

ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра готельно-ресторанного бізнесу

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

Технології обслуговування споживачів ресторанних послуг

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

Юша Вікторія
Андріївна

Науковий керівник
д.е.н., проф.

Босовська Мирослава
Веліксівна

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

Расулова
Алла
Миколаївна

Київ 2023

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

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

ЗАВДАННЯ

на випускню кваліфікаційну роботу студентіві

ЮША ВІКТОРІЯ АНДРІЇВНА*(прізвище, ім'я, по батькові)*

1. Тема випускної кваліфікаційної роботи: «Технології обслуговування споживачів ресторанних послуг «Веранда на Дніпрі» м.Київ»

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

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

3. Цільова установка та вихідні дані до роботи

Мета роботи розроблення та обґрунтування методичних та практичних засад впровадження технологій обслуговування у підприємстві ресторанного господарства.

Об'єкт дослідження – технології обслуговування підприємства ресторанного господарства.

Предмет дослідження – методичні та практичні підходи до удосконалення технологій обслуговування у ресторані «Веранда на Дніпрі» міста Київ

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

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ДІАГНОСТИКА ТЕХНОЛОГІЙ ОБСЛУГОВУВАННЯ СПОЖИВАЧІВ РЕСТОРАНУ «ВЕРАНДА НА ДНІПРІ», М. КИЇВ

1.1. Оцінка сервісних технологій ресторану

1.2. Моніторинг факторів впливу на сервісні технології ресторану

РОЗДІЛ 2. НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ТЕХНОЛОГІЙ ОБСЛУГОВУВАННЯ СПОЖИВАЧІВ У РЕСТОРАНІ «ВЕРАНДА НА ДНІПРІ», М. КИЇВ

2.1. Організаційні форми сервісних процесів ресторану

2.2. Впровадження інноваційних сервісних технологій у ресторані «Веранда на Дніпрі»

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.	29.09. 2022 р.
2	Оформлення і затвердження завдання на випускну кваліфікаційну роботу	01.10.2022 р.- 07.10.2022р.	07.10.2022р.
3	Написання 1 розділу випускної кваліфікаційної роботи	08.10.2022 р.- 19.11.2022 р.	19.11.2022 р.
4	Попередній захист 1 розділу випускної кваліфікаційної роботи	до 20.11.2022 р.	20.11.2022 р.
5	Написання 2 розділу випускної кваліфікаційної роботи	21.11.2022 р.- 09. 01. 2023 р.	09. 01. 2023 р.
8	Попередній захист випускної кваліфікаційної роботи у комісіях	10.01.2022 р. - 12.01.2023 р.	12.01.2023 р.
9	Подання випускної кваліфікаційної роботи на кафедрі	13.01.2023 р.- 17.01.2023 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	26.01.2023 р
12	Захист випускної кваліфікаційної роботи в екзаменаційній комісії	Відповідно до розкладу	Відповідно до розкладу

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

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

(підпис)

М.В. Босовська
(ініціали, прізвище)

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

(підпис)

М.В. Расулова
(ініціали, прізвище)

9. Завдання прийняв до виконання студент-дипломник

(підпис)

В.А. Юша
(ініціали, прізвище)

10. Відгук керівника випускної кваліфікаційної роботи

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

У роботі проаналізовано та узагальнено практичні засади організації сервісних процесів. У ресторанному бізнесі. Проведено оцінку ефективності діючих сервісних процесів ресторану. Студенткою було розроблено комплекс заходів щодо удосконалення вже існуючих елементів системи сервісу та обґрунтовано програму удосконалення сервісної діяльності ресторану.

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

Керівник випускної
кваліфікаційної роботи

М.В. Босовська

(підпис, дата)

11. Висновок про випускну кваліфікаційну роботу

Випускна кваліфікаційна робота студента Юша В.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)

« » 2022 р.

ЗМІСТ

6

ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1. ДІАГНОСТИКА ТЕХНОЛОГІЙ ОБСЛУГОВУВАННЯ СПОЖИВАЧІВ РЕСТОРАНУ «ВЕРАНДА НА ДНІПРІ», М. КИЇВ.....	10
1.1. Оцінка сервісних технологій ресторану	10
1.2. Моніторинг факторів впливу на сервісні технології ресторану	17
РОЗДІЛ 2. НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ТЕХНОЛОГІЙ ОБСЛУГОВУВАННЯ СПОЖИВАЧІВ У РЕСТОРАНІ «ВЕРАНДА НА ДНІПРІ», М. КИЇВ.....	23
2.1. Організаційні форми сервісних процесів ресторану	23
2.2. Впровадження інноваційних сервісних технологій у ресторані «Веранда на Дніпрі».....	31
ВИСНОВКИ	36
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	38
ДОДАТКИ.....	41

Актуальність теми. В умовах сьогодення ресторанний бізнес займає провідну нішу в структурі вітчизняної економіки. Споживачі з радістю відвідують такі заклади, проте мають низку очікувань від суб'єктів ресторанного бізнесу. Одним із таких очікувань виступає сервіс. Саме це поняття, сприймається відвідувачами як турбота і зацікавленість в клієнті. Події спричинені збройною агресією проти України, скоротили доходи населення, відповідно до цього ресторанний бізнес зазнав кризового стану, де доводиться виборювати лояльність і прихильність кожного потенційного клієнта. Відповідно до цього управлінці ресторанів акцентують власну увагу саме на сервісних новаціях, для того щоб кожен відвідувач міг асоціювати обраний ресторан з якістю і де слід постійно проводити власний час.

Рівень дослідженості теми. Питанням впровадження сервісних технологій у підприємства приділено увагу таких іноземних авторів як: Stenson A [18], Teese D. [19], колективу аналітиків порталу «globalinnovationindex» [20], Gunelius, S. [21], Hollis N.[22], Lesidrenska S.[23]. Наукові розробки, присвячені дослідженню особливостей впровадження сервісних інновацій у підприємствах ресторанного бізнесу, належать таким вітчизняним науковцям, як Гірняк Л., Глагола В.[1], Гросул В., Зубков С.[2], Завадинська О.[3], Кириніс Н.[4], Марченко В.[5], Осідач О.[6], Лисенко А.Ю. [7]. 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 технологій обслуговування у підприємстві ресторанного господарства.

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 «Веранда на Дніпрі».

Об'єкт дослідження – технології обслуговування підприємства ресторанного господарства.

Предмет дослідження – методичні та практичні підходи до удосконалення технологій обслуговування у ресторані «Веранда на Дніпрі» м. Київ.

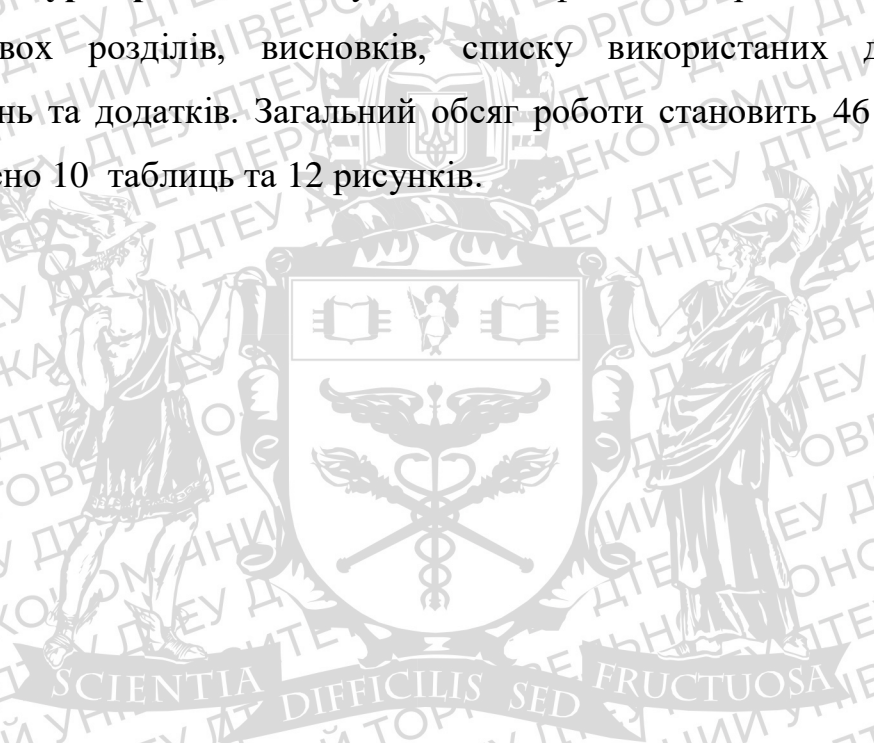
Методи дослідження. У роботі використані такі способи і прийоми наукових досліджень: статистичні спостереження – для встановлення динаміки окремих показників, аналіз і синтез – для структуризації підходів до класифікації, порівнянь, групування, типізації – для порівняльного аналізу, анкетування – з метою дослідження особливостей впровадження сервісних технологій у підприємства ресторанного господарства, метод експертних оцінок – для оцінювання ефективності впровадження сервісних технологій 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 «Веранда на Дніпрі» 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, двох розділів, висновків, списку використаних джерел із 23 найменувань та додатків. Загальний обсяг роботи становить 46 стор., на яких представлено 10 таблиць та 12 рисунків.



