

ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра готельно-ресторанного бізнесу

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

Сервісні бізнес-процеси суб'єкта ресторанного бізнесу

Студентки 3 курсу, 7с групи
спеціальності
241 «Готельно-ресторанна справа»
освітньої програми
«Готельно-ресторанна справа»

Сіркової
Катерини
Андріївни

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 програма «Готельно-ресторанна справа»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Зав. кафедри
готельно-ресторанного бізнесу
проф. _____ М.Г. Бойко
« ____ » _____ 2022 р.

ЗАВДАННЯ

на випускню кваліфікаційну роботу студентці

СІРКОВІЙ КАТЕРИНІ АНДРІЇВНІ

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема випускної кваліфікаційної роботи: «Сервісні бізнес-процеси ресторану «Тайский Привіт», м. Київ»

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

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

3. Цільова установка та вихідні дані до роботи

Мета роботи розроблення та обґрунтування методичних та практичних засад удосконалення сервісних бізнес-процесів суб'єкта ресторанного бізнесу

Об'єкт дослідження – це процес удосконалення сервісних бізнес-процесів ресторану «Тайский Привіт», м. Київ

Предмет дослідження – методичні та практичні підходи до удосконалення сервісних бізнес-процесів суб'єкта ресторанного бізнесу

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

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ДІАГНОСТИКА СЕРВІСНИХ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ РЕСТОРАНУ «Тайський Привіт », м. КИЇВ

- 1.1. Оцінка сервісних технологій ресторану
- 1.2. Моніторинг факторів впливу на сервісні технології ресторану

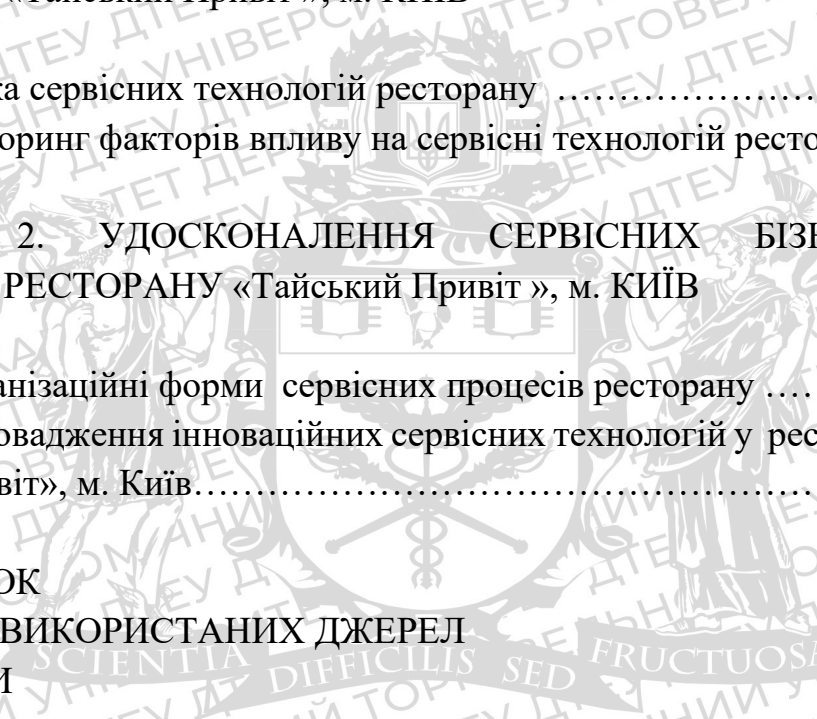
РОЗДІЛ 2. УДОСКОНАЛЕННЯ СЕРВІСНИХ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ РЕСТОРАНУ «Тайський Привіт », м. КИЇВ

- 2.1. Організаційні форми сервісних процесів ресторану
- 2.2. Впровадження інноваційних сервісних технологій у ресторані «Тайський Привіт», м. Київ.....

ВИСНОВОК

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)

К.А. Сіркова
(ініціали, прізвище)

10. Відгук керівника випускної кваліфікаційної роботи

Студентка Сіркова К.А. виконала випускну кваліфікаційну роботу на тему: «Сервісні бізнес-процеси ресторану «Тайский Привіт», 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 удосконалення сервісних бізнес-процесів суб'єкта ресторанного бізнесу.

На основі аналізу основних показників господарської діяльності здійснено дослідження теоретичних, методичних та прикладних засад впровадження сервісних бізнес-процесів суб'єкта ресторанного бізнесу.

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

Сіркова К.А.

(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

ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1. ДІАГНОСТИКА СЕРВІСНИХ ТЕХНОЛОГІЙ РЕСТОРАНУ	
«Тайский Привіт », М. КИЇВ.....	10
1.1. Оцінка сервісних технологій ресторану	10
1.2. Моніторинг факторів впливу на сервісні технології ресторану	17
РОЗДІЛ 2. НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ СЕРВІСНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У	
РЕСТОРАНІ «Тайский Привіт », М. КИЇВ.....	
2.1. Організаційні форми сервісних процесів ресторану	21
2.2. Впровадження інноваційних сервісних технологій у ресторані	
«Тайский Привіт », М. КИЇВ.....	24
ВИСНОВКИ.....	34
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	37



ВСТУП

Актуальність теми. Ресторанний бізнес є одним із найприбутковіших у світі. На даний момент це лідер серед найприбутковіших бізнес сфер, виходячи з цього перспективний для інвестицій на українському ринку. В Україні ЗРГ стали одними з найперших сфер послуг, які перейшли на ринкові відносини. В даний час ринок ресторанних послуг постійно змінюється і поширюється під впливом різних внутрішніх і зовнішніх факторів середовища. Останнім часом в Україні з'явилися так звані вільні або креативні простори, які часто називають себе «коворкінгами», «некафе» або «smart cafe». Вони можуть розташовуватися в центрі міста, або в офісних центрах. Основна концепція таких закладів - безкоштовно все, крім часу.

Як відомо, сучасний ринок ресторанних послуг характеризується нетривалим життєвим циклом - від одного до трьох років, а за ступенем ризику ресторанний бізнес незмінно посідає третє-четверте місце. Тому для закріплення та розвитку на ринку ресторанних послуг підприємствам ресторанного господарства необхідно постійно розвиватися. Позитивному розвитку підприємства сприяє перш за все впровадження інновацій. Для того, щоб вижити і розвиватися в конкурентному ринковому середовищі, ринкові суб'єкти повинні вміти формувати власні конкурентні переваги, які здебільшого досягаються завдяки впровадженню інновацій, які з'явилися в новому світі практично з самого початку економічних реформ.

