раз на рік
Зміцнити відносини команди, розвинути командний дух поза робочим середовищем	Створити злагоджений, мотивований колектив співробітників, який працює задля єдиної мети	Соціальна	Корпоративи, привітання зі святами	Періодично (Новий рік, Великдень, День народження)
			Повага до всіх співробітників, правильна тактика спілкування незалежно від посади	Постійно
			Додаткові вихідні після великих заходів з обслуговування	Періодично та за необхідністю



Поспілкуватися і познайомитися в неробочій атмосфері та краще впізнати одне одного			Спортивні заходи, барбекю, спільні екскурсії, відвідування квест-кімнат	Періодично
Довгострокове співробітництво з кращими працівниками (зниження плинності кадрів). Відчуття себе частиною колективу, формування єдності	Престиж, медійність та респектабельність ресторану	Трудова	Оновлення обладнання та впровадження на виробництві технологічних ноу-хау	Раз на рік
			Відрядження на спеціалізовані заходи у ресторанній сфері	Періодично за наявності таких заходів
			Безкоштовне навчання у відомих рестораторів	Періодично за домовленістю зі спеціалістами
			Налагоджена зворотня комунікація зі співробітниками	Постійно
Підвищення кваліфікації працівників, лояльності і відповідальності з боку персоналу	Підвищення якості виконуваної роботи і продуктивності ресторану в цілому	Статусна	Відрядження для підвищення кваліфікації	Щорічно
			Участь у професійних конкурсах	Періодично за наявності конкурсів та бажанням працівників
			Публічна похвала	Постійно
Підвищення рівня відчуття відповідальності за матеріальну цінність та заохочення до користування нею	Покращення якості праці, пришвидшення її виконання та, відповідно, підвищення продуктивності		Оновлення робочого інвентарю працівника	При потребі заміни такого або можливості оновленні до настання моменту зношення
Уникнення «застою» у професійному розвитку працівника та його морального «зношення»	Підвищення ефективності праці та економія фінансових витрат на залученні додаткової робочої сили		Розширення переліку обов'язків працівника (з підвищенням заробітної плати)	У період повного оволодіння працівником попередніх обов'язків

Отже, ми визначили головні види мотивування працівників ресторану для підвищення рівня їх зацікавленості кінцевим результатом та, відповідно, збільшення продуктивності їх праці.

## 2.2. Розробка практичних рекомендацій щодо сервісної діяльності ресторану

Ввічливість є одним із найважливіших аспектів ресторанного обслуговування, так само як і певна формальність, особливо в елітних ресторанах. Потрібно докласти зусиль, щоб забезпечити невимушену та гостинну атмосферу з теплим, доброзичливим та ефективним обслуговуванням, яке забезпечується ввічливістю.

Послідовність обслуговування називається порядком, у якому офіціант обслуговує гостей з моменту входу гостя в ресторан до моменту його виходу з ресторану. Підготовка до надання задовільного обслуговування починається ще до того, як гість увійде в ресторан, з такими діями, як бронювання столиків, розміщення столиків, харчування та напої, прощання тощо... Після того, як гість прибуває в ресторан, дотримується певна послідовність дій, щоб зробити його/її приємне враження від їжі.

**Обробка бронювання та розміщення столиків.** Під час оформлення бронювання необхідно звернути увагу на наступні моменти:

1. Ім'я гостя;
2. Кількість гостей;
3. Час бронювання;
4. Контактний телефон та ім'я замовника;
5. Будь-який спеціальний запит/вимога.

Бронювання дня обговорюється під час інструктажу перед періодом прийому їжі; розподіл таблиць виконується в цей час. Розміщення столиків здійснюється до прибуття гостя, і про це робиться запис у журналі бронювання.

Гості можуть розсаджуватися за відповідним столом, відповідно до бажання чи випадку.



Весь персонал ресторану знає про те саме, що усуває плутанину та забезпечує спокійний та професійний прийом.

Забезпечення оптимальної кількості місць у ресторані.