РОЗДІЛ 1

ДІАГНОСТИКА ТЕХНОЛОГІЙ ОБСЛУГОВУВАННЯ СПОЖИВАЧІВ РЕСТОРАНУ «ВЕРАНДА НА ДНІПРІ», М. КИЇВ

1.1. Оцінка сервісних технологій ресторану

Проводячи дослідження сервісних технологій ресторану «Веранда на Дніпрі» слід передусім визначити основний концепт роботи даного закладу. Головною особливістю і достатньою конкурентною перевагою даного ресторану, є те що він знаходиться на березі р.Дніпро, має досить сучасне оформлення індиструального стилю, з досить широким асортиментним переліком страв міжнародної кухні і напоїв. Юридично досліджуваний ресторан було зареєстровано у 2011 році. В роботі даного ресторану переважає якість страв і особливе позиціонування для відвідувачів [8]. Ці характеристики забезпечує існуючий персонал ресторану, відповідно до цього на початку дослідження слід відобразити організаційну структуру «Веранда на Дніпрі», на рис.1.1.

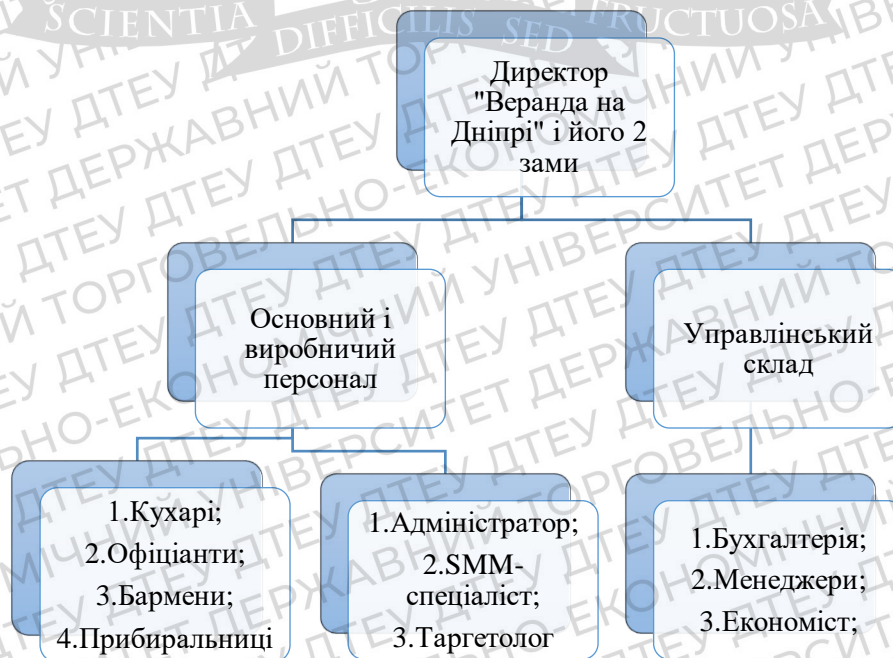


Рис. 1.1. Організаційна структура ресторану «Веранда на Дніпрі»

Джерело: сформовано автором

Режим роботи ресторану загального типу встановлено з урахуванням створення найбільших зручностей для населення та гостей м.Київ: з 12 години ранку, до 22 години вечора (у зв'язку з запровадженим часом по військовому стану). Є зручні під'їзні шляхи для транспорту, а також автостоянка. Споживачів обслуговують офіціанти, хостес, бармени. Страви та напої готують висококваліфіковані кухарі. Обслуговуючий персонал має фірмовий одяг та взуття єдиного зразка. Досліджуваний ресторан «Веранда на Дніпрі» надає відвідувачам низку послуг, які відобразимо на рис.1.2.

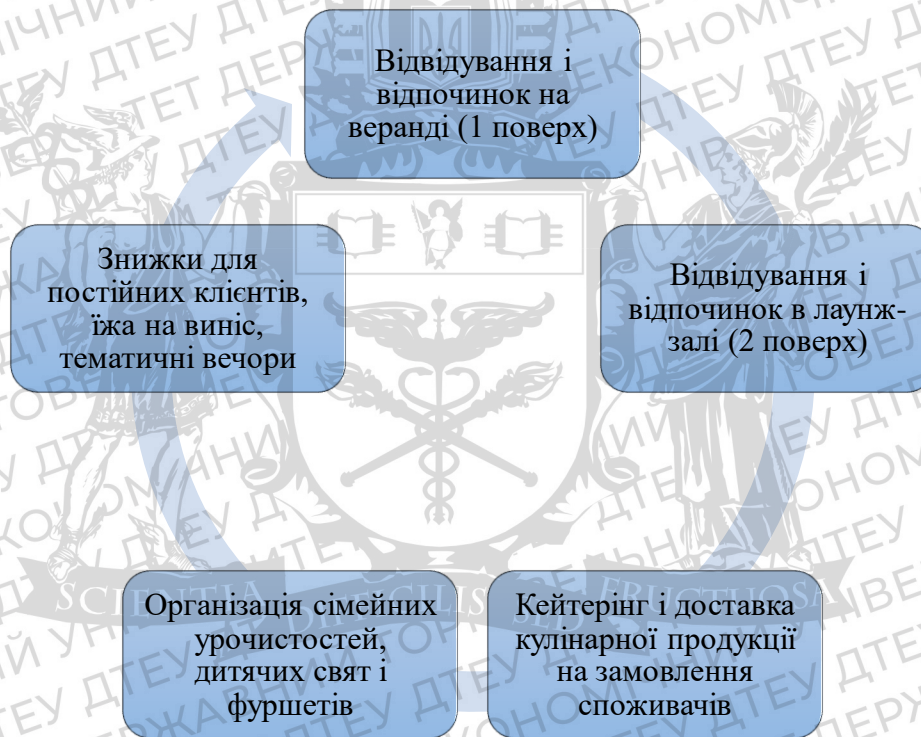


Рис. 1.2. Види діяльності ресторану «Веранда на Дніпрі»

Джерело: сформовано автором на основі [8]

В свою чергу шеф-кухарів ресторану «Веранда на Дніпрі» є декілька, що передбачає їх спільну роботу для задоволення смаку відвідувачів. Оцінювання сервісних технологій слід розпочати з кількості взагалі існуючих працівників ресторану, що забезпечують власне сервіс у табл.1.1. У даній таблиці відображено склад всіх працівників в одній структурі, а керівники представлені окремою графою.

**Порівняльна оцінка зміни чисельності персоналу ресторану
«Веранда на Дніпрі» за 2019-2021 рр.**

Посада	Кількість персоналу		
	2019	2020	2021
Основний, виробничий, управлінський персонал	42	44	49
Керівники	2	2	3
Всього	44	46	51

Джерело: сформовано автором

За останні три роки в ресторані «Веранда на Дніпрі» відзначається збільшення чисельності працівників з трудовим стажем менше 5 років та зниженням чисельності професійної групи працівників. Це свідчить, що у ресторані відбувається відтік досвідчених, кваліфікованих кадрів.

Цей фактор може надалі негативно позначитися на показниках прибутку та рентабельності та вказує на недоліки кадрової політики, яка не сприяє стабільності чисельності персоналу. Наступним слід провести дослідження ефективності роботи ресторану «Веранда на Дніпрі» провівши відповідні аналітичні розрахунки у табл.1.2.

