

ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра готельно-ресторанного бізнесу

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

Системи якості послуг суб'єкта ресторанного бізнесу

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

Шинкарьової
Дарі
Геннадіївни

Науковий керівник
к.е.н., доц.

Кулик
Марія
Володимирівна

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

Расулова
Алла
Миколаївна

Київ 2023

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

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

ЗАВДАННЯна випускн^у кваліфікаційну роботу студентів^і***Шинкарьової Дарі Геннадіївни****(прізвище, ім'я, по батькові)*

1. Тема випускної кваліфікаційної роботи: «Система якості послуг 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 системи якості послуг у підприємстві ресторанного господарства.

Об'єкт дослідження – сервісні процеси підприємства ресторанного господарства.

Предмет дослідження – методичні та практичні підходи до удосконалення системи якості послуг у ресторані «РНІ РНІ» міста Київ

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

ВСТУП

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

- 1.1. Оцінка сервісних технологій ресторану
- 1.2. Основні і додаткові послуги які надаються в базовому закладі ресторанного господарства

РОЗДІЛ 2. НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМ ЯКОСТІ ПОСЛУГ У РЕСТОРАНІ «РНІ РНІ», М. КИЇВ

- 2.1. Організаційні форми сервісних процесів ресторану
- 2.2. Впровадження інноваційних систем якості послуг у ресторані «РНІ РНІ»

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

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

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

_____ (підпис)

М.В. Кулик
(ініціали, прізвище)

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

_____ (підпис)

А.М. Расулова
(ініціали, прізвище)

9. Завдання прийняв до виконання студент-дипломник

_____ (підпис)

Д.Г. Шинкарьова
(ініціали, прізвище)

10. Відгук керівника випускної кваліфікаційної роботи

Студентка Шинкаренко Дарія виконала випускну кваліфікаційну роботу у визначений термін згідно календарного плану. За змістом, структурою та оформленням робота відповідає вимогам. Робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. У випускній кваліфікаційній роботі розглянуто теоретичні, методологічні та практичні засади щодо впровадження системи якості послуг ресторану та моніторинг факторів впливу. Проаналізовано фактори впливу на систему якості послуг у ресторані «РНІ РНІ». Розглянуто напрямки впровадження інноваційних форм сервісних процесів ресторану «РНІ РНІ». На основі отриманих результатів економічно обґрунтовано програму заходів щодо впровадження системи якості послуг ресторану. Обґрунтовано прогноз результативності удосконалення впровадження системи якості послуг ресторану

Керівник випускної
кваліфікаційної роботи

М.В. Кулик

(підпис, дата)

11. Висновок про випускну кваліфікаційну роботу

Випускна кваліфікаційна робота студента Шинкарьова Д.Г.
(прізвище, ініціали)
може бути допущена до захисту в екзаменаційній комісії.

Гарант освітньої
програми

А.М. Расулова
(ініціали, прізвище)

(підпис)

Завідувач кафедри

М.Г. Бойко
(ініціали, прізвище)

(підпис)

«___» _____ 2022 р.

ЗМІСТ

6

ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1. ДІАГНОСТИКА СИСТЕМИ ЯКОСТІ ПОСЛУГ РЕСТОРАНУ «РНІ РНІ», М. КИЇВ.....	9
1.1. Оцінка сервісних технологій ресторану	9
1.2. Основні і додаткові послуги які надаються в базовому закладі ресторанного господарства.....	13
РОЗДІЛ 2. НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМ ЯКОСТІ ПОСЛУГ У РЕСТОРАНІ «РНІ РНІ», М. КИЇВ.....	
2.1. Організаційні форми сервісних процесів ресторану	17
2.2. Впровадження інноваційни систем якості послуг у ресторані «РНІ РНІ».....	21
ВИСНОВКИ	32
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	33
ДОДАТКИ.....	36

Актуальність теми. Ресторанний бізнес є одним з найбільш розповсюджених видів малого бізнесу, конкурентність в якому присутня завжди. Актуальність даної теми полягає у динамічному розвитку ресторанного ринку України, який обумовлює посилення конкурентної боротьби між закладами харчування, появу нових форматів закладів та використання інноваційних підходів у діяльності підприємств ресторанного господарства країни.

Рівень дослідженості теми. Наукові розробки, присвячені дослідженню особливостей впровадження систем якості послуг у підприємствах ресторанного бізнесу, належать таким вітчизняним науковцям, як В.І. Карсекін, О.І. Кочерга, С.С.Ткачова Л.М. Япун. Однак, стверджувати про цілковите вирішення питання, навіть за наявності значної кількості наукових розробок, не можна. Це ще раз підкреслює актуальність та важливість теми дослідження.

Метою є розроблення та обґрунтування методичних та практичних засад впровадження систем якості послуг у підприємствах ресторанного господарства.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити ряд наукових завдань:

- дослідити організацію систем якості послуг підприємства ресторанного господарства;
- проаналізувати фактори впливу на ефективність якості послуг ресторану;
- оцінити рівень якості систем послуг ресторану;
- розробити напрями удосконалення систем якості послуг ресторану;
- обґрунтувати пропозиції щодо впровадження інноваційних систем якості послуг у ресторані «РНІ РН».

Об'єкт дослідження – системи якості послуг підприємств ресторанного господарства.

Предмет дослідження – методичні та практичні підходи до удосконалення систем якості послуг у ресторані «РНІ РНІ», м. Київ.

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 систем якості послуг у підприємства ресторанного господарства, метод експертних оцінок – для оцінювання ефективності впровадження систем якості послуг у, математичні методи. Для виявлення тенденцій розвитку підприємств ресторанного господарства 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, мережі Інтернет, статистичні дані Державної служби статистики України, внутрішня звітність ресторану «РНІ РНІ» та матеріали з соціальних мереж закладу.

Практичне значення одержаних результатів полягає у обґрунтуванні положень, висновків та рекомендацій, що можуть бути методичною основою для впровадження сервісних технологій у підприємствах ресторанного господарства.

Структура роботи. Випускна кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел із 58 найменувань та додатків. Загальний обсяг роботи становить 57 стор., на яких представлено 11 таблиць та 17 рисунків.

РОЗДІЛ 1
ДІАГНОСТИКА СЕРВІСНИХ ТЕХНОЛОГІЙ
РЕСТОРАНУ «РНІ РНІ», М. КИЇВ

1.1. Оцінка сервісних технологій ресторану

В сучасних умовах існування підприємство має головне завдання - це швидке адаптування та впровадження необхідних заходів в здійсненні своєї діяльності.

Основою будь-якої діяльності є бізнес-процеси, які мають цілі та завдання. Процеси забезпечують реалізацію всіх видів діяльності підприємства, пов'язаних з виробництвом товарів і / або послуг, підприємство або робить, або продає і поставляє, або робить все це в сукупності .

У рамках дослідження ефективності організації сервісних процесів було дано загальну оцінку пропозиції послуг ресторану (табл. 1.1).