Привітання гостя. Незважаючи на те, що персонал ресторану може прагнути спонтанності та доброзичливості, певні ритуали є обов'язковими при зустрічі гостя в ресторані.

Коли гість заходить до ресторану, його потрібно привітно зустріти та створити умови для комфорту. Зазвичай це завдання виконує господиня ресторану, однак не обмежується тільки нею. Працівники кожного ресторану повинні подбати про те, щоб гостя зустріли протягом 30 секунд після прибуття в ресторан.

Гостя необхідно зустріти чистим і привітним тоном, гарним зовнішнім виглядом і посмішкою. Кожного гостя необхідно зустріти привітанням дня, тобто Доброго ранку/ Доброго дня/ Доброго вечора.

Якщо гість постійний, його потрібно привітати ім'ям, тобто «Доброго ранку, пане Володимире». Фрази привітання відрізняються від ресторану до ресторану.

Якщо персонал ресторану зайнятий обслуговуванням інших гостей, він повинен переконатися, що навіть якщо вони фізично не вільні вітати гостя, він повинен підтвердити свою присутність усмішкою або жестом, щоб сказати «Ми будемо з вами за хвилину». Ніколи не ігноруйте гостей.

Дізнайтеся, чи є у гостя бронювання:

Якщо так – проведіть їх до столика та зверніться до них на ім'я, якщо вони не задоволені столиком, запропонуйте альтернативи.

Якщо ні – запитайте їх про те, що вони віддають перевагу столику, і супроводжуйте їх до столика. Гостя слід провести до столу, якщо є жести в бік столу, то це потрібно робити відкритою долонею вгору, а не вказувати пальцем на стіл.

**Розсаджування гостя.** Це прерогатива гостей вибирати, де вони хочуть сісти або де господар хоче, щоб вони сиділи.

Жінки повинні сидіти першими.

Витягніть праву ногу вперед, торкаючись коліном дерев'яного бортика сидіння посередині. Тримайте стілець обома руками з боків спинки.

Підніміть стілець ззаду приблизно на 3 см. і потягніть його назад, переконавшись, що між столом і стільцем є достатній простір для гостей.

Коли гість продовжить сидати, повільно перемістіть стілець до гостя, доки гостю не стане зручно, і приставте стілець до підлоги.

Необхідно стежити, щоб стілець не тягнувся.

Розсаджування гостя на дивані Якщо недостатньо місця для розміщення гостей, перенесіть стіл назовні та поставте його на місце, як тільки гості сядуть.

Якщо стіл важкий, то офіціант повинен звернутися за допомогою до своїх колег, ні в якому разі не можна звертатися за допомогою до гостей.

**Розлив води.** Як тільки гості сядуть, офіціант повинен налити воду. Воду (звичайну, мінеральну, газовану, джерельну) необхідно запитати у гостей, наливаючи воду, пам'ятаючи про наступні моменти:

Звичайна вода, що наливається з глечика для води. Глечик має бути чистим і мати достатню кількість води для кількості людей на столі.

Має бути холодним і кімнатної температури відповідно до вимог гостя.

Його слід носити на підкладці або з акуратно складеною ганчіркою, щоб конденсат не капав на стіл.

Воду потрібно подавати з правого боку, першими повинні подаватись жінки.

Склянки слід наповнювати лише тоді, коли вони порожні на дві третини.

Мінеральна вода, налита з пляшки, повинна бути відкрита на очах у гостя.

Його слід носити в кошику з тростини, а після розливу можна поставити назад на стіл.

Однак необхідно переконатися, що обслуговуванням водою займається персонал, а не самі гості.

Перш ніж відкривати нову пляшку, необхідно перевірити гостей.



**Прийом замовлення.** Щоб прийняти замовлення на напої, необхідно пред'явити картку аперитиву перед подачею меню страв. Якщо їжа не була замовлена заздалегідь, гості, щойно сядуть, повинні отримати картку з меню.

Презентація картки меню Подаруйте гостям індивідуальні картки меню.

Картка меню повинна бути представлена з правого боку, відкрита на першій сторінці.