Відповідно до сформованої економічної характеристики роботи ресторану «Веранда на Дніпрі» протягом 2019-2021 рр. Можна зазначити, що протягом 2019 року можна було спостерігати позитивний фінансовий результат у розмірі 332 тис.грн. Власне вже у 2020 році, ефективність від власної роботи становила 2036 тис.грн. В свою чергу зростання прибутку ресторану «Веранда на Дніпрі» свідчить про те, що споживачі і відвідувачі задоволені політикою роботи закладу і відвідують його не одноразово. Відповідно у 2021 році чистий прибуток було зафіксовано на рівні 539 тис.грн, що підтверджує висновок про ефективну роботу ресторану.

Економічна характеристика роботи ресторану «Веранда на Дніпрі» 2019-2021рр., тис.грн.

	Показник	Роки			Абсолютне відхилення, +/-		Відносне відхилення, %	
		2019	2020	2021	2020/2019	2021/2020	2020/2019	2021/2020
1	Чистий дохід (виручка)	2267	41882	44996	39615	3114	1747	7,4
2	Собівартість реалізації продукції	2543	29298	35260	26755	5962	1052	20,3
3	Валовий прибуток (1-2)	-282	12584	9736	12860	-2848	-4562	-22,6
4	Інші операційні доходи	2966	1019	1183	-1947	164	-66	16,0
5	Адміністративні витрати	2359	7095	8232	4736	1137	201	16,0
6	Витрати на збут	171	2577	1476	2406	-1101	1407	-42,7
7	Інші операційні витрати	544	635	775	91	140	17	22,0
8	Фінансові результати від операційної діяльності (3+4)-(5+6+7)	-384	3296	436	3680	-2860	-958	-86,7
9	Інші доходи	722	198	129	-524	-69	-73	-34,8
10	Інші витрати	0	4	26	4	22	0	550
11	Фінансові результати від звичайної діяльності до оподаткування (8+9)-10	332	3490	539	3152	-2951	951	-84,5
12	Податок на прибуток від звичайної діяльності	0	1454	0	1454	-1454	0	-100
13	Чистий прибуток (11-12)	332	2036	539	1698	-1497	513	-73,5

Джерело: прораховано автором

Під час оцінювання сервісних технологій досліджуваного ресторану варто зазначити, що вони спрямовані на підвищення існуючого іміджу, ресторану «Веранда на Дніпрі», тим самим формують перевагу в очах існуючих споживачів. До основних сервісних технологій в роботі досліджуваного ресторану «Веранда на Дніпрі» належать [9]:

- 1.Формування онлайн-замовлень і доставки, для цього ресторан використовує власну службу доставки;
- 2.Наявність безконтактної оплати, можливості бронювання столу в мобільному додатку, а також онлайн-комунікація з адміністратором ресторану через месенджери;
- 3.Автоматизований вихід чеків на кухню та бар, під час замовлення через QR-стікер столу;
- 4.QR-меню для замовлення, залишення відгуку, оплати власного замовлення;
- 5.В умовах блекауту досліджуваний ресторан працює на генераторах, та дозволяє власним відвідувачам заряджати гаджети, або необхідні речі.

Також слід зазначити, що досліджуваний ресторан «Веранда на Дніпрі» проводить різноманітні рекламні і комунікаційні заходи в мережі Інтернет, зокрема у власних соціальних мережах. Їх концептуальну характеристику відобразимо у табл.1.3.

Таблиця 1.3

Рекламні, та комунікаційні заходи в роботі ресторану «Веранда на Дніпрі»

Рекламний захід	Коли проводились	Характеристика заходу
Роздатковий матеріал на вул. м.Київ (флаєр на урочистий захід в ресторані)	До війни проводилось раз у три місяця	Приклади змісту флаєра: -інформація про оновлені страви ресторану; -акційні пропозиції: «1+1=1», «Забронюй стіл в день народження -15% на десерти», -«Проводь день з Верандою». Так смачніше!»; -«безкоштовна кава за підписку на соціальні мережі».
Комунікації за допомогою Telegram Bot	Комунікації проводяться до сьогоднішнього дня	-опрацювання негативних відгуків споживачів; -отримання рекомендацій по роботі ресторану; -можливість замовити доставку страв; -можливо працевлаштуватись у ресторан.

Ребрендинг соцмереж	Ребрендинг соціальних мереж проводився останній раз у 2021 році	-оформлення сторінок Instagram, Facebook в новій стилістиці і з використанням оновленого логотипу; -написання постів, оформлення шапок профілів, регулярний постинг сторіс, закріплення окремих розділів за допомогою Instagram-highlights.
Таргетована реклама	Проводилось останній раз в 2022 році	-оформлення рекламного ролику чи постеру. -просування соцмереж для отримання нової аудиторії.

Джерело: складено автором на основі аналізу комунікаційних інструментів ресторану «Веранда на Дніпрі»

Так в свою чергу для цих комунікаційних і рекламних заходів засновник і франчайзі встановлювали бюджети, які витрачались на поліпшення і ефективності взаємодії бренду «Веранда на Дніпрі» з цільовою аудиторією, а також для того щоб ефективно працювати в конкурентному середовищі, розріз по витратам відобразимо в табл.1.4.

Таблиця 1.4

Розріз по витратам на комунікаційні і рекламні інструменти ресторану «Веранда на Дніпрі» в сервісній системі до подій 24.02.2022

№ з/п	Засіб реклами	Кількість ЦА на яку спрямовувався захід	Вартість	Частота показів за період
1	Роздатковий матеріал на вул. м.Київ (флаєр на урочистий захід в ресторані)	50 000 (100 флаєрів за годину)	300 грн. на день	До війни проводилось раз у три місяця
2	Комунікації за допомогою Telegram Bot	Підтримка існуючих підписників (5 тис.)	1000 грн. в міс. Підтримку чат-боту	Комунікації проводяться до сьогоднішнього дня
3	Ребрендинг соцмереж	20 000	7000 грн. місяць.	Ребрендинг соціальних мереж проводився останній раз у 2021 році
4	Таргетована реклама	100 000	5.21 грн. /1000 показів	Проводилось останній раз в 2022 році

Джерело: складено автором на основі аналізу комунікаційних інструментів ресторану «Веранда на Дніпрі»

Як можемо спостерігати згідно табл.1.3 основні комунікаційні і рекламні заходи сервісного спрямування відбувались до війни, в основному вони полягали в охопленні цільової аудиторії м.Київ. В умовах сьогодення ресторан «Веранда на Дніпрі» перераховує певну суму на підтримку ЗСУ.

Управлінці ресторану намагаються дотримуватись вимог по обслуговуванню існуючих споживачів в ресторані. Ставлення офіціантів, хостес, барменів, та адміністратора є шанобливим до гостей. Обслуговування гостей є вчасним, при появі форс-мажорів, клієнт відразу отримує інформацію, відповідно йому надаються знижки, або «компліменти від шефа, бармена». Оскільки основними сервісними прийомами для комунікацій з цільовою аудиторією в мережі Інтернет є сайт і соціальні мережі, слід відобразити основні пошукові запити протягом останнього кварталу на рис.1.3.