Рівень дослідженості теми. Питанням впровадження сервісних технологій у підприємства приділено увагу багатьох талановитих рестораторів, науковців та фахівців ресторанного бізнесу. Наукові розробки, присвячені дослідженню особливостей впровадження сервісних інновацій у підприємствах ресторанного бізнесу, належать таким вітчизняним науковцям, як :

- Завальнюк В.В. Методика проектування підсистеми інформаційного забезпечення стратегічного управління інноваційною діяльністю підприємства / Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. – 2016. – № 8, Ч. 1. – С. 82-85;
- Левицька І.В., Завальнюк В.В. Особливості впровадження інноваційних технологій в систему управління підприємствами ресторанного господарства. 2013;
- П'ятницька Г., Григоренко О. Сучасні проблеми інноваційного розвитку ресторанного господарства України // Вісник КНТЕУ. 2009. №1. С.5-11;

У сфері ресторанного бізнесу є ряд вагомих розробок, серед яких можна виділити праці Архіпова В.В., Калашникова О.Ю., Карпенка В.Д та інших. Проте особливості та переваги застосування Інтернет-технологій у діяльності цього сегменту залишаються практично недослідженими, отже, стверджувати про цілковите вирішення питання сервісних процесів у підприємстві-неможливо!

Метою написання дипломної роботи є аналіз основних форм застосування Інтернет-технологій на підприємствах сфери ресторанного бізнесу та дослідження досвіду їх запровадження у вітчизняній та закордонній практиці.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити ряд наукових **завдань**:

- дослідити організацію сервісних процесів підприємства ресторанного господарства;
- проаналізувати фактори впливу на ефективність сервісної системи ресторану;
- оцінити рівень якості сервісних процесів ресторану;
- розробити напрями удосконалення сервісних процесів ресторану;

– обґрунтувати пропозиції щодо впровадження інноваційних сервісних технологій у ресторані « Тайський Привіт ».

Об’єкт дослідження – це процес удосконалення сервісних бізнес-процесів ресторану «Тайський Привіт », м. Київ.

Предмет дослідження – методичні та практичні підходи до удосконалення сервісних технологій у ресторані « Тайський Привіт », м. Київ.

Методи дослідження. Під час написання дипломної роботи, були використані наступні методи наукових досліджень:

- класифікація – з метою поділу понять, термінів та інформації для її подальшої систематизації;
- аналіз і синтез – для структуризації підходів до класифікації, порівнянь, групування, типізації – для порівняльного аналізу,
- анкетування – з метою дослідження особливостей впровадження сервісних технологій у підприємства ресторанного господарства;
- статистичні спостереження – для відображення рівня динаміки, чи навпаки статичності досліджуваних показників.

Для виявлення тенденцій розвитку підприємств ресторанного господарства та систематизації отриманої інформації використані методи комп’ютерної обробки здійснені за допомогою пакетів прикладних програм.

Інформаційна база. Для виконання курсової роботи, основними інформаційними джерелами є:

- наукова література з обраної теми дослідження;
- підручники і навчальні посібники, які в системному порядку викладають основні проблемні та актуальні питання;
- наукові, та інформаційно-описові статті в яких фахівці та ресторатори сьогодення, діляться своїм досвідом роботи з сервісними бізнес-процесами в ресторанному бізнесі;

РОЗДІЛ 1. ДІАГНОСТИКА СЕРВІСНИХ ТЕХНОЛОГІЙ РЕСТОРАНУ

«Тайський Привіт», м. КИЇВ

1.1. Оцінка сервісних технологій ресторану

Основними елементами ефективності роботи закладу ресторанного господарства є концепція закладу, цінова категорія, кухня, якість обслуговування, спектр наданих послуг, атмосфера. Запорукою успіху ефективного розвитку ресторану є тісна взаємодія цих складових. Підвищення культури обслуговування споживачів є перспективним завданням власників закладів ресторанного господарства, яке потребує особливої уваги та швидкого вирішення. Тому кожен ресторатор, аби залучити якнайбільше відвідувачів, намагається підвищити рівень якості обслуговування.

Я пропоную на конкретному прикладі розглянути:

- Стратегію;
- Концепцію;
- Розвиток;
- Та якість

закладу «Тайський Привіт», що розташований в місті Київ.

«Тайський Привіт» – це заклад розташований у самому центрі столиці, з кухнею Таїланду. «У Таїланді відчувається вплив і Китаю, і Індії. До того ж країна сусідить з Малайзією, М'янмою і Камбоджею. У кожному районі – свої страви і своє змішування культур» - цитата шеф-кухаря в інтерв'ю про заклад.

Одним з кроком для того, щоб краще відчути атмосферу Таїланду, та самого закладу - команда запросила з Таїланду бренд-шефа Ча та його помічника Чакіта.

Ча до цього працював шефом тайського ресторану в малайзійському Куала-Лумпурі, але є представником північно-східного регіону Ісан, своєю чергою, Чакіт представляє Бангкок. Тож у меню хотіли поєднати різні частини країни, а не лише запропонувати відомі туристам том-ям і пад-тай.

Біля входу гостей закладу «Тайський Привіт» зустрічає велика яскрава фігура тигра, яку для кафе привезли з Таїланду. «У нас було конкретне завдання – знайти найбільш кумедного тайського тигра», – цитата власника закладу про фігуру вагою 700 кілограмів. Дерев'яні двері, столи з червоним тайським деревом в основі, скульптури бірманських божеств, для вивезення яких із країни були потрібні окремі ліцензії. Доповнили тайський декор вінтажними стільцями з Парижа та вентиляторами 20-х років ХХ століття від General Electric на стелі. Під час підготовки відкриття самого ресторану- власник зі своєю командою, яка налічувала більше ніж 12 осіб, відвідали Таїланд за пів року- 5 разів (маючи вже великий досвід гостювання в цій країні).

Для того, щоб краще відчути саме ту тайську атмосферу, яку хотіли передати власники- не без того досить концептуальний заклад, облаштував в своїй залі дві кабінки, де проводять масаж дві майстрині, привезені саме з Таїланду.

«Це перший тайський ресторан у Києві та в Україні загалом, тому ми відчуваємо на собі відповідальність – ознайомити людей з цілою кухнею. Наше завдання – зробити так, щоб було по-справжньому, по-тайськи, але водночас доступно», – розповідає шеф «Тайський Привіт».

Стратегічне управління ресторану «Тайський Привіт» розпочинається з визначення місії та цілей закладу. Місією ресторану «Тайський Привіт» є надання споживачам високоякісних ресторанных послуг, а саме:

- забезпечення смачними і високоякісними стравами та напоями, які відповідають найвищим стандартам якості;
- якісного, швидкого та відмінного обслуговування в дружній і ввічливій манері;
- страви - оригінальності та традиційні яким, в Києві немає конкурентів;

- максимальне занурення в атмосферу тайської культури, поєднане з вдалою, сучасною реалізацією;
- історія кожної страви, яку власник з командою особисто шукали, купували та дізнавалися в різних куточках Тайланду;
- надання різноманітних додаткових послуг, що дарують людям радість спілкування, роблять їх життя яскравішим і цікавішим, щоб кожен клієнт з радістю повертався до закладу знову.

Сутність обраної загальної (корпоративної стратегії) – стратегії інтенсивного росту (глибокого проникнення на ринок та розвитку товару) полягає в інтенсифікації маркетингових зусиль і впровадженні нових продуктів, послуг і покращенні існуючих. Вона допомагає підвищувати рівень показників, поставлених перед закладом цілей.

Таблиця 1.1.