Дайте гостям 5-7 хвилин на ознайомлення з меню.

Перевірте у гостей, чи готові вони зробити замовлення, запитавши «Чи можу я прийняти ваше замовлення, пані/пані» або «Чи готові ви розмістити замовлення, пані/пані»? Встаньте прямо в такому місці, де зручно розмовляти з гостями.

Допоможіть гостю вибрати найкращу страву з пропозицій, використовуйте техніку «сугестивного продажу» або «продавання дорожчих товарів».

Систематичне видалення замовлення на ККЗ (квиток на кухонне замовлення). Після прийняття замовлення повторіть замовлення.

Заберіть картку з меню у гостей і покладіть її на місце. Повідомте гостям приблизний час, який знадобиться для подачі страви. Обслуговування замовлень їжі та напоїв. Напої подаються першими. Завжди подавайте напої праворуч від гостя. Поки гості чекають на трапезу, треба негайно подати крокети. Обслуговуючий персонал повинен переконатися, що він поповнюється, як тільки він закінчиться. Гість не повинен просити про це.

Перед подачею страви офіціанти повинні переконатися, що кришка підходить; якщо її потрібно змінити, це потрібно зробити до того, як страву буде подана на стіл.

Це має бути зроблено непомітно, забезпечуючи мінімальне втручання та занепокоєння гостя та мінімальний безлад. Замовлення їжі необхідно оголосити перед початком служби.

**Сервіс харчування.**

Попередньо розкладену їжу потрібно подавати з правого боку.

Після того, як їжа поставлена, кришки необхідно відрегулювати, якщо посуд порушується.

Блюдо до тарілки або срібна сервіровка має бути з лівого боку.

Обслуговування кожної страви має бути скоординовано таким чином, щоб гостям не доводилося довго чекати між стравами.

Потрібно запитати у гостя, чи відповідає їжа їхнім очікуванням.

Не повинно бути так, щоб в ентузіазмі 3-4 людини підійшли до гостя запитати, чи все гаразд! Це може дратувати гостя та втручатися в його особисте життя.

Вода та інші харчові продукти повинні бути подані/доповнені, як тільки вони закінчуються.

Тарілки прибирають після того, як усі гості на столі закінчили їсти.

Вказівка на закриття страви здійснюється шляхом покладання ножа та виделки разом на тарілку.

Очищення виконується правою рукою і збирається лівою рукою, за технікою «першої пластини».

Переконайтеся, що всі страви прибрані зі столу.

Переконайтесь, що набір для посуду, маслянка, човник для хліба, столові прибори, якими не користувався гість, прибрані зі столу.

Не прибирайте зі столу бутон вазу, попільничку і склянки.

Усі забруднення слід віддавати на миття посуду, крім ємності, яку необхідно залишити на бічній станції.

Подрібнення виконується для видалення розливів або крихт зі столу після страви або після основної страви перед подачею десерту.

Виконується лопатою для подрібнення, щіткою для подрібнення або на тарілці V&V за допомогою серветки та ножа для V&V, щоб зібрати соуси, які могли впасти на скатертину.

Почніть кришити з лівого боку, тримаючи тарілку лівою рукою прямо під стільницею; обережно змітайте крихти на тарілку. Відкрийте десертну ложку та десертну виделку. Погані плями можна прикрити чистою білою серветкою.



**Замовлення десерту/замовлення чаю та кави.** Подібна процедура, як прийом замовлення, офіціант може скористатися нагодою, щоб запропонувати лікери чи інші страви, як цього разу.

**Пред'явлення чека.** Чеки потрібно пред'являти лише за запитом. Офіціант повинен принести на реєстрацію охайну та акуратну папку. Картка коментаря гостя має бути в папці. Разом з чековою папкою необхідно надати ручку. Коли гість виходить, папку потрібно вилучити дуже непомітно. Ніколи не можна вимагати (просити або намагатися отримати) чайові.