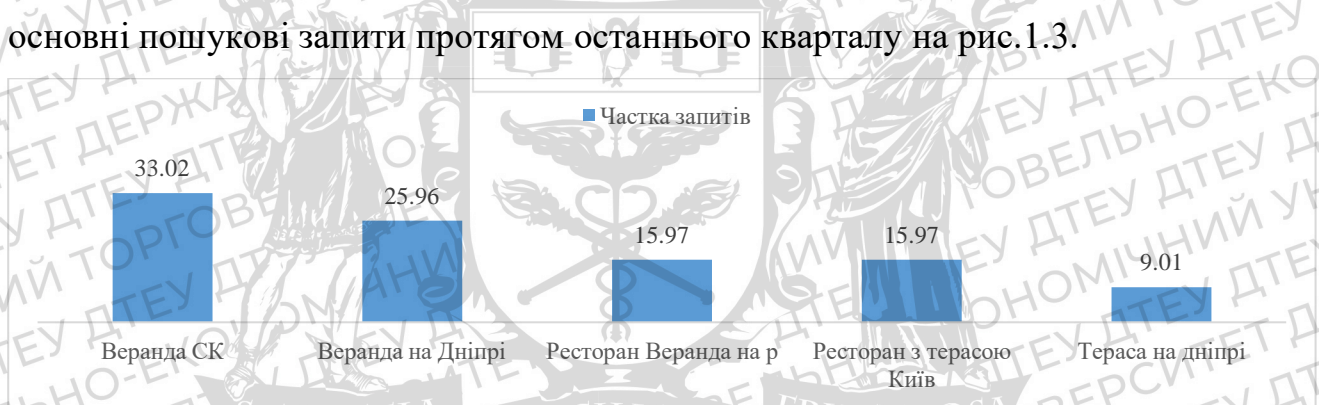


Рис. 1.3. Пошукові запити ресторану «Веранда на Дніпрі» 01.09.-01.11.2022

Джерело: сформовано автором на основі [10]

Також під час власної роботи управлінцями ресторану «Веранда на Дніпрі» було сформовано ряд правил, для належного комфорту всіх відвідувачів ресторану, зокрема основними правилами комфортного відвідування є:

- дресс-код для відвідувачів, спортивний, неохайний одяг заборонений;
- заборонено перебувати у сильному алкогольному сп'янінні;
- заборонено приносити власні продукти харчування і алкоголь;
- заборонено перебувати у верхньому одязі із великогабаритними речами;
- неможна порушувати спокій і комфорт інших відвідувачів.

Відповідно до цих правил можна зробити висновок, що ресторан «Веранда на Дніпрі» дотримується високих стандартів і вимог, позиціонуючи себе як заклад високого сегменту і класу «люкс».

1.2. Моніторинг факторів впливу на сервісні технології ресторану

Проводячи моніторинг факторів впливу на сервісні технології ресторану «Веранда на Дніпрі» доцільно сформуванати рис.1.4. де відобразити основні фактори впливу.

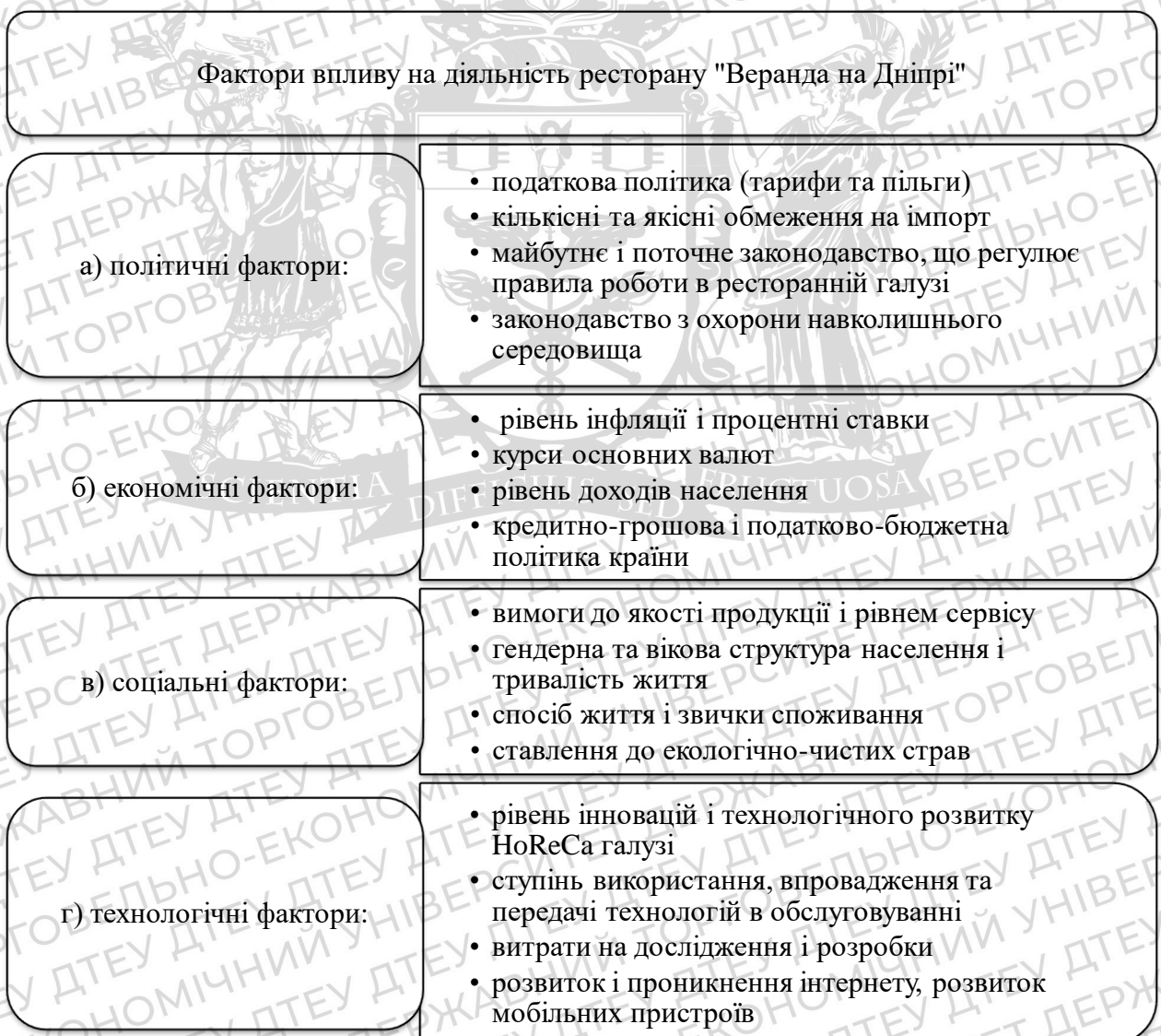


Рис. 1.4. Фактори впливу на сервісні технології ресторану «Веранда на Дніпрі»

Джерело: сформовано автором на основі [11]

Відповідно до сформованого рис.1.4 нами було визначено, що в результаті відображених факторів досліджуваній ресторан «Веранда на Дніпрі» є досить залежним. Констатація цього факту можлива за рахунок формування табл.1.4., де відобразимо підсумований результат по PEST-діагностиці.

Таблиця 1.4

Підсумкова таблиця PEST-аналізу

Встановлений фактор	Присвоєна оцінка	Дії досліджуваного ресторану «Веранда на Дніпрі»
Фактори політичного характеру		
Податкова політика (тарифи та пільги)	2,0	Диверсифікація власної роботи
Кількісні та якісні обмеження на імпорт	0,6	Пошук нових постачальників
Майбутнє і поточне законодавство, що регулює правила роботи в ресторанній галузі	1,5	Розширення ресторану до мережі
Законодавство з охорони навколишнього середовища	0,3	Дотримання екологічних норм
Фактори економічного характеру		
Рівень інфляції і процентні ставки; Курси основних валют;	1,2	Оптимізація витрат
Рівень доходів населення; Кредитно-грошова і податково-бюджетна політика країни;	1,6	Розвиток асортиментної політики та збутової діяльності
Фактори соціального характеру		
Вимоги до якості продукції і рівнем сервісу; Гендерна та вікова структура населення і тривалість життя;	2,1	Програми зростання рівня кваліфікованості персоналу
Спосіб життя і звички споживання; Ставлення до екологічно-чистих страв;	1,2	Впровадження нового меню
Фактори технологічного характеру		
Рівень інновацій і технологічного розвитку HoReCa галузі;	1,2	Цифрові інструменти модернізації роботи
Ступінь використання, впровадження та передачі технологій в обслуговуванні;	1,2	Використання сервісних технологій
Розвиток і проникнення інтернету, розвиток мобільних пристроїв;	2,0	Використання цифрових продуктів

Джерело: сформовано автором

У таблиці 1.4 нами розроблено, відповідно до базових факторів впливу на сферу функціонування досліджуваного ресторану можливі напрями дій з метою нівелювання впливу негативних, або ж використання впливу позитивних чинників.

Власне дослідження роботи ресторану і його сервісної роботи є ключовим типом для діагностики функціонування, яке передбачає оцінювання не лише наявних фактичних переваг по роботі, чи конкурентних особливостей, а і чинників впливу. Відповідно до цього моніторинг впливу чинників на роботу ресторану «Веранда на Дніпрі» є вкрай важливим. Наступним для дослідження слід дослідити галузевий ринок і відобразити частку ресторанів, що адаптовували різноманітні інновації у власну роботу в Україні, протягом 2010-2020 років на рис.1.5.