Таблиця 1.1

Концепція сервісної програми ресторану «РНІ РНІ»

№ пор.	Рівень продукту	Характеристика
1	2	3
1	Основний продукт	Споживачів влаштовують послуги харчування, які надає ресторан, ціна, якість; ресторан має хороший імідж та сформовану репутацію серед споживачів. Ресторан пропонує досить широкий асортимент послуг, намагаючись задовольнити запити найвибагливіших гостей.
2	Супутній продукт	В закладі вдосконалена система бронювання та система замовлень послуг; належний рівень якості основних послуг, їх відповідність функціональним характеристикам, зручний процес замовлення та широкий асортимент пропозиції.

1	2	3
3	Додатковий продукт	Літні тераси, вдосконалене меню та запровадження страв нової кухні.
4	Продукт у широкому значенні	Послуги ресторану доступні за ціною для середнього класу споживачів; заклад розташований в чудовому місці з надзвичайним краєвидом; режим роботи з 11 до 23 , затишна атмосфера.

Джерело: складено автором

Культура обслуговування - один з основних критеріїв в оцінці діяльності працівників громадського харчування. Основні фактори, які визначають культуру обслуговування, є наявність сучасної матеріально - технічної бази, види і характер послуг, які надаються, кількість і якість продукції, яка випускається, впровадження прогресивних форм обслуговування, рівень рекламно - інформаційної роботи, професійна майстерність працівників.

Культура обслуговування на високому рівні підвищує конкурентоспроможність підприємства, що дуже важливо при ринкових відносинах. На практиці, щоб виміряти якість послуги, ресторатори визначають, яким чином споживачі сприймають якість. На підставі результатів досліджень можна зробити висновок, що споживачі оцінюють якість послуги, порівнюючи очікуваний і отриманий результати.

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).

Таблиця 1.1

Основні показники якості

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

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



Рис. 1.1. Методи обслуговування

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

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

1.2. Основні і додаткові послуги які надаються в базовому закладі ресторанного господарства

Серед основних і додаткових послуг, які надаються в базовому закладі ресторанного господарства виділяють бронювання, місця для сидіння, дитячі стільчики для годування, користувачі мають доступ крісел-каталог, Подають алкоголь, Бар, Приймаються кредитні карти, Обслуговування відвідувачів за столиками.

•На сайті зустрічаються 2 види бронювання столів в ресторані:

-Істинне онлайн-бронювання - коли гість на сайті ресторану бачить схему розташування столів у залі, вибирає сподобався, замовляє страви та напої, оплачує і отримує підтвердження броні. Всі необхідні дії відбуваються на сайті ресторану і не вимагають додаткових дій.

-Псевдоонлайн-бронювання (також "заявка на бронь") - коли гість заповнює форму заявки на сайті і вона відправляється на e-mail адміністратора ресторану. Як правило, гість не впевнений в тому, що відправлену ним заявку прийняли, обробили, і стіл уже зарезервовано. З цієї причини більшість людей не користується такою формою бронювання столів у ресторанах. Цей вид бронювання не є онлайн-бронюванням, так як не надає на сайті ресторану інструментів для вибору і оплати столу, пропонуючи заповнити текстову форму і чекати дзвінка з ресторану.

Дитячі стільчики для годування - це найважливіший предмет інтер'єру в закладі, який позиціонує себе як "сімейне". Наявність в ресторані дитячих

стілчиків для годування свідчить про повагу до наймолодшим відвідувачам і їх батькам. Нехитрий виріб забезпечить комфорт дитині і дозволить всій сім'ї хоча б ненадовго розслабитися і отримати задоволення від смачної їжі і приємної атмосфери.

Доступ до крісел-каталог - це також один із важливих предметів інтер'єру в закладі. Наявність крісел-каталог свідчить про повагу до людей з обмеженими можливостями, щоб забезпечити їм комфорт і можливість отримати задоволення від смачної їжі і приємної атмосфери.

Оплата кредитними картками - зручний спосіб оплати в ресторані, зараз це дуже поширений спосіб, так як майже кожна людина має кредитну картку.

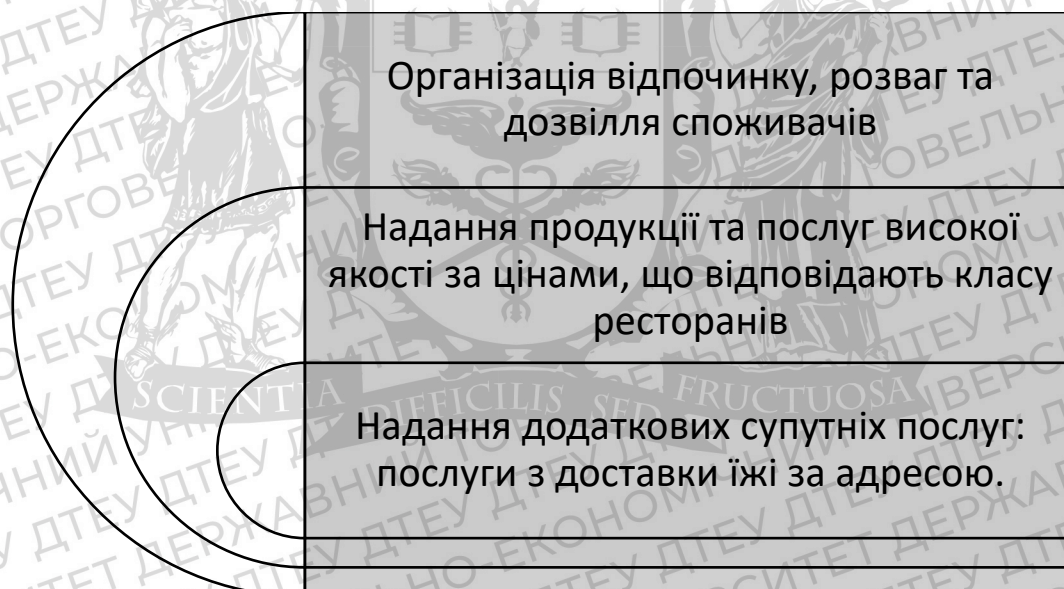


Рис. 1.2. Специфічні послуги ресторану

Визначений склад ресторанного продукту є результатом реалізації основних функцій ресторанного бізнесу. У підприємствах ресторанного бізнесу в одному місці локалізовано виробництво продукту та його споживання. Споживання супроводжується комплексом послуг, які надають споживачеві не меншу цінність, ніж сам продукт.

Унікальність підприємств ресторанного бізнесу традиційно пов'язують із виконанням трьох функцій - виробництва, реалізації, організації споживання

продукції. Фокіна О. визначає функції ресторанного бізнесу як виробничі, торговельні, сервісні.