**Відгуки гостей.** Отримання відгуків від гостей про їжу та обслуговування.

**Прощання.** Це так само важливо, як і зустріти гостя. Необхідно допомогти гостю встати, висунувши йому стілець. Треба допомогти з пальто/шальями. Треба подякувати, Треба знову вітати. Наприклад: «З нетерпінням чекаю вітати вас знову в ресторані», «Ми сподіваємося, що ви незабаром завітаєте до нас».

Таблиця 2.3

**Чек лист обслуговування споживачів стейк-хауса «GOODMAN», м. Київ**

Епати	Виконавець	Дія
1	Хостес	<b>Привітання гостей, поцікавитись чи зробили вони бронювання чи ні.</b> Зустрічайте своїх гостей щирою посмішкою та словами «Ласкаво просимо до стейк-хауса «GOODMAN». <b>Розміщення за столом.</b>
2	Офіціант	<b>Привітання гостей за столом протягом 60 секунд після того, як вони сіли.</b> Не гайте часу! Як тільки ваші гості сядуть, представтеся і запропонуйте їм щось випити. Гості не повинні залишатися чекати або думати, як зробити замовлення.

3.	Офіціант	<b>Запис або введення замовлення на напої в систему протягом 2 хвилин.</b> Враховуйте цей термін при складанні коктейльної карти.
4.	Офіціант	<b>Перевірте гостей протягом 2 хвилин після того, як принесли їжу.</b> Це дає їм можливість переглянути свою їжу, переконатися, що вона була правильно приготовлена, і зрозуміти, чи потрібно їм щось на зразок кетчупу чи ранчо
5.	Офіціант Бармен	<b>Тримайте напої повними.</b> Згідно з дослідженням Cornell, 40% досвіду роботи в ресторані зводиться до трьох основних факторів: наскільки швидко зустріли гостей, чи були їхні напої повними та як швидко вони отримали чек, коли закінчили їсти.
6.	Помічник офіціанта	<b>Члени команди підтримки.</b> Для якісного обслуговування в ресторані потрібна командна робота. Будьте готові підбирати брудні тарілки та серветки, наповнювати напої, допомагати прикрашати напої та простягати руку, коли це можливо.
7.	Офіціант	<b>Швидко приберіть стіл.</b> Необхідно зібрати брудні тарілки, соломинки, серветки, скляний посуд і навіть крихти. Чистий стіл покращує враження від обіду та надсилає знак гостям, що час збиратись.
8.	Офіціант	<b>Забезпечте кавою та десертом.</b> Після того, як стіл буде зайнятий, обов'язково запропонуйте гостям каву та десерт.
9.	Офіціант	<b>Швидко принесіть чек.</b> Як правило, офіціанти повинні принести чек протягом однієї хвилини після запиту гостя.



10.	Офіціант	<b>Попрощайтесь з гостями.</b> Замість того, щоб просто дозволити гостю вийти або швидко попрощатися з ним, спробуйте бути за столиком, коли вони виходять, і дружньо проводжайте їх, щоб вони відчували, що їх цінують і про них піклуються.
11.	Помічник офіціанта	Після COVID-19 обслуговування в ресторані тепер включає ретельне прибирання та дезінфекцію. Помічник офіціанта повинен очистити приправи, стільниці, пристрої для замовлення та будь-які інші місця, до яких часто торкаються. Будь-які одноразові речі слід викинути.

*Джерело розроблено за матеріалами: [33, 34 ]*

Персонал є найскладнішим та специфічним видом ресурсів, що використовує ресторан у своїй діяльності. Ефективність діяльності ресторану у великій мірі залежить від ефективності праці персоналу. Саме через зацікавленість працівника у результатах його роботи при створенні належних умов праці можна домогтися підвищення продуктивності праці.

Створений чек лист обслуговування споживачів стейк-хауса «GOODMAN», м. Київ дозволить підвищити якість обслуговування споживачів ресторану.

## ВИСНОВКИ

Обслуговування гостей у ресторані є важливою частиною індустрії гостинності. Спілкування з гостями, шанобливе ставлення до них, відповіді на їхні запитання та задоволення їхніх потреб забезпечать їм приємний досвід, який змусить їх повертатися. Хоча їжа важлива, ще одним ключовим аспектом роботи успішного ресторану є те, щоб гості відчували себе як вдома.