Сутність стратегій, що входять до стратегічного набору ресторану «Тайський Привіт»

Назва стратегії	Сутність стратегії
Стратегія глибокого проникнення на ринок	Збільшення ринкової частки та обсягів збуту завдяки залученню нових клієнтів і більш повному задоволенню потреб існуючих клієнтів, що призведе до формування прихильності споживачів (збільшення середнього чека, частоти відвідування)
Стратегія розвитку товару	Збільшення ринкової частки та обсягів збуту за рахунок упровадження нових продуктів, послуг і покращення існуючих
Стратегія лідера	Концентрація на залученні нових клієнтів, збільшенні кількості візитів і обсязі замовлень існуючих, на подальшому зростанні ринкової частки закладу завдяки пропозиції нових продуктів, послуг (не існуючих на ринку), кращій якості продуктів, послуг, високоякісному обслуговуванню та ін.

Продовження табл. 1.1.

Стратегія індивідуального обслуговування	Зосередження уваги на потребах кожного важливого для закладу клієнта з метою зацікавлення та утримання існуючих споживачів
Стратегія диференціації	Передбачає вирізнення якихось аспектів закладу серед закладів конкурентів, зокрема за товаром, обслуговуванням, упаковкою, іміджем
Стратегія визначення найбільш перспективного сегмента	Визначення найбільш перспективного сегмента, тобто найбільш привабливих для закладу клієнтів
Маркетингова стратегія управління споживачами послуг ресторанного господарства	Розробка та впровадження набору запланованих рішень і дій, які можна корегувати залежно від змін у власних можливостях і зовнішньому середовищі, щодо залучення нових і утримання вже існуючих клієнтів для досягнення максимального прибутку в довгостроковій перспективі

Розробка стратегії включає в себе прийняття рішень щодо напрямів діяльності ресторану «Тайський Привіт». Ресторан «Тайський Привіт» – складний механізм із певною структурою, видами діяльності, процесами, переліком послуг і взаємовідносинами як між персоналом, так і між персоналом і клієнтами. Запропоновані стратегічні набори стратегій потребують подальшого визначення цілей, завдань, їх взаємозв'язків, а також способів їх досягнення

Загальна характеристика закладу:

- Відкрився в листопаді 2019 року;
- Розташовується в історичному центрі Києва;
- Графік роботи: 12:00 – 21:45

- Чисельність ресторану – 35 осіб;
- Ресторан національної, тайської кухні.

Ранжування показників у системі формування попиту на продукцію та заклад Тайський Привіт

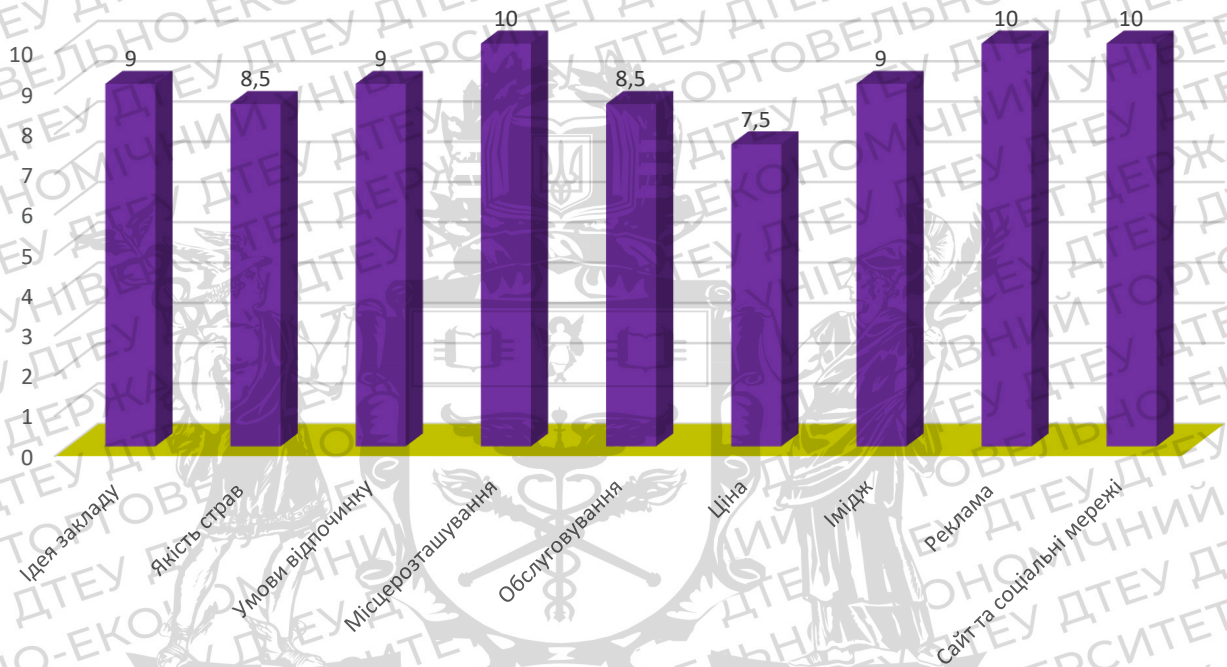


Рис. 1.1. Ранжування показників у системі формування попиту на продукцію ресторану «Тайський Привіт», м. Київ

Завдяки проведенню анонімного голосування на офіційних сторінках заклада у соціальних мережах та на їхньому веб-сайті, в якому прийняли участь сумарно більше ніж 20 000 осіб – виявили наступні результати:

- Клієнти високо оцінили концепцію та маркетинг закладу;
- А страви, ціна та обслуговування - виявилися слабким місцем закладу, яке вимагає доопрацювання.

Але загальна картина опитування продемонструвала досить великий результат, та зацікавленість закладом клієнтами.



Рис. 1.2. Організаційна структура управління закладу «Тайський Привіт», м. Київ

Як видно з рис. 1.2 організаційна структура ресторану є лінійною, що характеризується установленням чітких і простих зв'язків між підрозділами, єдністю і чіткістю розпорядництва та узгодженістю дій виконавців. Проте така структура висуває досить потужні вимоги до керівника, який повинен володіти широкими знаннями і досвідом щодо застосування функцій управління та сфер діяльності, що, в свою чергу, знижує можливості керівника ефективно управляти закладом.

1.2. Моніторинг факторів впливу на сервісні технології ресторану

Проаналізуємо діяльність ресторану «Тайський Привіт» з метою розуміння ситуації та напрямку подальшого розвитку. Для цього дослідимо сильні та слабкі сторони.

SWOT-аналіз - це універсальний спосіб оцінити слабкі і сильні сторони бізнесу, можливості та напрямки його подальшого розвитку.

Абревіатура «**SWOT**» утворена з чотирьох англійських слів:

- «strengths;
- Weaknesses;
- Opportunities;
- threats».

Визначимо сильні та слабкі сторони ресторану «Тайський Привіт» та виявимо можливості та потенційні загрози для його діяльності, використовуючи SWOT-аналіз підприємства. (таблиця 1).