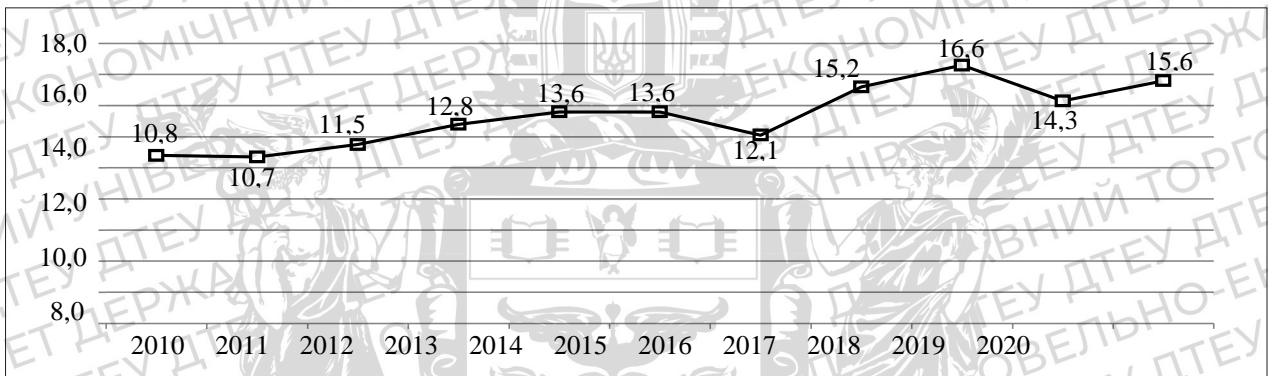


Рис. 1.5. Динаміка впровадження інноваційних інструментів в сервісну концепцію роботи ресторанів України, %

Джерело: сформовано автором на основі [12]

Наступним слід відобразити динаміку впровадження нових технологічних процесів і різноманітних інноваційних видів продукції на рис.1.6.



Рис. 1.6. Динаміка впровадження інноваційних видів продукції в роботу ресторанів України, %

Джерело: сформовано автором на основі [12]

Отже, як бачимо тенденцію впровадження інновацій використовує низка ресторанів України, досліджуваний ресторан «Веранда на Дніпрі» не є винятком. Нова інноваційна політика ресторану «Веранда на Дніпрі», що введена у 2020 році і діє до сьогодні передбачає за собою клієнтоорієнтований бренд, що задовільняє потреби споживачів. Протягом досліджуваного періоду основними конкурентами ресторану залишаються ресторан «Маяк», та «NotOnlyFish». Відповідно до цього сформуємо табл.1.5. де відобразимо порівняння конкурентних переваг серед сервісних технологій досліджуваних ресторанів.

Таблиця 1.5

Порівняння переваг по сервісним технологіям конкурентів ресторану

«Веранда на Дніпрі»

Показник	Вага	Оцінка			Рівень сервісних технологій		
		«Веранда на Дніпрі»	«Маяк»	«NotOnlyFish»	«Веранда на Дніпрі»	«Маяк»	«NotOnlyFish»
1. Позичування	0,15	5	5	4	0,75	0,75	0,6
2. Онлайн і офлайн технології по обслуговуванню	0,15	4	4	5	0,6	0,6	0,75
3. Тривалість роботи на ринку у м.Київ, впізнаваність в мережі Інтернет	0,1	4	5	4	0,4	0,5	0,4
4. Середня ціна відвідування ресторану на двох	0,15	4	5	3	0,6	0,75	0,45
5. Асортимент в меню закладу	0,15	4	4	5	0,6	0,6	0,75
6. Просування на ринку	0,2	4	4	3	0,8	0,8	0,6
7. Сервіс для клієнтів	0,1	5	4	5	0,5	0,4	0,5
Всього	1				4,25	4,4	4,05

Джерело: сформовано автором

1. Ресторан «Маяк». Ресторан з досить високим позиціонуванням і сервісними технологіями, знаходиться на Дніпровській Набережній м.Київ. Має у своєму складі велику кількість хороших відгуків в мережі Інтернет [13].

2. Ресторан «NotOnlyFish». Відомий ресторан у м.Київ, має спрямування середньоазійської кухні, але не зважаючи на це залишається улюбленим місцем багатьох відвідувачів. Цінова політика даного ресторану дещо вища ніж у ресторані «Веранда на Дніпрі», та «Маяк», проте імідж і впізнаваність серед споживачів є схожою [14].

Тепер для оцінки сервісних технологій ресторану «Веранда на Дніпрі» слід додатково провести опитування відвідувачів, що поставили тег (відмітку ресторану) у власних соціальних мережах. Відповідно до цього сформуємо анкету-опитувальник у табл.1.6.

Для цієї анкети було сформовано 5 основних запитань, які допоможуть поглиблено оцінити сервісні технології присутні в роботі досліджуваного ресторану. Опитування було проведено адміністратором ресторану за останній квартал 2022 року в період із 1.09.2022 по 1.12.2022. Всього в опитуванні прийняло участь 50 останніх відвідувачів.

Таблиця 1.6

Опитувальник-анкета для дослідження сервісних технологій ресторану «Веранда на Дніпрі»

Порядковий номер	Анкетне опитування відвідувачів ресторану «Веранда на Дніпрі»
Запитання №1	Чи привітно Вас зустрічає персонал ресторану ?
Запитання №2	Обслуговуючий персонал знає меню і з радістю допомагає Вам у виборі страв?
Запитання №3	Як часто доводиться повторно викликати офіціанта в ресторані?
Запитання №4	Чи подобається Вам наша система лояльності з можливістю накопичення балів?
Запитання №5	Чи влаштовує Вас наявне меню і способи розрахунку в ресторані «Веранда на Дніпрі»

Джерело: складено автором

Сформоване анкетне опитування дозволило виявити наступну проблематику в роботі досліджуваного ресторану «Веранда на Дніпрі»:

- на перше запитання 72% відвідувачів ресторану відповіли, що персонал є привітним і ввічливо зустрічає під час відвідування;
- на друге запитання лише 27% відвідувачів вказали, що іноді персонал не знав основних позицій в меню, та склад страв, що пропонуються.

Проте 100% відвідувачів зазначили, що офіціанти допомагають у виборі основних страв;

- на третє запитання 84% відвідувачів ресторану «Веранда на Дніпрі» зазначили, що іноді офіціанти підходять пізно, або їх немає на місці і доводиться повторно їх викликати;

- на четверте запитання в ході опитування було отримано відповіді на рівні 80% - позитивних, про те, що система лояльності з можливістю накопичення дуже подобається, інша частина опитаних вказала, що вони б хотіли отримувати більший кешбек балів;

- відповідно до останнього питання думки відвідувачів розійшлись, 52% респондентів вказали, що способи розрахунку в ресторані є практично всі, та меню є сучасним, менша половина респондентів вказали, що електронні системи оплати довго завантажують оплату і доводиться шукати готівку.

Відповідно до проведеного дослідження сформуємо рис.1.7. з узагальненням позитивних відповідей.