Дослідження діючих суб'єктів ресторанного бізнесу показали, що питома вага послуг у складі ресторанного продукту постійно зростає як результат збільшення обсягів функції організації обслуговування споживачів у складі інших функцій. Це пояснюється розширенням переліку потреб, на задоволення яких спрямовують діяльність суб'єкти. Ресторанна послуга спроможна задовольнити потреби індивіду всього спектра: від фізіологічних потреб у харчуванні до самореалізації.

Усебічний аналіз сукупностей потреб дозволив сформувати «Ієрархію потреб споживачів ресторанного бізнесу», включивши такі потреби:

- базові;
- потреби в організації дозвілля;
- комунікативні;
- потреби в освіті;
- потреби у підтвердженні статусу споживача.

Важливість обслуговування споживачів у підвищенні конкурентоспроможності суб'єкта ресторанного бізнесу, формуванні та розвитку конкурентних переваг зумовлює виділення функції організації обслуговування споживачів як окремої



Рис. 1.3. Функції ресторанного бізнесу

Ця функція вважається основою якісного першокласного сервісу, для її реалізації необхідно створити такі організаційні складові, як:

- стратегія;
- сервісний план;
- прихильність і безпосередня участь вищого керівництва;
- високий рівень підготовки та мотивації обслуговуючого персоналу;
- якість продукції та послуг;
- наявність інфраструктури;
- методи оцінки якості обслуговування.

Функція організації обслуговування споживачів спроможна у теперішній час забезпечити стійку конкурентну перевагу суб'єкта ресторанного бізнесу.

РОЗДІЛ 2. НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМ ЯКОСТІ ПОСЛУГ У РЕСТОРАНІ «РНІ РНІ», М. КИЇВ

2.1. Організаційні форми сервісних процесів ресторану

У сучасних умовах розвитку економіки, якість - це загальна сукупність характеристик продукції (послуги, роботи), що відносяться до маркетингу, розробки, виробництва і технічного обслуговування, за допомогою яких продукція (послуга, робота) при своєму використанні задовольнить потреби споживача у кожній із сфер його життєдіяльності за ціну, яку він може собі дозволити. Згідно з ISO 9000:2005, послуга - це результат щонайменше однієї дії, обов'язково здійсненої при взаємодії постачальника і споживача. Послуга є результатом взаємодії виконавця і його засобів праці із замовником.

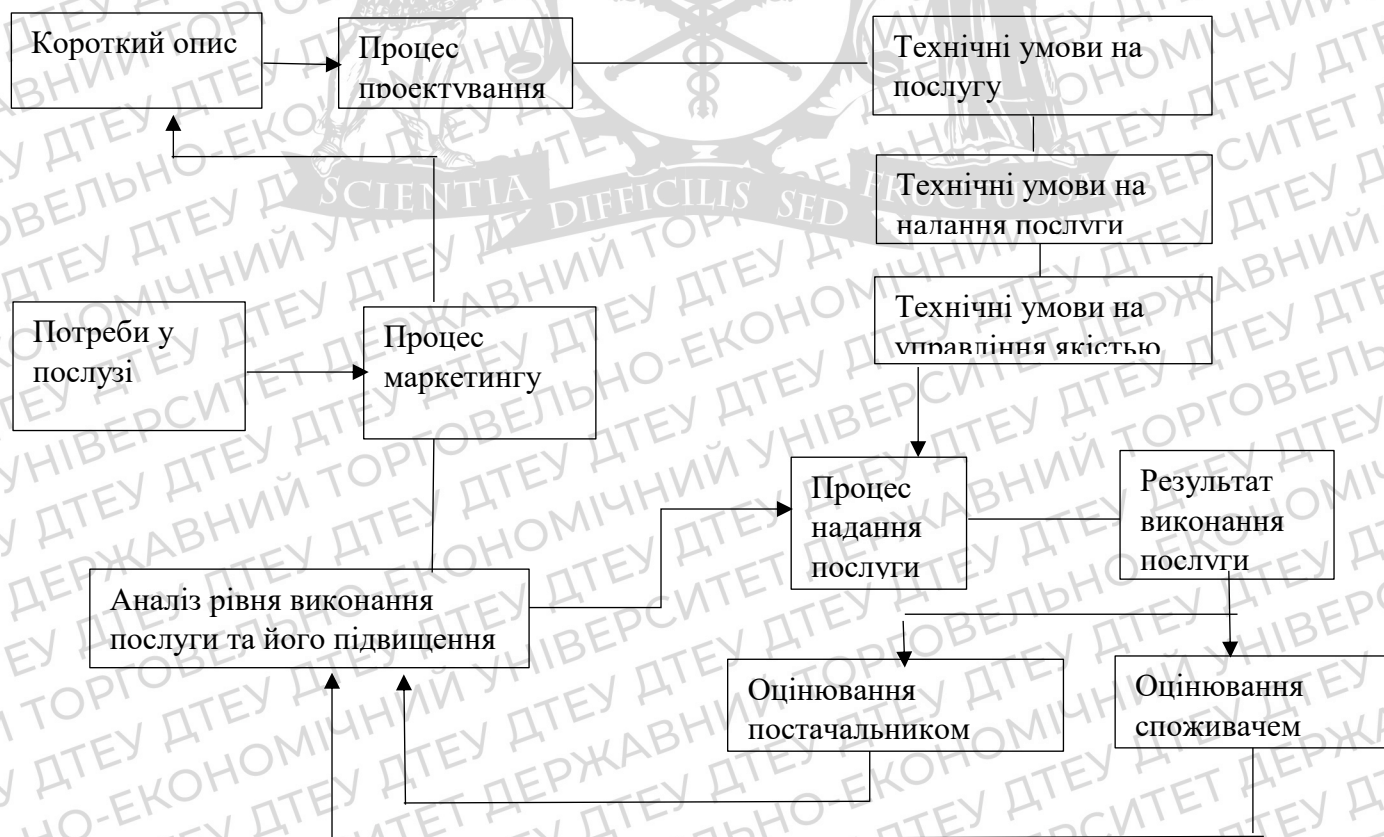


Рис. 2.1. Структура систем якості послуг

Враховуючи вищенаведене, структура поняття "якість послуги" формується як комплекс поєднань якості та послуги, що складається з наступних частин:

- якість потенціалу (технічна якість);
- якість процесу (функціональна якість);
- якість культури (соціальна якість)

Використання «петлі якості» базується на застосуванні статистичних методів управління якістю, що дозволяє давати об'єктивну оцінку управлінським рішенням у сфері якості. Всі елементи послуги, вимоги і положення, що належать до системи якості, повинні бути відображені у стандартах закладу. Відповідна документація щодо системи якості має містити:

- політику закладу у сфері якості;
- цілі закладу у сфері якості;
- структуру ресторану та готелю ;
- системи якості з усіма положеннями й елементами, що її формують;
- структуру і розподіл документації щодо системи якості.