Можливості внутрішнього середовища

1. Поява нових ділових партнерів;
2. Зростання купівельної спроможності відвідувачів;
3. Підвищення іміджу закладу та обізнаності споживачів про послуги ресторану за рахунок вдосконалення маркетингових комунікацій;
4. Велика кількість інноваційних технологій в сфері ресторанних послуг;
5. Наявність нових проєктів;
6. Можливість розширення мережі;
7. Швидка реакція на зміни;
8. Можливість збільшення обсягів продажу;
9. Низький рівень конкурентоздатних закладів.

Загрози внутрішнього середовища

1. Економічна та політична нестабільність, пандемія;
2. Висока вартість реклами;
3. Високий податковий тиск обмежує можливості подальшого розширення діяльності;
4. Нестача коштів;
5. Війна.

Таблиця 1.2.

SWOT-аналіз для ресторану «Тайський Привіт», м. Київ

Сильні сторони підприємства	SO-стратегія	WO-стратегія
<ol style="list-style-type: none"> 1. Висока якість надання ресторанних послуг; 2. Приймає участь у міжнародних проєктах, виставках. 3. Наявність екологічних сертифікатів; 4. Зростання числа клієнтів; 5. Впровадження новітніх технологій в сфері ресторанного господарства; 6. Наявність постійних споживачів. 7. Встановлені стабільні зв'язки з діловими партнерами; 8. Перспективність та динамічність політики, керівництва ресторану; 9. Низька плинність кадрів. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Стратегія посилення позицій на ринку; 2. Набір висококваліфікованих співробітників; 3. Привернення уваги можливих клієнтів; 4. Оптимізація системи оплати праці на основі ранжування посадової структури ресторану; 5. Реалізація програми навчання фахівців; 6. Створення відділу інноваційних послуг; 7. Оновлення та покращення асортименту і якості послуг та продукції. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Вдосконалення збору інформації; 2. Забезпечення високого рівня поінформованості споживачів; 3. Участь у благодійних та гуманітарних акціях; 4. Подальше освоєння ринку ресторанних послуг; 5. Реклама своїх послуг.

Слабкі сторони підприємства	ST-стратегія	WT-стратегія
<ol style="list-style-type: none"> 1. Постійна необхідність в великих інноваційних інвестиціях; 2. Не великий досвід роботи на ринку ресторанних послуг; 3. Недосконала система мотивації працівників; 4. Нестача висококваліфікованих спеціалістів в галузі маркетингу; 5. Залежність від партнерів постачальників та диктат цін на закупівлю сировини; 6. Низькі розробки стратегічних альтернатив розвитку підприємств. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Реалізація програми навчання фахівців 2. Набір кваліфікованого персоналу 3. Впровадження більш низьких цін, нових акцій, знижок 4. Обрання більш ефективні засоби маркетингових комунікацій 5. Вдосконалення збору маркетингової інформації 6. Відкриття відділу інноваційних ресторанних послуг 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Перехід на більш зручну систему оподаткування 2. Підвищити ефективність прийняття управлінських рішень, постійне відстежування ринку, чуйне реагування на мінливу кон'юнктуру ринку; 3. Удосконалити систему пошуку нових клієнтів, тим самим збільшивши їх кількість; 4. Зниження витрат.

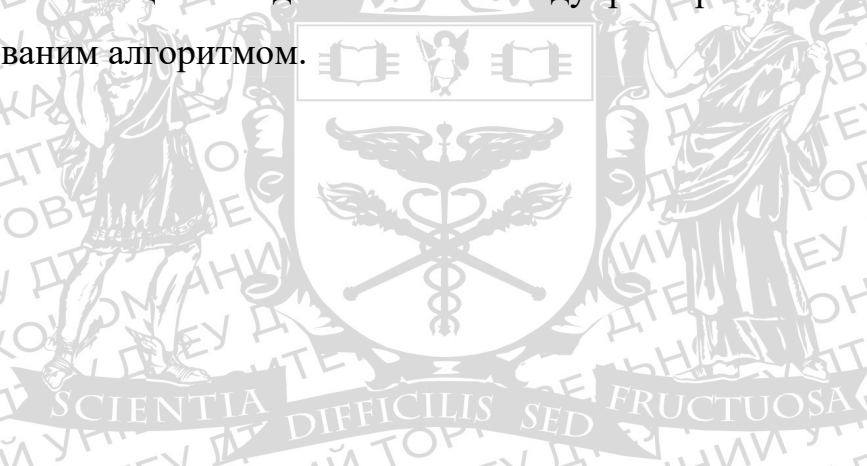
Після проведеного SWOT-аналізу, для ресторану «Тайський Привіт» виявили:

- Висока та тверда позиція на ринку ЗРГ;
- Наявність постійних відвідувачів, та велика аудиторія прихильників закладу у соціальних мережах;
- Оригінальність, сучасність та безпечність страв та кухні.

найбільш ймовірними можливостями вдосконалення закладу виявилися:

- Покращення маркетингових комунікацій;
- розширення асортименту послуг та продукції;
- розширення частки ринку.

Здійснено загальну характеристику ресторану «Тайський Привіт». Побудовано організаційну структуру управління ресторану, проведено аналіз асортиментної політики та динаміки фінансових показників діяльності закладу. Визначено конкурентні позиції ресторану «Тайський Привіт» та кола його основних конкурентів. Проведено SWOT-аналіз як універсальний спосіб оцінки слабких і сильних сторін бізнесу. Проведено оцінку інноваційної діяльності ресторану «Тайський Привіт» на засадах цільового, системного та ресурсного підходів. Обґрунтовано стадії комплексного оцінювання та аналізу інноваційної діяльності. Проведено оцінки стану та результатів впровадження стратегічного управління інноваційною діяльністю закладу ресторанного господарства за запропонованим алгоритмом.



РОЗДІЛ 2. НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ СЕРВІСНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У РЕСТОРАНІ «ТАЙСЬКИЙ ПРИВІТ» М. КИЇВ

2.1. Організаційні форми сервісних процесів ресторану

Сучасна практика ведення будь-якої економічної діяльності свідчить, що підприємства з метою зміцнення своїх конкурентних позицій на ринку та формування ефективного плану розвитку достатньо часто мають вдаватися до певних інноваційних змін. Це, а також необхідність забезпечення переходу економіки України до реалізації моделі науково-технічного та інноваційного розвитку обумовлюють доцільність дослідження проблематики створення передумов для впровадження ефективних інновацій на українських підприємствах, у тому числі і тих, діяльність яких прямо чи опосередковано пов'язана зі сферою ресторанного господарства.

Основними елементами ефективності роботи закладу ресторанного господарства є концепція закладу, цінова категорія, кухня, якість обслуговування, спектр наданих послуг, атмосфера. Запорукою успіху ефективного розвитку ресторану є тісна взаємодія цих складових. Підвищення культури обслуговування споживачів є перспективним завданням власників закладів ресторанного господарства, яке потребує особливої уваги та швидкого вирішення.

Тому кожен ресторатор, аби залучити якнайбільше відвідувачів, намагається підвищити рівень якості обслуговування. Для цього особливе значення приділяється інноваціям, які привертають до себе увагу клієнтів за рахунок неординарності пропозицій та загалом підвищують імідж ресторану.