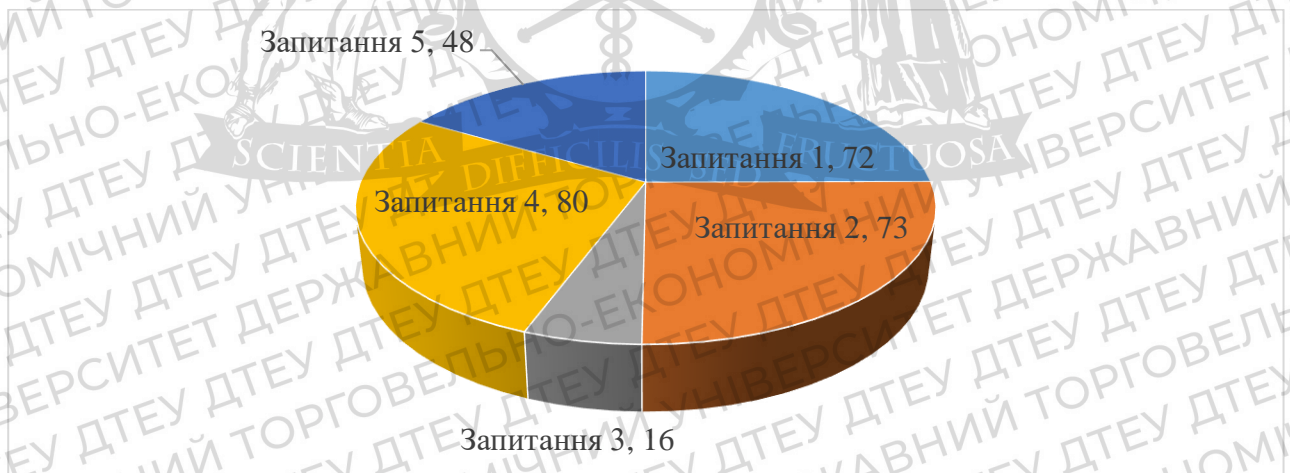


Рис. 1.7. Частка позитивних відповідей респондентів по сервісному обслуговуванню ресторану «Веранда на Дніпрі», %

Джерело: сформовано автором

Отже, як бачимо проблематика досліджуваного ресторану полягає в забезпеченні сервісу під час прямого обслуговування і роботи офіціантів. Рекомендаційна частина по вдосконаленню сервісних процесів буде відображена у наступному розділі.

РОЗДІЛ 2

НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ТЕХНОЛОГІЙ ОБСЛУГОВУВАННЯ СПОЖИВАЧІВ У РЕСТОРАНІ «ВЕРАНДА НА ДНІПРІ», М. КИЇВ

2.1. Організаційні форми сервісних процесів ресторану

Досліджуючи напрямки удосконалення сервісних процесів ресторану «Веранда на Дніпрі» запропонуємо на початку включити до посадових обов'язків однієї особи-працівника, наприклад адміністратора, реалізувати зворотній зв'язок зі відвідувачами ресторану. Важливим тут є наступні рекомендації з посадових обов'язків для адміністрації ресторану:

- здійснення надання інформації потенційному або постійному/новому відвідувачу, щодо акцій і новинок ресторану;
- здійснення анкетування як усного так і письмового (за допомогою електронної пошти) на предмет виявлення рівня задоволеності від відвідування ресторану;
- отримання інформації від клієнтів з приводу нарікань або переваг діяльності ресторану «Веранда на Дніпрі».

За допомогою вище перелічених дій, адміністрація ресторану «Веранда на Дніпрі» отримає інформацію для покращення роботи. Тому важливий момент реалізації такого заходу, це реальне забезпечення налагодження неформального зв'язку зі споживачами, адже просто отримати інформацію щодо нарікань або побажань мало, важливо обробити її та використати на практиці. Також важливо, щоб керівництво не шукало винних, розробляло план покарання, штрафів тощо, а витратило цей час на вилучення негативних моментів з роботи ресторану. Система штрафів може бути використана лише у випадку, коли одна й та сама помилка стає системою у роботі працівника (офіціанта, бармена, хостес, кухарів, прибиральниць, адміністрації), а якщо це

випадковість, робочий момент, необхідно просто її мінімізувати, зокрема її наслідки для ресторану.

Важливим є здійснення моніторингу відгуків про діяльність ресторану в мережі Інтернет. Сучасні тенденції життя призвели до того, що більшу частину інформації можна знайти в Інтернет-мережі, зокрема пройшли ті часи, коли клієнти залишали відгуки у книзі побажань та нарікань. На сайті «Веранда на Дніпрі» є спеціальна частина, яка передбачає залишення відгуків про відвідування та сервіс. Тому при наявності негативних коментарів важливо здійснити ряд наступних заходів [16]:

- зв'язатись з клієнтом, який залишив запис;
- з'ясувати рівень задоволеності. Якщо клієнт залишив позитивний коментар – подякувати та дізнатись, яким чином ресторан може стати ще кращою для ресторанної індустрії. У протилежному випадку необхідно з'ясувати причини невдоволення споживачем, провести внутрішнє розслідування в компанії з виявлення причин виникнення такої ситуації;
- останнім кроком є прийняття рішень та дій з подолання моментів у роботі ресторану «Веранда на Дніпрі», які призвели до негативних коментарів.

Сам процес обробки коментарів та відгуків від відвідувачів необхідно зробити максимально прозорим, адже такі відгуки – це найкращий інструмент, який дає змогу покращити роботу ресторану «Веранда на Дніпрі».

Тепер розглянемо матеріальну сторону запропонованого заходу. Якщо адміністрацією ресторану буде прийнято рішення розширити посадові обов'язки адміністратора, необхідно розуміти, що цей захід понесе за собою додаткові витрати.

Оцінивши рівень середньої заробітної плати на ринку за таку посаду, зважаючи на сумісництво посад однією особою доцільним є надання надбавки у розмірі 7 000 грн. Отже, в рік цей захід потягне витрати у розмірі 84 000 грн на одного працівника.

Сьогодні ключова конкурентна перевага будь-якого ресторану – це проінформованість клієнтів та споживчого сектору про нього. Мова йде про

такі напрямки, як медійність та Інтернет-медійність. Вони є основою для створення або підтримки позитивного іміджу «Веранда на Дніпрі», а отже потребують приділення значної уваги до себе. Зокрема можна навести такі рекомендації для ресторану «Веранда на Дніпрі»:

- оптимізація та оновлення офіційного сайту ресторану «Веранда на Дніпрі»;
- створення та підтримка необхідного рівня проінформованості сторінок у соцмережах;
- створення та підтримка інформаційного забезпечення сторінок форумів та сайті, які є спрямованими саме на ресторанну діяльність;
- налагодження зв'язків з конкурентами, обмін досвідом, як позитивним, так і негативним для мінімізування ризиків повторення помилок;
- налагодження зв'язків зі споживачами, запровадження заходів, на яких відбуватиметься презентація нових страв, барного меню, що реалізує ресторан, роздача брошур тощо.

Підтримка позитивного іміджу ресторану «Веранда на Дніпрі» - це в першу чергу саме сервісна підтримка діяльності ресторану. І, звичайно, не можна забувати про забезпечення високого рівня якості обслуговування відвідувачів, що є загалом основним фактором, наслідком якого і є створення позитивного іміджу у готельно-ресторанному секторі.

Сервісна підтримка готельно-ресторанного бізнесу полягає у проінформованості клієнтів на предмет доцільності впровадження різноманітних інструментів та її переваги над конкурентами. Основна мета ресторану «Веранда на Дніпрі» заключається у акцентуванні сильних сторін. Комуś може здатись, що доцільно акцентувати увагу на слабких сторонах конкурента, проте це не вірний шлях. Етика є першочерговою відмінністю ресторану-лідера.

Розглядаючи можливість удосконалення політики сервісу в ресторані, необхідно додати в штат співробітників посаду ревізора. Основними вимогами до такого спеціаліста є наявність досвіду створення та супроводу сторінок

компанії у соцмережах; реалізація сервісної політики в Інтернет-мережах; рекомендації щодо реалізації і оптимізації сервісної політики в режимі офлайн.

Важливо те, що ревізор може працювати дистанційно, адже його робота заключається у діяльності в Інтернет-мережі та не завжди потребує присутності в ресторані. Дослідивши та проаналізувавши рівень заробітної плати на ринку ревізорів, середній рівень складає 10 000 грн. Саме таку ставку і доцільно запропонувати спеціалістові, якого планується брати до штату співробітників в ресторан «Веранда на Дніпрі».

Отже, нами було запропоновано ряд заходів з оптимізації сервісу в ресторану «Веранда на Дніпрі».

Також для удосконалення сервісного обслуговування відвідувачів ресторану «Веранда на Дніпрі» рекомендовано реалізувати вдосконалення системи пошуку та найму на посади працівників. Цього можна домогтися на початковому етапі шляхом визначення цілей особи, яка претендує на посаду в компанії. Необхідним є визначення його мотивації, рівня зацікавленості в даній конкретній посаді, розвитку в компанії в довгостроковому періоді.

Основні проблеми, які виникають з персоналом можна виявити ще на стадії найму особи на роботу. Адже якщо спеціаліст не зацікавлений у роботі, це кидається у вічі одразу.