Контроль за якістю готельних та ресторанних послуг передбачає внутрішні перевірки, які слід проводити періодично, планово, із протоколюванням основних питань персоналом, незалежним від конкретної діяльності або ділянки, що перевіряється. Апробація його моделей дозволяє виділити основні напрямки впровадження менеджменту якості в практику діяльності ресторанних та готельних підприємств:

- створення документованих систем якості;
- взаємовідносини із постачальником;
- взаємовідносини з споживачами;
- мотивація персоналу до покращення якості;
- навчання персоналу в сфері якості.



Рис 2.1. . Модель «петля якості»

Організаційні структури сучасних підприємств ресторанного господарства зводяться до модифікацій таких основних видів структур, як *лінійна, функціональна та лінійно-функціональна*.

Лінійна структура управління передбачає зосередження всіх виробничих та управлінських функцій у руках одного керівника. Тут усі повноваження є прямими (лінійними) й виходять від вищої ланки управління. Кожен підлеглий безпосередньо підпорядковується лише одному керівнику, через якого надходять всі управлінські рішення. Вища ланка (керівник) не має права віддавати розпорядження персоналу, оминаючи їхнього безпосереднього керівника. Окремі спеціалісти допомагають лінійному керівникові отримувати та аналізувати інформацію, виробляти управлінські рішення, але самі вказівок та інструкцій керованому об'єкту не дають. Це забезпечує стабільну та міцну

організаційну структуру, в якій кожен управлінець підпорядковується лише одному керівникові.

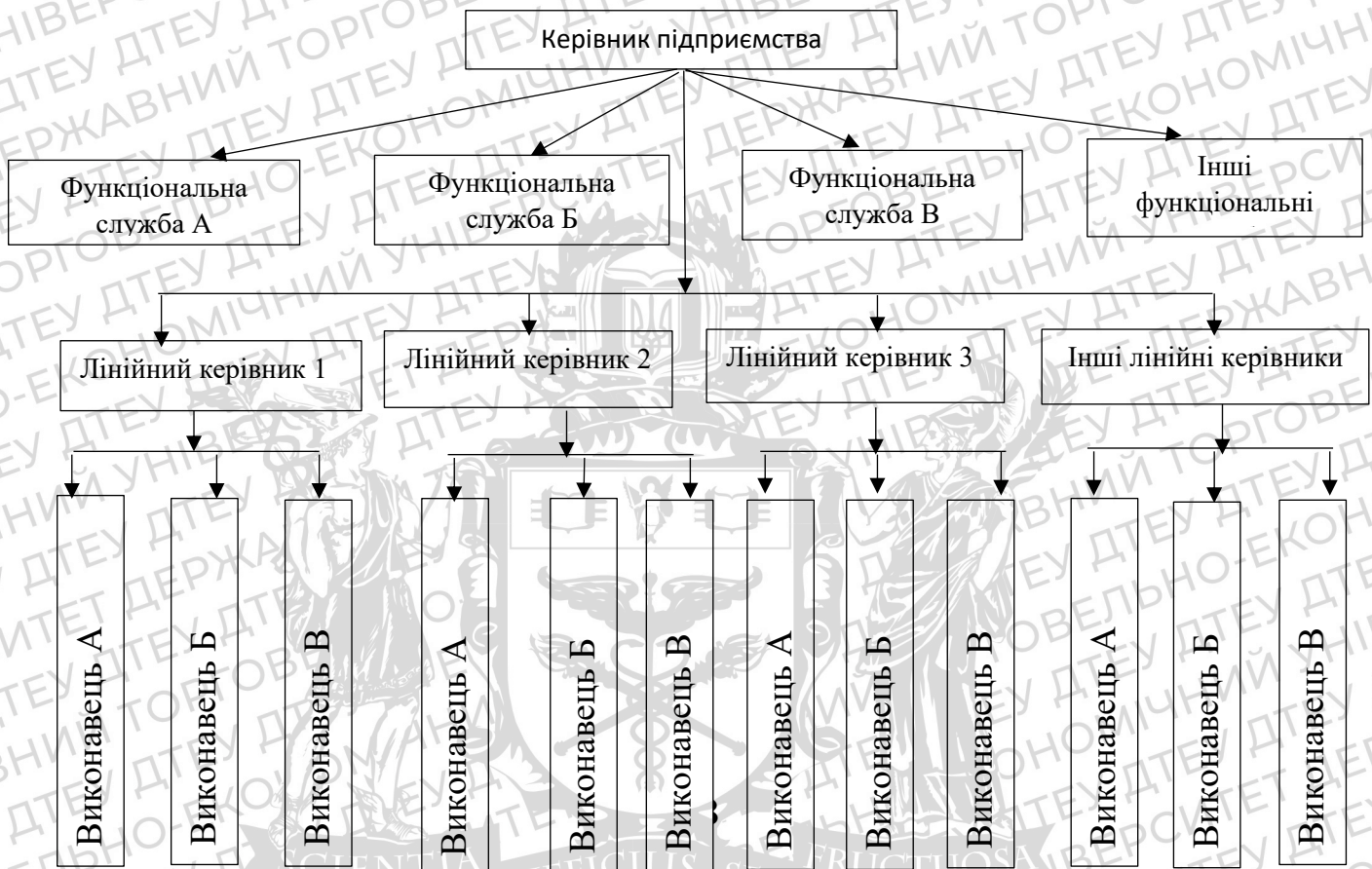


Рис.2.1. Лінійно-функціональна структура управління

Лінійній структурі управління властиві простота, чіткість, узгодженість дій виконавців, оперативність, водночас менша гнучкість при адаптації до мінливого ринку. Кожен керівник має широкі повноваження, проте незначні можливості при вирішенні проблем, що вимагають глибоких спеціалізованих знань. Найчастіше лінійні структури управління використовуються на невеликих підприємствах ресторанного господарства.

В ресторані «РНІ РНІ», М. КИЇВ використовують лінійно-функціональну структуру управління.

2.2. Впровадження інноваційних систем якості послуг у ресторані «РНІ РНІ»

Аналіз останніх досліджень і публікацій, у яких започатковано розв'язання цієї проблеми, показав, що для ефективного впровадження та застосування інновацій суб'єктам ресторанного господарства необхідно проводити ефективне планування діяльності загалом та планування інноваційної діяльності зокрема, що реалізується через застосування стратегії інноваційного розвитку, яка дозволить ефективно реалізовувати послуги та бути конкурентоздатними у жорстких ринкових умовах господарювання.

Було визначено наступні етапи застосування стратегії інноваційного розвитку підприємства ресторанного бізнесу:

- постановка цілей і завдань інноваційної діяльності;
- формування інноваційної стратегії підприємства готельного бізнесу;
- дотримання інноваційної політики;
- довгострокове інноваційне прогнозування;
- розподіл ресурсів підприємства на його інноваційну діяльність;
- розробка стратегічних планів інноваційної діяльності закладу ресторанного господарства;
- застосування бенчмаркінгу;
- аналіз обраної стратегії.