Як відомо, сучасний ринок ресторанних послуг характеризується нетривалим життєвим циклом - від одного до трьох років, а за ступенем ризику ресторанний бізнес незмінно посідає третє-четверте місце. Тому для закріплення

та розвитку на ринку ресторанних послуг підприємствам ресторанного господарства необхідно постійно розвиватися. Позитивному розвитку підприємства сприяє перш за все впровадження інновацій. Для того, щоб вижити і розвиватися в конкурентному ринковому середовищі, ринкові суб'єкти повинні вміти формувати власні конкурентні переваги, які здебільшого досягаються завдяки впровадженню інновацій.

Можна відмітити, що інновації як явище повинні збільшувати рівень задоволення клієнтів, підвищувати конкурентоспроможність закладу та, як результат, прибутковість закладу. Це пов'язано з тим, що інновації - результати науки, які втілені в реально існуючі речі та процеси і дозволяють людству переходити на новий більш якісний рівень розвитку та існування.

В сучасному трактуванні термін «інновації» - кінцевий результат діяльності, що спрямована на створення й використання нововведень, втілених у вигляді вдосконалених чи нових товарів (виробів чи послуг), технологій їх виробництва, методів управління на всіх стадіях виробництва і збуту товарів, які сприяють розвитку й підвищенню економічної ефективності виробництва і споживання або забезпечують соціальний чи інший ефект.

Виділяють п'ять основних напрямів розвитку інноваційних процесів у ресторанному господарстві:

1. розширення сировинної бази: біологічно-активні добавки, вторинні продукти переробки море- та соєвих продуктів, екзотичні продукти, інше;
2. використання прогресивних галузевих технологій;
3. застосування автоматизованих систем контролю та управління, високоефективної контрольно-вимірювальної апаратури;
4. нові технології та напрями у кулінарії, пов'язані з появою модних течій у ресторанному бізнесі, кухні: креативна, еkleктична, вегетаріанська та інше;

5. розробка асортименту конкурентоспроможних видів продукції із заданими споживчими властивостями, високими параметрами якості та послуг.

Сучасні заклади ресторанного господарства використовують багато додаткових та інноваційних послуг, що робить їх більш конкурентоспроможними на ринку послуг харчування. Вони використовують:

- живу музику;
- дитячі кімнати;
- приготування у присутності клієнта та багато іншого.

На стадії організації споживання можуть бути застосованими інші інновації: від технології прийому замовлення у гостя до організації вечері (або святкового вечора: класичного чи інноваційного). Крім бронювання онлайн столика на визначений час та визначення місця розташування в залі ресторану, можливе замовлення тих страв, які бажає гість. Для цього, наприклад, застосовується електронне меню, яке ресторан виставляє в Інтернеті на своєму сайті. В цьому випадку замовник має можливість не тільки замовити страви, які він бажає покуштувати, але і визначитися з калорійністю, харчовою цінністю, ціною тощо. Потрібно постійно підтримувати високий рівень сервісу та створювати нові привабливі для споживачів умови, для того, щоб підприємство ставало ще більш популярним.

Основними напрямками розвитку сучасних технологій обслуговування, які використовуються саме в закладі «Тайський Привіт»:

- концепція закладу – традиційна тайська кухня ;
- розширення закладу, за рахунок прийомів онлайн-замовлень, через соціальні мережі на власний веб-сайт;
- можливість онлайн-замовлення на доставку, або самовивіз;
- наявність унікальної крафтової продукції;

- наявність в меню унікальних в Україні напоїв, завезених спеціально по замовленню закладу;
- впровадження мерчандайзингу (збуту продукції і послуг);
- можливість ознайомитись з меню та сплатити замовлення онлайн через QR-код;
- можливість зробити тонізуючий тайський масаж, кваліфікованими тайськими масажиста, безпосередньо в закладі.

2.2. Впровадження інноваційних сервісних технологій у ресторани «Тайський Привіт»:

У теперішній час можна прослідкувати існування різноманітних концептуальних закладів ресторанної галузі на локальному ринку, що створюють конкурентне середовище, яке сприяє підвищенню рівня якості, залученню більшої кількості споживачів і, як результат, збільшенню прибутку. Ідея концептуального ресторану включає вибір підприємцем певної теми, відповідно до якої розробляється меню, оформляється інтер'єр, вибираються постачальники обладнання, посуду, приладів, продуктів, напоїв.

В якості теми можуть бути використані кінематографічний, історичний, літературний чи інший сюжет, легенда. Лідером за кількістю та, мабуть, і за якістю концептуальних закладів ресторанного господарства в Україні є Львів. Там є багато нових ресторанів незвичних форматів, запорукою успіху яких є проривна ідея з чітким бізнес-планом. Цей напрям розвитку ресторанної справи є перспективним для всіх великих міст України, історія яких сповнена цікавих фактів і легенд про місцевих героїв.

Останнім часом в Україні з'явилися так звані вільні або креативні простори, які часто називають себе «коворкінгами», «некафе» або «smart cafe». Вони можуть розташовуватися в центрі міста або в офісних центрах. Основна концепція таких закладів - безкоштовно все, крім часу. Ці заклади працюють за

системою «все включено» (відвідувач платить не за їжу та напої, а за час) і являють собою нерухомість нового формату, яка спеціально пристосована для фрілансерів, стартаперів, ІТ-підприємців та маркетологів.

Коворкінг - це модель роботи, коли працівники залишаються вільними і незалежними і використовують вільний простір для своєї діяльності. Це місця для тих, хто комфортно відчуває себе в демократичній атмосфері і знаходиться у пошуках нових трендів, знань і вражень. Креативні простори і коворкінги являють собою свого роду культурно-освітні кластери, які поєднують в собі кафе, офісні та освітні центри, магазини, велопрокати, кінозали, конференц-зали, дизайн-бутики, шоу-руми, лекторії і майданчики для тусовки і т.п.

Основні інновації можна класифікувати за видами. До них відносять:

- маркетингові (керування процесом бронювання on-line);
- продуктові (застосування клінінгових технологій, патентування нових страв та їх оформлення);
- організаційні (нові форми та методи навчання персоналу, відкриття мережі закладів харчування, планування нових концепцій);
- ресурсні (пошук нових ресурсів для розвитку підприємств).

Інновації які зараз активно використовуються у ресторанному бізнесі:

• **Використання можливостей Інтернету.** Сьогодні кожен бажаючий може забронювати столик в Інтернеті. В online замовленні вказують усі деталі (час, кількість персон, передзамовлення тощо), а також залишають свої контакти. Завдяки цьому замовнику на телефон надійде sms-сповіщення або йому зателефонують з ресторану особисто для підтвердження заявки. Популярними з надання подібних послуг є сервіси Stolik.ua, Eatsmart.ua та ін.

• **Наявність wi-fi.** Цей критерій для сучасної молоді є одним із найголовніших при виборі закладу харчування або відпочинку. З вільним

доступом до Інтернету під час очікування замовлення можна переглянути новини, поспілкуватися з друзями у соціальних мережах, послухати музику тощо.