Основною проблемою залучення фахівців до роботи є загалом їх пошук і добір на посади. Наслідком цього є проблематика загальної кадрової структури, адже брак фахівців на ринку призводить до браку фахівців у ресторані, і наслідком цього є неякісне надання ресторанних послуг. Адже брак якісних кадрів призводить до того, що на працівника крім його безпосередніх обов'язків лягають ще додаткові і не завжди вони є додатково оплачуваними. І головним є те, що оплата не грає великої ролі, головне те, що втрачається продуктивність праці такого працівника (бармена, офіціанта, хостес).

Очевидно, що процес добору персоналу для ресторану «Веранда на Дніпрі» характеризується своєю власною специфікою, що допомагає виділити етапи самого добору (рис.2.1):

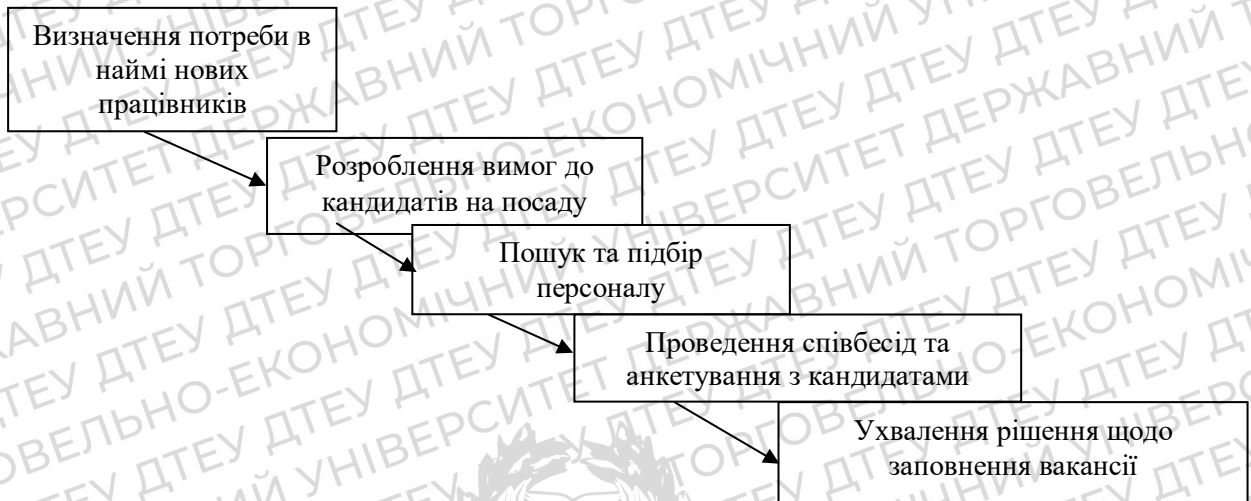


Рис. 2.1. Етапи добору персоналу для вдосконалення сервісу ресторану «Веранда на Дніпрі», %

Джерело: сформовано автором

Запропонована схема пошуку персоналу є універсальною адже ці етапи важливі для того, щоб процедура була ефективною та принесла користь ресторану. Також в ході рекомендацій слід розглянути декілька ідей по інноваціям, що зобразимо на рис.2.2.

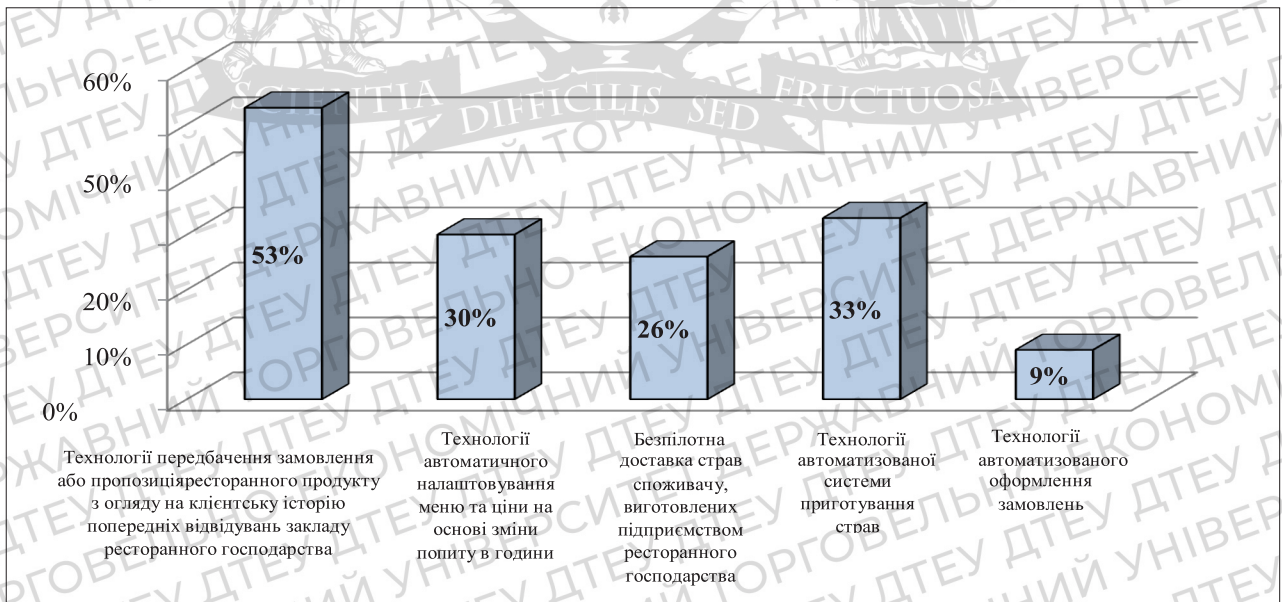


Рис. 2.2. Перелік ідей для вдосконалення сервісу ресторану «Веранда на Дніпрі», %

Джерело: сформовано автором

Відповідно в ході надання рекомендацій по сервісним процесам сформуємо певний план для ресторану «Веранда на Дніпрі» у табл.2.1.

Таблиця 2.1

Сервісний план до реалізації в ресторані «Веранда на Дніпрі»

№	Етап	Характер цільових заходів
Сервісна концепція ресторану «Веранда на Дніпрі»		
1	Формування вихідних цілей для адаптації в сервісну політику	Підвищується ефективність сприйняття ресторану «Веранда на Дніпрі» цільовою аудиторією; Збільшується проінформованість цільової аудиторії; Покращується імідж ресторану «Веранда на Дніпрі» збільшується конверсія для основного веб-сайту; Сервісна концепція удосконалюється в очах споживача.
2	Портрет відвідувача	Цільова аудиторія 20+, чоловіки та жінки, переважають якісні страви і фірмові пропозиції.
3.	Бюджет для сервісної концепції	формується за рахунок вихідних етапів.
Сервісні заходи для ресторану		
4	Вибір оптимальних сервісних інструментів, в т.ч. комунікаційних	рекламні заходи ресторану «Веранда на Дніпрі» в Інтернеті; збільшення кількості посилань, розміщених на зовнішніх ресурсах ресторану «Веранда на Дніпрі»; контент-маркетинг для соціальних мереж і вдосконалення дописів; партнерський маркетинг з конкурентами ресторану «Веранда на Дніпрі»; Е-мейл розсилка цільовій аудиторії та підписникам за допомогою нового анкетного листа; впровадження нових страв і меню; цифровізація бізнес-процесів; удосконалення системи обслуговування; поліпшення якості сервісу.
5.	Вибір каналів сервісних комунікацій	вибір уточнених каналів поширення інформації серед цільової аудиторії ресторану «Веранда на Дніпрі».
6.	Розробка сервісної концепції	графік реалізації запропонованих заходів :протягом січня 2023-серпня 2023.
7.	Сервісні прийоми	Підвищення кешбеку через відвідування ресторану, покращення програми лояльності для клієнтів.
Реалізація плану по сервісних процесах		
8.	Реалізація сервісних комунікацій	створення контенту в соціальних мережах з метою залучення цільової аудиторії, партнерство з іншими ресторанами.
Тестування сервісної системи		
9.	Тестування організаційних форм сервісних процесів	Моніторинг і оптимізація організаційних форм сервісних процесів. Внесення коригувань в роботу.
Проведення аудиту сервісної роботи		
10	Контроль	Попередній контроль сервісної роботи (на етапі планування); Поточний контроль (на етапі реалізації рекомендованих заходів);

Джерело: сформовано автором

Для адаптації даного плану по сервісним аспектам ресторану «Веранда на Дніпрі» необхідно 8 місяців протягом 2023 року, починаючи з січня місяця по серпень. Суть даної сервісної програми стосується того, що впроваджуватиметься належний комплекс комунікацій, сервісних підходів, роботі з персоналом і відвідувачами ресторану. При цьому працюватиме на користь Інтернет реклама, відвідування ресторану стане частішим, відповідно також буде поліпшена система лояльності.