До головних завдань стимулювання розвитку інноваційної діяльності можна віднести:

- створення інституціональних умов інтеграції різних сфер економіки;
- більшу участь наукової сфери у створенні інноваційного потенціалу країни;
- формування ефективної інноваційної інфраструктури.

• Важливим напрямом у роботі ресторанного бізнесу є організація управлінської системи, яка повинна включати розробку стратегічних програм прогресу, проведення спостереження тенденцій ринку, після чого складається стратегія по впровадженню інновацій. Основні завдання управлінської системи:

- розробка і впровадження стратегічних і тактичних заходів розвитку закладів ресторанного бізнесу;
- автоматизація процесів управління за допомогою використання «електронної системи управління», яка повинна базуватися на врахуванні інноваційного продукту;
- застосування інформаційних технологій в управлінні, що надає працівникам можливість брати участь у керуванні роботою підприємства;
- контроль і регулювання реалізації етапів впровадження інноваційних технологій;
- заохочення персоналу у фінальному результаті діяльності, підтримка творчих ідей та використання його інтелектуальної праці.

Матеріально-технічна основа підприємства ресторанного господарства є, з одного боку, вагомою причиною інноваційного розвитку, з іншого - його наслідком.

Інтелектуальний напрям інновацій полягає у використанні професійних здібностей працівників підприємства ресторанного бізнесу та створенні умов для його розвитку. Основні завдання цього напрямку полягають у:

- відборі професійно підготовленого персоналу відповідно до сфери діяльності підприємства;
- навчанні стажерів та проведенні різних навчальних заходів із підвищення кваліфікації персоналу - семінарів, тренінгів, онлайн-конференцій тощо;
- впровадженні та підтримці корпоративної культури у ресторані та створенні уніфікованого підходу до спілкування та обслуговування гостей із боку персоналу.

- раціональному капіталовкладенні в новітнє устаткування;
- оновленні та модернізації існуючої матеріально-технічної бази;
- будівництві та експлуатації нових об'єктів у своїй господарській діяльності.

Технологічний напрям передбачає впровадження сучасних технологій (комп'ютерних, мультимедійних, засобів електронної комерції, нових технологій обробки, приготування та зберігання продуктів харчування та інших). До них відносяться і технології харчування, розробка рецептур технологій приготування, використання сучасних видів обладнання та обробки.

Особливою умовою технологічного напрямку є використання:

- системи автоматизації праці відділу продажів;
- системи роботи з клієнтами (це нові технології в ресторанному бізнесі, які проводять повний аналіз розміщення гостей у ресторані і видають повну аналітику по кожному з них);
- системи управління програмами лояльності для клієнтів (впровадження нових способів заохочення для постійних клієнтів, клубні та дисконтні картки, преміальні сертифікати та ін.);
- системи управління заходами ресторану (за допомогою цієї технології можна планувати завантаження різних приміщень ресторану, якщо вони є, - конференц-залів, ресторанів, банкетних залів).

Інфраструктурний напрям впровадження сучасних технологій у роботу закладів ресторанного господарства вводиться з метою організації та взаємодії окремих закладів галузі, їх об'єднань та співпраці з державними органами влади. Функції цього напрямку:

- співпраця державного та приватного сектору в розбудові сучасної інфраструктури індустрії гостинності та інших галузей, які взаємопов'язані у своїй діяльності;
- створення конгломератів.

На зміну кризовому періоду для української економіки в цілому та ресторанного господарства зокрема у 2016 році прийшов період відновлення та

нарощення обертів. За даними компанії «Ресторанний консалтинг», у 2016 році вперше після початку економічної кризи збільшилися частка закладів ресторанного бізнесу, що відкрилися, та відвідуваність ресторанів (на 30%).

При цьому можна спостерігати збільшення частки концептуальних закладів ресторанного господарства, а також закладів із принципово новими підходами до приготування страв та обслуговування.

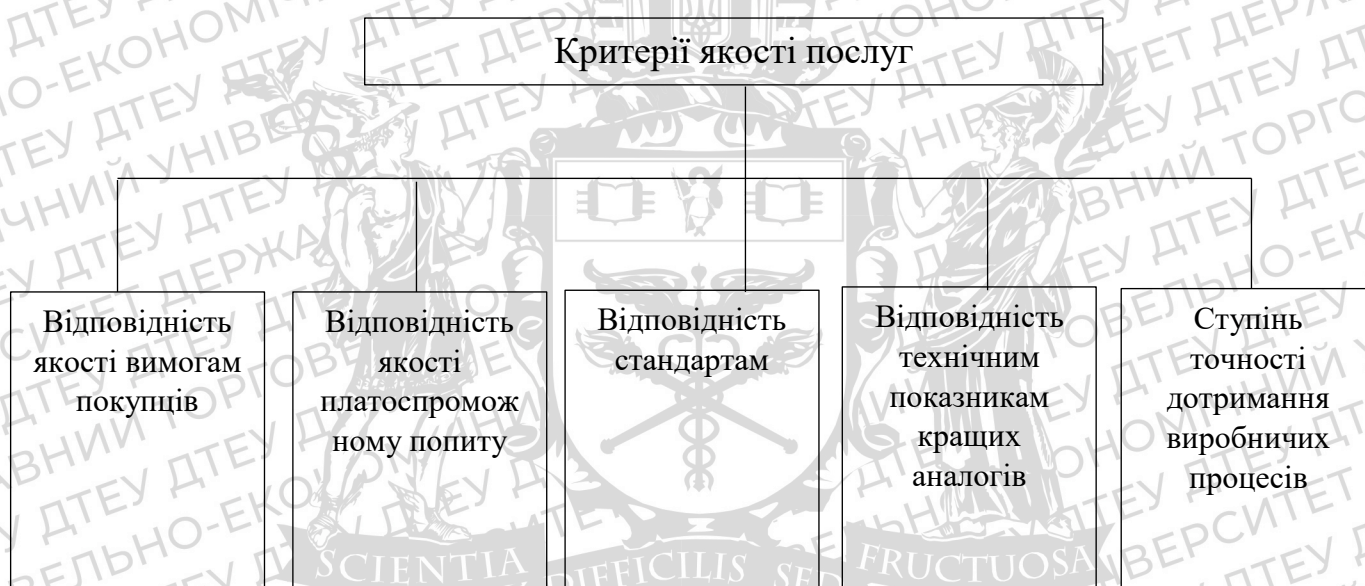


Рис 2.3. Критерії якості послуг

В Україні можна спостерігати такі сучасні інноваційні тенденції:

- з'являються монозаклади, як правило, вони зосереджуються на приготуванні певної етнічної страви з варіаціями: пасти, супу «Рамен», какао тощо. Також можна відзначити, що заклади вуличної їжі виходять на якісно новий рівень приготування і обслуговування;
- у сфері маркетингу відбувся зсув від традиційних рекламних інструментів до співпраці з аудиторією он-лайн та провідною роллю SMM (*Social Media Marketing*). Таким чином, будь-який клієнт може вплинути на репутацію закладу своїм відгуком в інтернет-мережі;

• незважаючи на кризу, у готельно-ресторанній галузі поступово запроваджуються елементи автоматизації виробництва: електронне меню, нові технології приготування їжі, можливість використання знижки за допомогою додатків на мобільному телефоні тощо.