У ході проведення дослідження щодо ефективності впровадження сервісних технологій у ресторані стейк-хауса «GOODMAN», м. Київ було:

Доведено, що сервісна система є одним із способів і механізмів збільшення прибутку, адже регулюється управляючою ланкою та являє собою конкретною системою цінностей, установок, що поєднують дослідницький потенціал і практичний досвід, певне світовідчуття і перспективне мислення.

Встановлено, що ефективність сервісних процесів залежить від рівня задоволення потреб гостей.

Проаналізовано, що згідно рейтингу за відгуками споживачів на сторінках соціальних мереж ресторан стейк-хаус «GOODMAN», має оцінку в середньому 4,8 з 5,0. У більшості випадків гості гарно оцінюють атмосферу та інтер'єр ресторану, але є недоліки в роботі сервісу та кухні. Також було проведено моніторинг соціальних мереж конкурентів ресторану стейк-хаус «GOODMAN», а саме: Grill do Brasil, М'ясторія, Avalon. Дослідження проводилось за 10 характеристиками: смак, асортимент, атмосфера, якість обслуговування, класифікація персоналу, зовнішній вигляд страв, якість продукції, історія закладу, чистота, формат праці в сучасних умовах.

Досліджено, що рівень якості сервісних процесів, який показав, що їх ефективність залежить від професіоналізму та фаховості сервісного персоналу.

Запропоновано план імплементації інноваційних технологій у сервісну діяльність ресторану стейк-хауса «GOODMAN», м. Київ. Отже, пропонуємо:



- ввести у меню невеликі ніжні стейки, створити нові коктейлі прикрашені їстівними квітами, що підвищить відвідуваність ресторану жінками;
- провести рекламну кампанію у соціальних мережах та на сайті про новинки у меню, створені спеціально для жінок та дітей;
- змінити візуал ведення сторінки в Instagram у одному стилі;
- підвищити впізнаваність ресторану серед молоді, залучити нових відвідувачів завдяки створенню Tik-Tok сторінки ресторану;
- створити електронне меню - збільшення кількості замовлень, так як меню стане простішим для сприйняття;

Інтерактивне електронне меню стає каналом зв'язку зі споживачами та дозволить адміністрації ресторану швидко редагувати меню та вносити до нього нові страви. Для споживачів відвідування ресторану, що використовує таке меню, дозволяє:

- ✓ підібрати з карти вин закладу вино за ціною, роком, регіоном, букетом, а потім до нього вибрати страву з меню;
  - ✓ підрахувати калорійність тих чи інших страв;
  - ✓ при виборі страв відразу ж бачити остаточний чек замовлення; ч
  - ✓ чекаючи замовлення пограти в ігри,
  - ✓ почитати новини, вийти в Інтернет.
- підвищити командний дух у колективі за допомогою системи мотивації персоналу, адже мотивація персоналу – це створення сприятливих умов і стимулів, які спонукають працівників ресторану працювати з більшою самовіддачею, з націленістю на якість і результат.
  - обслуговування споживачів, поведінка персоналу та високий рівень зручності для гостей, є одними з факторів, які впливають на досвід роботи з споживачами та їх утримання, які неможливо оцінити кількісно.

Розрив між очікуваннями споживачів і тим, що ресторан може їм запропонувати, – це сфера можливостей для ресторану. З іншого боку, це також

виклик. Ви вже повинні знати, що незадоволений клієнт може завдати набагато більше шкоди, розповідаючи своїм друзям про свій досвід у вашому ресторані, руйнуючи ваш ретельно культивований імідж бренду. Таким чином, задоволеність споживачів має бути на першому місці у списку ресторану





## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Босовська, Мирослава, Людмила Бовш, and Ірина Антонюк. "Ресторанні тактики: антипандемічний кейс." Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. Сер. Економічні науки 2 (2021): 113-132.
2. Букай, Юлія. "Маркетингові технології підприємств сфери послуг." Матеріали X Регіональної науково-практичної Інтернет-конференції молодих вчених та студентів „Маркетингові технології підприємств в сучасному науково-технічному середовищі “ (2019): 227-230.
3. Етапи обслуговування в ресторані <https://overproof.com/2021/03/05/steps-of-service-in-a-restaurant/>
4. Карпа, Юлія, Роксоляна Швець, and Ліна Малюга. "Вплив інноваційних технологій на розвиток ресторанного бізнесу." Географія, економіка і туризм: національний та міжнародний досвід/Матеріали XVI Міжнародної наукової конференції.—Львів, 2022.—312 с. Матеріали наукової конференції охоплюють особливості реалізації державної політики в галузі туризму, розробки туристичного продукту, економічного забезпечення туризму, просторового поширення туристичних (2022): 126.
5. Крижанівський, А. І., and Д. С. Зотов. "Впровадження інновацій в закладах ресторанного господарства України." Редакційна колегія (2020): 248.
- Коркач, Г. В., О. М. Котузаки, and Т. І. Нікітчина. "Сучасні тенденції розвитку готельного ресторану." Програмний комітет: 164.
6. Литвин, Т. П., and Л. С. Московченко. "Перспективи розвитку сервісу онлайн-бронювання столиків в ресторанах." Редакційна колегія (2020): 254.
- Луцик, Галина Миколаївна. "Онлайн пропозиції ресторанів: тренд або інструмент для залучення відвідувачів." The 1st International scientific and practical conference “Science and education: problems, prospects and innovations”(October 7-9, 2020) CPN Publishing Group, Kyoto, Japan. 2020. 521 p.. 2020.

7. Малюта, Людмила Ярославівна, Тетяна Іванівна Кузь, and Н. В. Демко. "Інноваційні моделі організації виробництва та надання сервісу в сфері ресторанної індустрії." Матеріали VIII Всеукраїнської науково-практичної конференції пам'яті почесного професора ТНТУ, академіка НАН України Чумаченка Миколи Григоровича: „Інновації: аспекти управління, виробництва, сфери обслуговування“ (2019): 46-47.
8. Мірошніченко, Анна, and Світлана Пилипенко. "Інтерактивний ресторан як майбутнє ресторанного господарства." редакційна колегія: 330.
9. Неїленко, Сергій, et al. "Modern Approaches to Robotisation of Service Processes in Restaurant Industry Establishments." Ресторанний і готельний консалтинг. Інновації 5.2 (2022): 239-249.
10. Новічкова, Т. П. П., Т. Є. Лебеденко, and В. К. Новічков. "Імплементация сервісних інновацій в організацію діяльності закладів ресторанного господарства." Food Industry Economics 13.1 (2021).
11. Новіцький, К. В. "Інформаційна технологія бронювання місць в ресторанах: серверна частина." (2020).
12. Огар, А. "Штучний інтелект та робототехніка в ресторанному бізнесі." (2021).
13. Писарева, Ірина Володимирівна, and Дарія Сергіївна Токунова. "Інновації в ресторанному господарстві." Zbiór artykułów naukowych recenzowanych.: 20.
14. Печура, Мілена. "Розробка веб-сервісу для організації доставки замовлень." (2020).
15. Ресторан GOODMAN. <http://goodman.com.ua/en/about>.
16. Решетило, А. А. "Стратегічне управління розвитком готельно-ресторанної індустрії в умовах пандемії."
17. Роботодавець. <https://www.indeed.com/%D1%80%D0%B0%D0%B1%D0%BE%D1%82%D0%BE%D0%B4%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%BB%D1%8C/job-description/grill-cook>
18. Савицька, Наталія Леонідівна. "Mar tech&food tech: інтеграція досвіду для розвитку ринку." (2020).