- **QR-коди і наявність електронного меню.** QR-код - це двовимірний штрих-код, з якого телефон зчитує інформацію. Це вдалий маркетинговий хід, завдяки якому привертають увагу відвідувачів. Зайшовши на сайт закладу, потенційні клієнти можуть переглянути on-line меню, де вказані всі позиції, що є в наявності у ресторані чи кафе. Це зручний спосіб, що спрощує процес вибору і замовлення страв безпосередньо на місці або через доставку.

- **Меню на вітринах та при вході в ресторан.** Вільний доступ до меню полегшує роботу персоналу у закладах харчування. Відвідувачі мають змогу самостійно ознайомитися з переліком страв і не відволікати офіціантів від роботи.

- **Аудіо-візуальні дисплеї.** Дисплеї, вбудовані у стіни, шафи, столи стали не лише оригінальним способом привернення уваги клієнтів, але й вдалим дизайнерським рішенням. Технологічно оновлений інтер'єр гарантує зацікавленість відвідувачів. Дисплеї можуть транслювати музичні кліпи, новини, а також використовуватися як екрани для доступу до Інтернету.

Культура обслуговування на високому рівні підвищує конкурентоспроможність підприємства, що дуже важливо при ринкових відносинах.

Таблиця 2.1.

Переваги від застосування інноваційних технологій у ресторані «Гайський привіт» м. Київ

Інновації	Майбутні зміни ресторанного бізнесу		
	Очікувані позитивні зміни	Галузеві обмеження і ризики	Можливі складності
Інформація внутрішніх сервісів	Підвищення гнучкості і оперативності в роботі зі споживачами, можливість індивідуалізації	Збільшення клієнтської бази (створення on-line, web- сервісів) призводить до	Інновації, які впроваджуються можуть виявитися надлишковими витратами

Створення online, web-, RFID сервісів	обслуговування без збільшення трансакційних витрат	супутнього зростання трансакційних витрат з обслуговування	через випередження існуючої технологічної культури населення,
Автоматизація системи розрахунків зі споживачами	Збільшення можливостей із залучення споживачів, розширення реклами	віддалених споживачів (проблема доставки)	культури споживання і дозвілля
Автоматизація системи постачання сировиною та матеріалами	Збільшення можливостей співпраці з провідними банками, спільні програми з підвищення лояльності споживачів	Недостатньо висока технологічна і споживча культура населення	Збільшення центрів витрат без супутнього зростання центрів прибутку, випереджаюче зростання
Впровадження інтегрованих систем	(знижки, бонуси, спеціальні пропозиції і т.д.), формування постійної клієнтської бази	Ненасиченість попиту на послуги підприємств ресторанного господарства і дозвілля	витрат на обслуговування «віддаленої» клієнтської бази
	Підвищення якості, оперативності і гнучкості постачання, рішення проблеми псування сировини, можливості підтримки ексклюзивного меню		
	Зміцнення і підвищення ефективності діяльності за рахунок інтеграції в суміжний бізнес		
	(ресторан при готелі, фірмі тощо)		

За проведеними дослідженнями виявлено десять ключових критеріїв сприймання якості послуги:

1. ступінь доступності (наскільки просто отримати своєчасний доступ до послуги);
2. імідж закладу (наскільки заклад заслуговує довіри);
3. знання (чи дійсно персонал ресторану розуміє потреби клієнта);
4. надійність (наскільки послідовна і надійна послуга);

5. безпека (чи не пов'язано виробництво і споживання послуги з небезпекою і ризиком);
6. компетенція персоналу (чи є у співробітників необхідна кваліфікація і знання для надання послуги високої якості);
7. рівень комунікації (наскільки добре заклад доносить до споживача свої послуги);
8. ввічливість (наскільки співробітники ввічливі, тактовні і уважні до споживачів);
9. реакція співробітників (чи виявляють співробітники бажання і здатність швидко надати послугу?);
10. естетичні чинники (чи пов'язаний зовнішній вигляд співробітників, фізична обстановка і інші відчуття з якістю наданої послуги).

Перші п'ять факторів пов'язані з якістю кінцевої послуги, а завершальні п'ять - з якістю процесу її надання.

Пропозиції для підвищення ефективності роботи ресторану ресторані

«Тайський Привіт»:

1. Запровадження високотехнологічних столів, з можливістю :
 - онлайн замовлення страв, без комунікації з офіціантами;
 - спостереження за роботою кухні, через додаток;
 - складання рахунку та безконтактна оплата;
 - додаток для виклику таксі.
2. RFID-технологія – це технологія, за допомогою якої, поблизу ресторанів розміщуються RFID-мітки, які можуть зчитуватися спеціальними портативними пристроями за допомогою Wi-Fi, Bluetooth або мобільного зв'язку. Відбувається зв'язок з сервером, на якому зберігається найрізноманітніша інформація про даний ресторан. Відповідна інформація далі може бути передана

на спеціальний портативний пристрій, що є у власника. Таким чином, власник даного КПК, наприклад, заблукавши або стоячи в пробці, отримує можливість переглянути меню зареєстрованого пристроєм, розташованого поблизу ресторану, дізнатися про наявність вільних місць, систему знижок і бонусів і т.д.

3. Тепан шоу – новий вид кухарського мистецтва, який набирає все більшої популярності у відвідувачів ресторанів. Прямо перед очима гостей шеф-кухар готує блюдо на розпеченій, ідеально гладкій плиті. Нудно точно не буде, вам покажуть справжнє вогняне шоу і те, як майстер-шеф приборкує вогонь, готує неперевершену страву і при цьому може ще й розважити інтерактивом.

4. Інтерактивний бар або iBar – це унікальний винахід, технологія майбутнього, яка є доступною нам вже сьогодні. Інтерактивна барна стійка є сенсорною панеллю, яка обладнана повнокольоровим екраном, що працює на основі технології мультитач. Причому реагує інтерактивний бар не лише на легкий дотик рук, а й на рухи. Фактично йдеться про інтерактивний екран, який служить для відображення відео ефектів, характер та інтенсивність яких продиктовані наявністю предметів на стійці та людською поведінкою. Якщо покласти на стіл смартфон, ключі, гаманець, почнеться повноцінне шоу, а сама стійка може миттєво перетворитися на зоряне небо, великий музичний інструмент чи підводний човен. Технологія робить все для розваги клієнта і утримання його біля бару якомога триваліший термін.

5. Роботизація (Роботів поділяють на):

- front of the house – працюють із гостями;
- back of the house – працюють на кухні.

Прикладів роботів другого виду поки що більше: роботизовані руки, що смажать бургери (Miso Robotics), або автомати, що готують салати (Spurse). Такі технології дозволяють досягти однакової якості продукту у всіх закладах мережі. Роботизацію розглядають як один з найефективніших методів вирішення

проблеми персоналу в майбутньому. Йдеться не про заміну людей, а радше про оптимізацію роботи працівників. До речі, в деяких японських, китайських та тайських ресторанах страви розносять не люди, а роботи, які до того ж вітають та розважають гостей піснями та танцями. SoftBank відкрила в Японії кафе Pepper Parlor, де людей поряд із звичайним персоналом обслуговують працівники-роботи. Машина приймають замовлення та спілкуються з відвідувачами. У Pepper Parlor працюють роботи Softbank трьох видів: людиноподібний Pepper, робот-танцюрист Nao та робот-прибиральник Whiz.