На сьогодні в Україні можна відзначити такі тенденції розвитку роботи закладів ресторанного бізнесу:

- популяризація та поліпшення репутації вуличної їжі;
- впровадження мерчандайзингу (збуту продукції та послуг);
- відкриття концептуальних та монозакладів;
- відкриття ресторанів пан-азіатської, в'єтнамської та китайської кухонь;
- запровадження нових методів обробки продуктів харчування за допомогою новітніх технологій;
- організація обслуговування за системою кейтеринг.

Іншим прикладом інновацій у ресторанному бізнесі є приділення уваги атмосфері і дизайну приміщення закладу. На сьогодні тенденції у дизайні інтер'єрів закладів ресторанного господарства свідчать про рух до спрощення стилю, відмови від надмірного декорування, габаритних меблів [6, с.450].

Найбільш популярним у дизайні стає скандинавський стиль. Він передбачає білі чи світло-сірі стіни, мінімалістичні меблі у поєднанні із металом та натуральним деревом, невелику кількість декору у природних кольорах.

Можна відзначити скорочення кількості закладів із еkleктичним барвистим стилем, у східній стилістиці. Заклади національної кухні - української, грузинської - все частіше відмовляються від традиційних народних елементів дизайну, віддаючи перевагу мінімалізму із додаванням кількох яскравих національних елементів.

Потужність галузі ресторанного бізнесу надає можливість користуватися майже усіма різновидами інформаційних технологій, чи то комп'ютерні програми для керування закладом або соціальні мережі. Наразі в закладах ресторанного господарства використовується багато сучасних інформаційних

технологій: інформаційні системи резервування, інтегровані комунікаційні мережі, мультимедіа, інформаційні системи управління тощо. Основна мета застосування інформаційних технологій - покращення якості управління та контролю, а також реклама.

Сучасна розвинута комп'ютерна система *CRS (Computer Reservation System)* дозволяє значно полегшити процес резервування. Це тепер можна робити у режимі реального часу, завдяки чому поліпшується якість послуг за рахунок економії часу при роботі з гостями. Поширюється застосування електронної комерції.

Використання *QR-коду* дозволяє інтенсивно використовувати можливості онлайн та офлайн методів одночасно з більшим ефектом. Цей винахід є надзвичайно корисним для аудиторії, яка віддає перевагу технологіям, та спрощує популяризацію закладу у випадках, коли використання класичних рекламних засобів є незручним.

Виявлено, що ресторанний бізнес є однією із найбільш значущих складових індустрії гостинності. Саме тому в даній сфері дуже актуальним є запровадження інноваційних технологій із метою підвищення конкурентних переваг та утримання і розширення клієнтської бази шляхом підтримки довіри і зацікавленості у конкретному закладі.

Аналіз літературних джерел і практичні спостереження дозволяють дійти таких висновків:

- Зазначено, що з метою стимулювання підприємницької активності у сфері ресторанного господарства одним із найпотужніших інструментів у конкурентній боротьбі є подальше впровадження інноваційних підходів на підприємствах.
- Виявлено, що для ефективного впровадження інновацій суб'єктам ресторанного господарства необхідно проводити ефективне планування діяльності загалом та планування інноваційної діяльності зокрема.
- Запропоновано етапи застосування стратегії інноваційного розвитку підприємств ресторанного бізнесу і розглянуто її головні завдання.

Вважаємо, що це дозволить закладам ресторанного господарства ефективно реалізовувати послуги та бути конкурентоздатними у жорстких ринкових умовах господарювання.

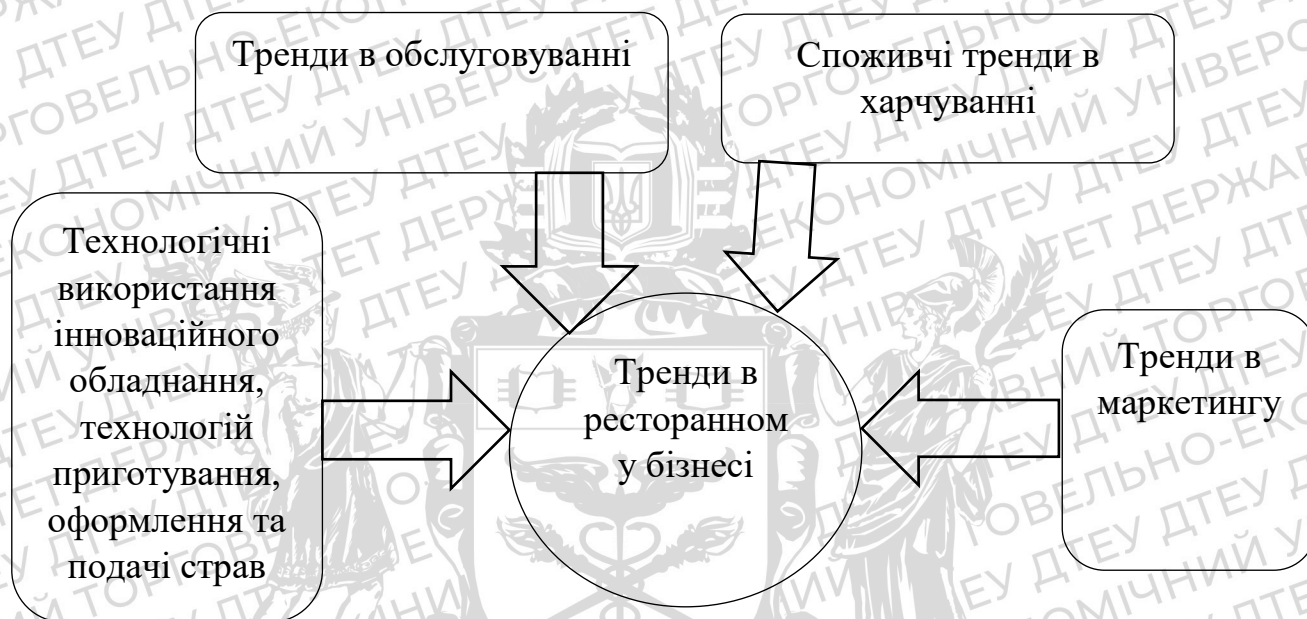


Рис. 2.4. Тренди, що впливають на розвиток ресторанного бізнесу

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 контрольної-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.

Необхідність впроваджувати та розвивати дані напрями актуальна, по-перше, через сучасні тенденції моди у такій сфері, як ресторанний бізнес, задля створення ефективних конкурентних засобів діяльності підприємства. По-друге, через потреби сучасного споживача даних видів послуг. Перелічені інновації для підприємств ресторанного господарства надають переваги не тільки виробникам, але й споживачам. Для споживачів вони задовольняють потребу у харчуванні та проведенні дозвілля, а виробникам збільшують прибуток.