19. Семенюк, О. І., and Р. О. Бліщ. "Покращення ресторанного сервісу в ресторани при готелі." актуальні питання розвитку економіки, харчових технологій та товарознавства: 347.
20. Сімакова, Ольга Олександрівна, et al. "Організація обслуговування в закладах ресторанного господарства." Організація обслуговування в закладах ресторанного господарства (2022): 33.
21. Сидорук, А. В., Г. А. Омеляненко, and І. В. Серeda. "Автоматизація системи управління закладами ресторанного господарства automation of restaurant management system." Вип 5.32: 76-82.
22. Сохань, Юлія Сергіївна. "Online ресторан на основі WEB–технології." (2021).
23. Танасійчук, А. Б. "Інновації в індустрії громадського харчування." Вісник студентського наукового товариства «ВАТРА» Вінницького торговельно-економічного інституту КНТЕУ. Вінниця: Редакційно-видавничий: 327.
24. Терещук, Наталія Василівна. "Методологічні основи розвитку сервісології в ресторанному господарстві." Інновації та технології в сфері послуг і харчування 1-2 (3-4) (2021): 75-83.
25. Орленко, О. В., and Н. Ю. Ярошенко. "Інноваційні ресторани технології."
26. Фрей, Л. В., and В. В. Власюк. "Інноваційні рішення технічної модернізації як пріоритетний напрям розвитку готельно-ресторанного бізнесу." Редакційна колегія (2019): 253.
27. Шквиря, Н., and Є. Лактіонов. "Маркетингове управління підприємствами ресторанного бізнесу у цифровій економіці.(2021): 125.
28. Яворська, Г. Я. "Препатійний ресторан, як елемент розвитку індустрії гостинності." Матеріали X Всеукраїнської науково-практичної конференції пам'яті почесного професора Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя, академіка НАН України Миколи Григоровича Чумаченка: „Соціальна відповідальність як основа інноваційного розвитку бізнесу “ (2022): 95-96.

29. Янюк, О. В. "Стандарти роботи ресторанів м. Хмельницького." Організаційний комітет: 169.
30. Betterteam. <https://www.betterteam.com/sommelier-job-description>
31. кр.ua <https://kr.ua/ua/economics/a658958-olha-nasonova-restorani-pid-chas-vijni-tse-psikhologichnij-pritulok>.
32. Прогноз на 2023 рік: тенденції та виклики, які постануть перед ресторанами, частина друга <https://modernrestaurantmanagement.com/2023-outlook-trends-and-challenges-restaurants-will-see-part-two/>.
33. 10 нематеріальних факторів, що впливають на досвід відвідувачів і їх утримання в ресторані <https://www.posist.com/restaurant-times/restro-gyaan/factors-affecting-customer-experience.html>.
34. <https://overproof.com/2021/04/23/table-turnover-rate/>.



# ДОДАТКИ

## ДОДАТОК А





# GOODMAN®

## STEAK HOUSE

### COLD APPETIZERS

<i>Taste it!</i> Chicken liver pate with foie gras 100/40/30 g.....	199
Roast beef with croutons 120/60/15 g.....	299
Cheese platter 180/80/20/30 g.....	399
Italian delicatessen platter 90 g.....	299
<i>Taste it!</i> GOODMAN beef carpaccio 75/30/10 g.....	399
Salmon carpaccio 100/20 g.....	269
Tartar with beef and avocado 160/40 g.....	399
<i>Taste it!</i> GOODMAN pickled herring with rye toasts 160/260/100 g.....	369
Assorted pickles 620 g.....	369
Cured pork 120/30/40 g.....	329

(General's cured pork fat, smoked belly bacon, crispy toasts, horseradish and mustard)

### SALADS

Roast beef and pear salad 260 g.....	329
Fresh cucumbers, ripe tomatoes and herbs 250 g.....	149
<i>Taste it!</i> GOODMAN green salad with pan-fried porcini mushrooms and pumpkin seed oil 115 g.....	329
+ bresaola 30 g.....	99
+ prosciutto 30 g.....	99
Caesar salad	
<i>Taste it!</i> with chicken 245 g.....	269
with shrimps 230 g.....	349
Caprese 300/30 g.....	299
Mixed green salad 125 g.....	149
Salad with marinated salmon 180 g.....	269
Greek salad 225 g.....	169