Наступні напрями збільшення прибутку і рентабельності ресторану

«Тайский Привіт»

— Збільшення обсягів виробництва і реалізації кулінарних та кондитерських виробів, послуг ресторанного господарства. Це можливо за умови збільшення завантаженості підприємства шляхом збільшення обсягів виробництва за рахунок: проведення святкових заходів; пропозиції споживачам меню із стравами, кулінарними та кондитерськими виробами з нетрадиційної сировини (диференційований товар), яка підвищує харчову та біологічну цінність готової продукції;

— Збільшення валового доходу, перш за все, за рахунок збільшення реалізації продукції власного виробництва, що користується попитом споживачів і є вигідною для підприємства. Організувати меню комплексних обідів та вечерів з доставкою на дім. Це вимагатиме незначних капіталовкладень у придбання одноразового посуду, пакувального матеріалу та на заробітну плату робітникам, які доставлятимуть замовлення.

— Збільшення рівня валового доходу до товарообігу. При цьому важливо проводити зважену цінову політику, не слід необґрунтовано збільшувати націнку на обідню продукцію, кондитерські та кулінарні вироби;

— Підвищення продуктивності праці робітників підприємства: побудова ефективної системи матеріального стимулювання роботи працівників, орієнтована на досягнення кінцевих результатів; підвищення кваліфікації робітників; раціоналізація режиму роботи підприємства; механізація трудомістких процесів.

Разом з тим, слід додержуватися науково обґрунтованих співвідношень між темпами росту товарообігу, валового доходу, продуктивності праці і фондом оплати праці, а також середньою заробітною платою. Збільшення ефективності використання трудових ресурсів забезпечить подальше зростання продуктивності праці і, відповідно, викликає зниження рівня заробітної плати та здійснює вплив на зниження рівня низки інших витрат: відрахувань на соціальні заходи, витрат на охорону праці і техніки безпеки, знос спецодягу й інших видів витрат, пов'язаних з процесом виробництва та обслуговування. Водночас зростання продуктивності праці, сприяючи збільшенню обсягу товарообігу, викликає зниження рівня постійних витрат, а отже, і загального рівня витрат.

— Налагодження прямих зв'язків з постачальниками сировини, напівфабрикатів, купівельних товарів з метою зменшення витрат на їх придбання, а також придбання за більш вигідними цінами. Вплив цього фактора на витрати обігу пов'язаний з характером і розташуванням постачальників підприємства, обсягами закупівлі продукції, оптимізацією розміру партій поставки, раціональністю графіків заводу, засобами доставки товарів.

Загалом для ефективного функціонування закладу необхідне вироблення широкого формулювання того, яким буде бізнес, якими повинні бути його цілі та яка політика є необхідною для їх досягнення.

ВИСНОВКИ

Ресторанний бізнес – одна з небагатьох сфер вітчизняної економіки, до якої практично з самого початку економічних реформ в повній мірі з'явилися ринкові відносини. Сьогодні – це найбільш динамічно розвинений і високоприбутковий, а, отже, перспективний для інвестицій і привабливий для підприємців сегмент українського ринку послуг. Все це поставило перед управлінням підприємств цієї сфери послуг цілий ряд нових завдань, таких, як необхідність підвищення ефективності виробництва, зміцнення конкурентної позиції, що неминуче пов'язано з впровадженням в повсякденну практику ведення бізнесу сучасних досягнень менеджменту і маркетингу. Складність вирішення проблем управління розвитком виробництва ресторанних послуг вимагає використання системного підходу. На сучасному етапі розвитку ресторанного бізнесу, в умовах швидко мінливого зовнішнього середовища і постійно зростаючої конкуренції, система управління повинна адекватно коригуватися відповідно до впливу різних економічних, соціальних та інших факторів. Це коректування повинно бути засноване на системному управлінні внутрішніми і зовнішніми зв'язками всіх її елементів. Застосування системного підходу дозволить адекватно вирішувати проблеми управління розвитком виробництва ресторанних послуг, виробляти відповідні стратегії досягнення поставлених цілей в рамках раціональної та ефективної системи управління. Функціонування системи управління направлено, перш за все, на підвищення ефективності діяльності системи в цілому і основні показники її ефективності слід відшукувати в кінцевих результатах роботи об'єкта управління. Для виконання функцій управління підприємствами, закладами ресторанного господарства створюється відповідна структура системи управління, яка являє собою сукупність спеціалізованих

підрозділів, взаємопов'язаних процесом прийняття та реалізації управлінських рішень.

Для ефективного розвитку ресторанного бізнесу, необхідно мати систему управління, адекватну високого динамізму зовнішнього середовища, яку можна описати і графічно представити. Система управління організацією – це система, яка: - спирається на вищих керівників і співробітників, що мають мотивовано професійний потенціал, як основу організації; - спрямовує організацію до всебічного розвитку відносин зі споживачами з метою задоволення їх потреб за рахунок виробництва конкурентоспроможності продукції, надання якісних послуг та встановлення добросусідських відносин; - визначає ефективність господарської діяльності підприємства через системи оперативного і поточного управління на основі принципів синергії; - здійснює гнучке регулювання і своєчасні зміни в організації, викликане зовнішніми впливами і дозволяє домагатися конкурентних переваг; - забезпечує сталий розвиток організації в довгостроковій перспективі, не порушуючи гармонію навколишнього простору, завдяки підприємницької стратегії і винахідливості в її реалізації. На нашу думку, в сфері ресторанного бізнесу весь план виробничо-господарської діяльності підприємства в цілому повинен бути оснований на план маркетингу.

Таким чином, структура системи операційної менеджменту ресторану знаходиться у безпосередній залежності від особливості процесу надання послуг на підприємстві. Головним, визначальним елементом операційного менеджменту ресторану, на наш погляд, є якість роботи і відповідальність персоналу, стабільність і безперервний розвиток компетентності персоналу, залучення працівників, командна робота, а також створення в колективі атмосфери довіри, здорового психологічного клімату стимулюючого хорошу роботу і творчість. Саме безперервний розвиток компетентності персоналу є найважливішим в сучасній ринковій економіці. Чим швидше персонал зможе перенавчитися на нові

стандарти, навчитися працювати на сучасному обладнанні і знаходити різні підходи у вирішенні питань, що виникають в процесі виробництва і реалізації товарів і послуг, тим вище буде ефективність їх роботи, а також роботи всієї організації. Для цього необхідно проводити набір персоналу, відповідно до чітко поставленими вимогами організації, а також ввести систему мотивації для збільшення продуктивності праці.

Найпродуктивнішим та найшвидшим каналом передачі інформації у світі є глобальна мережа Інтернет, що дає змогу ефективно використовувати її для впровадження інновацій у ресторанному бізнесі. Специфіка роботи Інтернету дозволяє кардинально змінювати способи і методи взаємодії між суб'єктами бізнесу, підвищувати рівень якості обслуговування споживачів, зміцнювати конкурентні позиції господарюючих суб'єктів, одержувати максимально повну і об'єктивну інформацію для ведення бізнесу, створювати нові перспективні форми соціальної та економічної діяльності.