На даному етапі становлення ресторанного бізнесу в Україні отримали розвиток такі інноваційні процеси:

- реінжиніринг бізнес-процесів, «кейтеринг», «креатив-напрямок» чи авторська кухня, технологія смаження продуктів під тиском;
- нові розробки холодильного обладнання: бласт-фрізери, бласт-чіллери, шок-фрізери;
- автоматизація системи управління в закладах ресторанного господарства, які сприяють появі та розвитку креативної кухні, збільшенню кількості додаткових послуг, безпроводної системи замовлень, що надходять від клієнтів ЗРГ.

Завдяки таким нововведенням споживачі послуг закладів харчування можуть задовольнити такі свої потреби: якісне харчування, економію часу і коштів, високий рівень обслуговування, відпочинок і розваги, задоволення спеціальних потреб.

При постійній зміні зовнішнього і внутрішнього середовища однією з цілей будь-якої організації є вміння приймати виклики зовнішнього середовища, вміння оперативного перебудовуватися, підлаштовуватися у відповідності з новими вимогами. І в цьому моменті одну з головних ролей відіграє своєчасне впровадження в практику нових інноваційних ідей. Знання та

використання даного аспекту сучасними рестораторами дає їм в руки сильний інструмент для підвищення ефективності свого бізнесу, а отже, - конкурентну перевагу.

В ресторані «РНІ РНІ» 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.

Система сервіс менеджменту допоможе рестораторам вибудувати бездоганну систему якості обслуговування допоможе, ця система включає в себе:

1. *Стандартизацію роботи персоналу.* Іншими словами, викладений в директивній формі детальний опис того, що, як і в будь яких ситуаціях повинен робити персонал ресторану.
2. *Навчання кадрів.* Персонал повинен знати продукцію ресторану та правила роботи з споживачами; тренінги і семінари такої спрямованості необхідно проводити систематично.
3. *Контроль:* як правило, постійна програма mystery shopping. Перевіряючий в ролі звичайного споживача відвідує ресторан і оцінює роботу співробітників, якість продукції і швидкість обслуговування.

4. Система мотивації. Повинна використовувати інструменти матеріальної і нематеріальної зацікавленості співробітників та пов'язувати ефективність їх роботи з винагородою.

5. Внутрішній PR якості виконання стандартів обслуговування. Необхідно переконати співробітників, що якість обслуговування - це те, що дійсно потрібно ресторану і навіть країні, що це порядно - забезпечувати людям гідний сервіс.

Для збільшення обсягу продажів в ресторані, кафе або барі застосовуються такі прийоми мерчандайзингу:

- дизайн страв і напоїв;
- впровадження нових методів обслуговування;
- агітація в залі;
- переконуючий продаж;
- пропозиція у виборі альтернативних продукції і послуг.

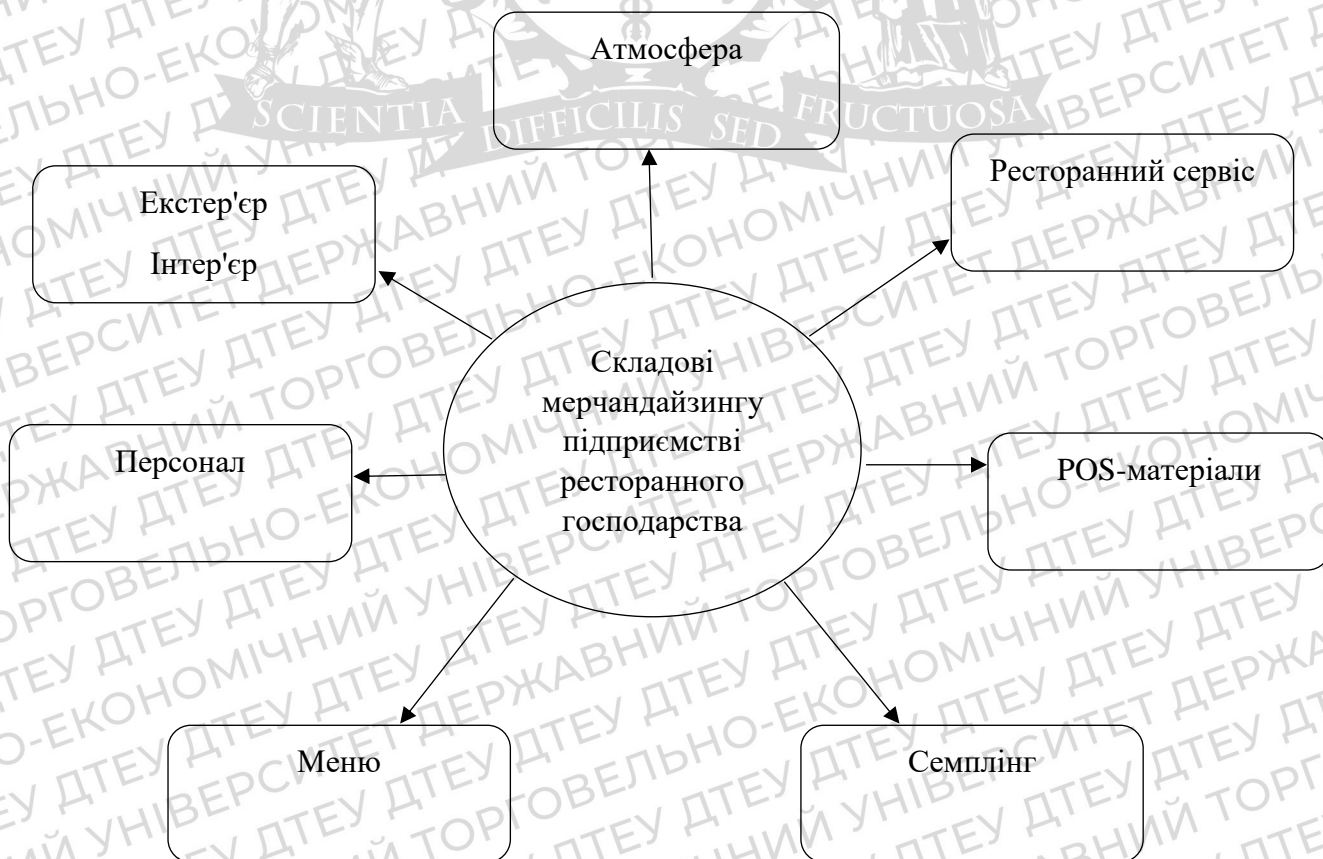


Рис. 2.5 Складові мерчандайзингу

Прийоми мерчандайзингу використовуються при організації обслуговування гостей у залі. Наприклад, офіціант може запропонувати гостю вподобану частину загального блюда, порціонувати її і подати відповідно до замовлення.