### HOT APPETIZERS

Garlic toasts with ripe tomatoes, crunchy pancetta and basil 160 g.....	229
<i>Taste it!</i> Chicken wings 300/100/75 g.....	349
(with carrots, celery and blue cheese sauce)	
<i>Taste it!</i> Specialty pork ribs with orange sauce 300/60/10 g.....	399

### SOUPS

Ukrainian borscht with pampushkas (baked rolls) 500/60/40 g.....	189
Mexican tomato and beans soup 300/10 g.....	189
Cream soup of porcini & button mushrooms 250/10 g.....	169
Veal brisket and potato soup 500/20 g.....	189

Bread basket with butter 60/30 g..... 19

### BURGER

Burger Premier-GOODMAN 250\*/180/100/80 g..... 399

Our famous burgers are made with patties of premium cuts of beef to which we add the freshest tomatoes, red onion rings, salad leaves, gherkins and serve with golden French fries, ketchup and mayonnaise sauce

+ crunchy pancetta 10 g.....	49
+ fried egg 1 ps.....	29
+ Cheddar 30 g.....	49
+ onion rings 20 g.....	29

### MEAT ENTREES

Patty beef patty with egg 200/30 g.....	349
Patty chicken patty with mushroom sauce 200/50 g.....	319
Turkey fillet jospers grilled 250/40/25 g.....	369
Rack of lamb 400/600 g * (за 100 g).....	489
New Zealand	
Grilled pork 250/40/25 g.....	369
Medallions with risotto 260/160 g.....	649
<i>Taste it!</i> Beef stroganoff 340 g.....	649
(Made solely from beef tenderloin)	
Rack of veal jospers grilled 260/60/30 g.....	599

### FISH AND SEAFOOD ENTREES

Dorado in Neapolitan style 350/60 g.....	499
Tuna steak 240*/60 g.....	799
<i>Taste it!</i> Salmon steak 220/60 g.....	599
Tagliatelle with shrimps 400 g.....	469
GOODMAN tiger shrimps 200/60 g.....	529
(Pan-fried with tomatoes, garlic and herbs)	
Grilled shrimps 150/50/60 g.....	499
(Jospers-grilled tiger shrimps)	
Chilean sea bass steak 160/60 g.....	1699

### SIDE DISHS

Potatoes pan-fried with mushrooms 250 g.....	119
<i>Taste it!</i> Grilled vegetables 200 g.....	199
<i>Taste it!</i> Mashed potatoes with roquefort cheese 250 g.....	119
<i>Taste it!</i> Ripe tomatoes and red onion salad 290 g.....	189
(choice of basil or coriander)	
Creamed spinach 200 g.....	139
French fries 150 g.....	119
Batat frying deep-fried 150 g.....	169
Rice boiled 150 g.....	99
Grilled asparagus 100 g.....	369
Grilled corn 200 g.....	169

### DESSERTS

<i>Taste it!</i> Warm apple pie 160/50/50 g.....	199
(with a scoop of vanilla ice cream)	
Chocolate fondant 110/50 g.....	169
Pineapple 300 g.....	299
Cheesecake 180/20 g.....	189
Ice cream (3 scoops) 150 g.....	199
Crème-brûlée 180 g.....	199
(vanilla, pistachio and coffee-flavored)	

- \* The weight of the product is indicated in raw form. The weight of the dish on your plate depends on the order. You degree of roasting.
- \*\* The dish is served without garnish.
- This leaflet is an advertisement. Formalized menu is provided upon request.\*
- For further information, please contact your waiter.
- All our prices are in grivnas.
- We accept hryvnas and principal credit cards for payment.
- 10% compulsory service charge is added to the bill for parties of 8 or more.

Before placing order please inform your server  
Of any food allergies. Please ask the manager  
About all allergens in our meals.

Kyiv ★ London ★ Zurich

www.goodman.com.ua • 380 (44) 596 00 00 • GOODMAN steak house on facebook.com/GoodmanUkraine

WiFi  
goodman2020