Аналіз літературних та Інтернет-джерел показав, що сучасний ресторанний бізнес пропонує споживачам широку номенклатуру послуг ресторанного господарства, які мають свої особливості. Для досягнення ефективності обслуговування у ресторані працівникам необхідно володіти професійними знаннями щодо специфіки надання послуг, удосконалювати рівень професійності та активно реагувати на сучасні зміни у світі ресторанного бізнесу.

Визначено сутність інновацій та інноваційної діяльності закладів ресторанного господарства, проаналізовано особливості надання послуг у сфері ресторанного бізнесу, досліджено тенденції розвитку послуг ресторанного господарства в сучасних умовах. Запропоновано застосування інноваційних форм обслуговування на підприємствах ресторанного бізнесу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аніщенко А.П. Тимбілдинг як одна з перспективних моделей корпоративного менеджменту в туризмі / А.П. Аніщенко, М.Н. Зайцева // Культурологія та соціальні комунікації: інноваційні стратегії розвитку: матеріали Міжнар. наук. конф. (м. Харків, 21-22 листопада 2019 р.). Харків: Харк. держ. акад. культури, 2019. С.104-106
2. Александрова С.А., Гаврилова А.С. Актуальні проблеми управління соціально-економічними системами // Матеріали всеукраїнської науково-практичної конференції (м. Луцьк, 8 грудня 2016 р.). Луцьк: Луцький НТУ, 2016. Ч. 4. С. 54–56.
3. Бутусевич А. Підбираємо персонал: методи і типові помилки Консультант кадровика/ Управління персоналом №23 (155) 2017
4. Бабушко С.Р. Професійний розвиток фахівців сфери туризму в США та Канаді: монографія / за наук. ред.: Л.Б. Лук'янової. К.-Ніжин: Видавець ПП Лисенко М. М., 2015. 424 с
5. Брюханова Н. Підходи до розуміння компетентності та компетенції в освіті.
6. Булгакова А. К. Сучасні методи управління персоналом на підприємствах ресторанного господарства [Електронний ресурс] / А. К. Булгакова, 2012. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/kgm_econ/2012_10_2/494-498.pdf.
7. Бунтова Н.В. Стратегічні напрями розвитку кадрового забезпечення готельного господарства України / Н.В. Бунтова // Демографія та соціальна економіка: Науковоекономічний та суспільно-політичний журнал. – 2017. – Вип. 1/2007. – С. 125–131.

8. Буряк, Т.В. (2013). Розвиток контрактного управління мережами в Україні. Економіка. Управління. Інновації. № 1. http://nbuv.gov.ua/j-pdf/eui_2013_1_7.pdf.
9. Аніщенко А.П. Тимбілдинг як одна з перспективних моделей корпоративного менеджменту в туризмі / А.П. Аніщенко, М.Н. Зайцева // Культурологія та соціальні комунікації: інноваційні стратегії розвитку: матеріали Міжнар. наук. конф. (м. Харків, 21-22 листопада 2019 р.). Харків: Харк. держ. акад. культури, 2019. С.104-106
- 10.Александрова С.А., Гаврилова А.С. Актуальні проблеми управління соціально-економічними системами // Матеріали всеукраїнської науково-практичної конференції (м. Луцьк, 8 грудня 2016 р.). Луцьк: Луцький НТУ, 2016. Ч. 4. С. 54–56.
- 11.Бутусевич А. Підбираємо персонал: методи і типові помилки Консультант кадровика/ Управління персоналом №23 (155) 2017
- 12.Бабушко С.Р. Професійний розвиток фахівців сфери туризму в США та Канаді: монографія / за наук. ред.. Л.Б. Лук'янової. К.-Ніжин: Видавець ПП Лисенко М. М., 2015. 424 с
- 13.Брюханова Н. Підходи до розуміння компетентності та компетенції в освіті.
- 14.Булгакова А. К. Сучасні методи управління персоналом на підприємствах ресторанного господарства [Електронний ресурс] / А. К. Булгакова, 2012. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/kgm_econ/2012_10/2/494-498.pdf.
- 15.Бунтова Н.В. Стратегічні напрями розвитку кадрового забезпечення ресторанного господарства України / Н.В. Бунтова // Демографія та соціальна економіка: Науковоекономічний та суспільно-політичний журнал. – 2017. – Вип. 1/2007. – С. 125–131.

16. Буряк, Т.В. (2013). Розвиток контрактного управління ресторанными мережами в Україні. Економіка. Управління. Інновації. № 1. http://nbuv.gov.ua/j-pdf/eui_2013_1_7.pdf
17. <https://uaotzyv.com/kyiv/tayskiy-privet-244853>
18. https://www.tripadvisor.ru/Restaurant_Review-g294474-d19484844-Reviews-Taitskiy_Privet-Kyiv.html
19. <https://ru.restaurantguru.com/Taiskii-Privet-Kiev/reviews/google>
20. <https://top20.ua/kyiv/restorani-kafe-bari/restorani/tayskiy-privet-restoran.html>
21. <https://www.the-village.com.ua/village/food/new-place/291141-thailand-hi-tayskiy-pryvit-katsurin-balbek-bureau-chehovskiy-honchara>
22. https://chvku.at.ua/foto/2019-2020/dist/oblik/torg_ob_1119.pdf
23. Скляр В. С. Рекламна діяльність підприємств ресторанного господарства в умовах мережних технологій / В. С. Скляр, Ж. О. Пророчук
24. Антонова В.А. Якість і маркетингова стратегія ресторанного бізнесу / В.А. Антонова // Торгівля і ринок України. Донецьк, 2008. Вип.25, т.2. С.9-15.
25. Литвиненко Т.Є. Новітні технології обслуговування у сфері ресторанного бізнесу / Т.Є. Литвиненко // Ресторанне господарство і туристична індустрія у ринкових умовах. К., 2003. С.123-127.
26. Оліфіров О.В. Маркетингові стратегії підприємства ресторанного господарства в умовах розвитку Інтернет-технологій / О.В. Оліфіров, К.О. Маковейчук
27. Аветисова А. О. Ресторанні мережі: конкурентні переваги, проблеми, перспективи розвитку / А. О. Аветисова // Вісник соціально-економічних досліджень. - 2013.
28. Борисова О.В. Тенденції розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. 2012. Вип.1(2). С.331-338.

29. Касенін В., Ткаченко Т. Проблеми розвитку ресторанного господарства в Україні. К.: Економіка України, 2011. С.41-46.
30. П'ятницька Г.Т., П'ятницька Н.О. Інноваційні ресторани технології: основи теорії: навч. посіб. для вищ. навч. закл. К.: Кондор, 2013. 250 с.
31. https://tourlib.net/statti_ukr/oschypok3.htm
32. <https://blog.metro.ua/ru/trendy-restorannogobiznesu-v-2021-rotsi/> 9.
33. Борисова О.В. Показники ефективності інноваційної політики підприємств ресторанного господарства // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг : [зб. наук. праць]. Харків : ХДУХТ, 2009. С. 72-77.