Вирішальним фактором поліпшення роботи підприємств ресторанного господарства є якісне і персональне обслуговування споживачів. Підвищенню якості обслуговування сприяє висока майстерність і рівень професійної підготовки працівників, який досягається за рахунок чіткої системи підготовки і підвищення кваліфікації кадрів, організації тренінгу персоналу, професійних конкурсів та обліку індивідуальних можливостей працівників.



ВИСНОВКИ

У ході проведення дослідження щодо ефективності впровадження системи якості у ресторані «РНІ РНІ» було:

1. Доведено, що система якості 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.
2. Встановлено, що ефективність системи якості залежить від рівня задоволення потреб гостей.
3. Обґрунтовано, що на формування системи якості ресторану впливає його концепція, специфіка цільової аудиторії та ресурсний потенціал, а вирішальним фактором поліпшення роботи підприємств ресторанного господарства є якісне і персональне обслуговування споживачів
4. Досліджено що підвищенню якості обслуговування сприяє висока майстерність і рівень професійної підготовки працівників, який досягається за рахунок чіткої системи підготовки і підвищення кваліфікації кадрів, організації тренінгу персоналу, професійних конкурсів та обліку індивідуальних можливостей працівників
5. Проаналізовано нововведення, завдяки яким споживачі послуг закладів харчування можуть задовольнити такі свої потреби: якісне харчування, економію часу і коштів, високий рівень обслуговування, відпочинок і розваги, задоволення спеціальних потреб.
6. Запропоновано використовувати прийоми мерчандайзингу при організації обслуговування гостей у залі. Наприклад, офіціант може запропонувати гостю вподобану частину загального блюда, порціонувати її і подати відповідно до замовлення.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення 01.10.2022 р.)
2. Карпов В.А. Планування та аналіз підприємницьких проектів. – Одеса: ОНЕУ, 2014. – 243 с.
3. Керанчук, Т. Л. Стратегічне планування як передумова ефективності функціонування підприємств в сфері готельного та ресторанного бізнесу / Т. Л. Керанчук // Проблеми економіки підприємств в сучасних умовах : матеріали Х-ї (Ювілейної) Міжнарод. наук.-практ. конф., присвяченої 130-річчю НУХТ, Київ, 23-24.05.2014 р. – К. : НУХТ, 2014. – С. 18-20.
4. Архіпов В.В. Організація ресторанного господарства: навч. посібник / В.В. Архіпов. К.: Центр учбової літератури
5. Організація обслуговування у підприємствах ресторанного господарства: підруч. для вузів / за ред. проф. Н.О. П'ятницької. К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2005.
6. Мальська М.П., Пандяк І.Г. Готельний бізнес: теорія і практика. К.: Центр учбової літератури, 2012.
7. П'ятницька Г.Т. Менеджмент громадського харчування: підручн. для вузів / Г.Т. П'ятницька. К.: КНТЕУ, 2001.
8. Азоев Г. Конкуренція: аналіз, стратегія, практика / Г. Азоев. М.: Центр економіки и маркетинга, 1996
9. Братчиков В. Міжнародні стандарти ISO 9000 версії 2000 року. Основа, структура і практика застосування (Частина 1. Принципи побудови) / В. Братчиков // Стандартизація, сертифікація, якість. 2000.
10. Болотніков А. О. Стандартизація та сертифікація товарів і послуг: Навч. посібник для студ. вищих навч. закл. / А. О. Болотніков. – Міжрегіональна академія управління персоналом. – К. : МАУП, 2005.
11. Расулова А. М. Роль персоналу у забезпеченні конкурентоспроможності ресторану / А. М. Расулова // Вісн. ДонДУЕТ. – №3(23). – 2004.

12. Стандартизація. Сертифікація. Якість. – 2009. – №1. – С. 51-54. 3. Кривощоків В. І. Управління якістю: навч. посібник для студ. вищих навч. закл. / В. І. Кривощоків; Національний гірничий ун-т. – 2-ге вид., переробл. і доп. – Д. : Наука і освіта, 2008
13. Костас К., Крис Т. Учебник ресторатора: проектирование, оборудование, дизайн. М.: Владос, 2008.
14. Поплавський М.М. Готельно-ресторанний сервіс. К.: Макрос, 2011.
15. Портал гостиничного и ресторанного бизнеса. URL: <http://prohotelia.com/>.
16. Касенін В., Ткаченко Т. Проблеми розвитку ресторанного господарства в Україні // Економіка України. 2011.
17. Степова С.В., Когут А.Л. Доцільність застосування інформаційних технологій в ресторанному бізнесі. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/stepova.htm.
18. Борисова О.В. Тенденції розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. 2012.
19. П'ятницька Г.Т., П'ятницька Н.О. Інноваційні ресторани технології: основи теорії: навч. посіб. для вищ. навч. закл. К.: Кондор, 2013.
20. Власенко І.В., Рябенька М.О., Лук'янець А.В. Динаміка розвитку закладів готельного господарства та їх вплив на економіку держави // Концептуальні засади та тенденції розвитку соціально-економічних процесів: монографія. Opole: The Academy of Management and Administration in Opole, 2020.
21. Мальська М.П., Пандяк І.Г. Готельний бізнес: теорія і практика. К.: Центр учбової літератури, 2012.
22. Капліна А.С. Методичний підхід до оцінки якості готельних послуг // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. 2016.
23. Мазуркевич І.О. Дослідження ефективності управління закладами готельно-ресторанного бізнесу Вінниччини // Концептуальні засади та тенденції розвитку соціально-економічних процесів: монографія. Opole: The Academy of Management and Administration in Opole
24. Офіційний сайт Державної статистики України. URL: <http://ukrstat.gov.ua/>.

25. Про схвалення Прогнозу економічного і соціального розвитку України на 2018-2020 рр.: Постанова Кабінету Міністрів України від 31.05.2017 р. №411. URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/250057723>.
26. Чередниченко А.О. Якість надання послуг як ключовий фактор привабливості підприємств готельного господарства // Вісник економіки транспорту і промисловості. 2016.
27. Котлер Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм. [Электронный ресурс] / Ф. Котлер, Дж. Боуэн, Дж. Мейкенз. Режим доступа: https://tourlib.net/books_tourism/kotler_tourism_10.htm.
28. Агафонова Л.Г. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: Ціноутворення, конкуренція, державне регулювання: навч. посіб. / Л.Г. Агафонова, О.Є. Агафонова. К.: Знання України, 2002
29. Забалдіна Ю.Б. Маркетинг туристичного підприємства: навч. посіб. / Ю.Б. Забалдіна. К.: Музична Україна, 2002.
30. Заднепровская Е.Л. Ресторан как система производства, реализации и организации потребления комплексного продукта - ресторанной услуги [Электронный ресурс] / Е.Л. Заднепровская, Е.Г. Матушевская. Режим доступа: https://tourlib.net/statti_tourism/zadneprovskaja.htm.

ДОДАТКИ