Для прорахунку коштів, що необхідні для впровадження даних заходів, слід висвітлити перелік цін на впровадження у табл.2.2.

Таблиця 2.2

Прейскурант на адаптацію сервісних технологій в ресторані «Веранда на Дніпрі»

Назва сервісної	Ціна в долл.США. без ПДВ	Ціна, всього
1. Сервісні аспекти в соціальних мережах, рекламні інтеграції, комунікації;	500	2500
2.Формування рекламних засобів, для привертання уваги;	400	400
3.Оновлення меню на сайті ресторану «Веранда на Дніпрі»;	140	600
4.Залучення SMM-спеціаліста;	300	3300
5.Залучення сервісного аудитора;	300	3300
6. Вдосконалити дописи для соціальних мереж ресторану «Веранда на Дніпрі»	500	700
7.Редагувати весь текст і наповнення соціальних мереж ресторану	350	350
8. Використати нові E-mail листи для цільової аудиторії з ціллю запрошення в ресторан повторно	250	250
9.Розсилка на 10 000 тис.цільової аудиторії	100	1000
10.Запровадити масс-фолловінг	200	400
11. Вдосконалити систему лояльності для відвідувачів;	2000	2000
12. Провести тренінги для персоналу по сервісу;	400	1600
13.Оновити	100	250
Загальна вартість.	0	16 650

Джерело: складено автором

Додатково слід розглянути можливі стратегії обслуговування в ресторані «Веранда на Дніпрі» на рис.2.3.



Рис. 2.3. Додаткова рекомендована стратегія для вдосконалення сервісу ресторану «Веранда на Дніпрі»

Джерело: сформовано автором

Таким чином, впровадження стратегічно важливого сервісного підходу дозволить досліджуваному ресторану «Веранда на Дніпрі» відмежуватись від

існуючих конкурентів і розширити власне коло цільової аудиторії з яким в подальшому налагоджувати довгострокову перспективну співпрацю і збільшувати обсяги збуту власних ресторанних послуг.

2.2. Впровадження інноваційних сервісних технологій у ресторані «Веранда на Дніпрі»

Впроваджуючи інноваційні сервісні технології в роботу ресторану «Веранда на Дніпрі» слід відштовхуватись від думки відвідувачів, а саме доцільно провести додаткове опитування відвідувачів ресторану «Веранда на Дніпрі». Відповідно до цього сформуємо перелік ключових питань, відповідно для впровадження інноваційних сервісних технологій:

1. Які заклади ресторанного господарства Ви найчастіше відвідуєте?

а) кафе; б) ресторан; в) фуд – корти; г) бар; в) не відвідую.

2. Як ви ставитесь до наявних «фішок» закладу?

а) позитивно; б) негативно; в) не помічаю їх.

3. Критерії вибору закладу ресторанного господарства, який ви збираєтесь відвідати?

а) кухня; б) обслуговування; в) інтер'єр закладу; г) свій варіант.

4. Чи бачили ви в закладах електронне планшетне меню ?

а) так; б) ні; в) що це ?

5. Чи користуєтесь ви промо – акціями і знижками у закладах ресторанного типу?

а) так; б) ні; в) не знаю.

Результат анкетного опитування:

Відповідно до проведеного опитування 42% відвідувачів зазначили, що віддають переваги ресторанам, проте основу по конкуренції для ресторану «Веранда на Дніпрі» складають кафе, оскільки 29% цільової аудиторії відвідують саме їх. Також зазначимо, що 92% відвідувачів належним позитивно ставляться до наявних фішок ресторану, що свідчить про можливість

впровадження цифрового планшетного меню, звичайно QR-код це простіше, проте саме планшетне меню на столах, дозволить підтримувати імідж досліджуваного ресторану і сприятиме клієнтоорієнтованому підходу. Також зазначимо, що серед більшості опитаних, а саме 62% обрали головними критеріями кухню, та інтер'єр, тоді як 24% віддали перевагу саме сервісній концепції.

100% опитаних зазначили, що завжди використовують програми лояльності в закладах ресторанного бізнесу, відповідно до цього реалізація наданих рекомендацій є вкрай необхідною для того, щоб покращити сервісну концепцію роботи ресторану «Веранда на Дніпрі».

В ході дослідження слід відобразити переваги і недоліки від впровадження цифрового планшетного меню в роботу ресторану «Веранда на Дніпрі» у табл.2.3.

Таблиця 2.3

Переваги і недоліки від використання цифрового планшетного меню в роботі ресторану «Веранда на Дніпрі»

Фактичні переваги	Наявні недоліки
Досить зручний інтерфейс, до якого належить перелік різноманітних страв, спрощує пошук основних позицій і дозволяє візуалізувати страву на екрані, її подачу. Також дозволяє візуалізувати барні позиції ресторану, отримати інформацію про склад і особливості.	Наявні збої у програмі, неправильне визначення кінцевої суми чеку, недоотримання замовлення. Необхідні консультації спеціалістів, що призводить до додаткових витрат.
Страви у меню змінюються двічі на рік, також можуть змінюватись ціни, проте для збільшення привабливості меню необхідно змінювати і дизайн, що потребує певного оновлення меню.	Зменшується взаємодія між клієнтами і офіціантами, що ускладнює отримання інформації, щодо продукції, а також певних порад щодо страв.
Спрощена робота для обслуговуючого персоналу ресторану «Веранда на Дніпрі».	Певна вартість на встановлення такої програми
Збільшується ефективність обслуговування за рахунок оптимізації процесу замовлення.	

Джерело: складено автором

Тепер проведемо дослідження вартості такого заходу для адаптації в роботу в ресторані «Веранда на Дніпрі» у табл.2.4.

**Вартість впровадження цифрового планшетного меню для оптимізації
сервісу ресторану «Веранда на Дніпрі»**

Найменування	Виробник	Ціна, тис.Долл.Сша
A)D.2.Menu	Sytec Group	1200
B)Smart Touch	Global Soft	800
B)Electro– Menu	Graphic Model	700
Г) E – Menu	Smart Lab	850

Джерело: складено автором

Рекомендовані цифрові планшети в якості меню для цільової аудиторії ресторану «Веранда на Дніпрі» можуть мати особливості:

- працюють на основі сенсорних моноблоків, які знаходяться під столом ресторану;
- працюють за рахунок сенсорних планшетів, що можуть закріплюватись на тримачах в ресторані;
- працюють за рахунок сенсорних цифрових планшетів;
- працюють за рахунок eMenuTable з столу з вмонтованим сенсорним дисплеєм.

Приклад такого меню відобразимо на рис.2.4.



Рис. 2.4. Приклад цифрового планшетного меню для ресторану «Веранда на Дніпрі»

Джерело: сформовано автором

Також слід зазначити, що дане впровадження належним чином би вплинуло на репутацію і лояльність існуючих відвідувачів ресторану «Веранда

на Дніпрі». Підсумовуючи проведене дослідження, зазначимо, що окрім адаптації цифрового меню і сервісного підходу до обслуговування, слід також проводити контролінг по сервісу, рекомендованим сервісним аудитором. На додаток до сервісної концепції з метою підвищення якості сервісу, можна сформулювати перелік ключових цілей для реалізації:

- надавати більше інформації, яку можна було б презентувати відвідувачам ресторану «Веранда на Дніпрі», оновлювати акційні пропозиції, впроваджувати новинки до меню;

- проводити різноманітні заходи, що стосуються дегустацій, чи новинок від шефа;

- надавати щоденні знижки на позиції, які користуються надмірним попитом;

- особливу увагу звертати на відгуки відвідувачів ресторану «Веранда на Дніпрі».

Всі зазначені напрями, дозволять належним чином вплинути на роботу досліджуваного ресторану «Веранда на Дніпрі», відповідно до цього дозволять ресторану покращувати лояльність відвідувачів, тим самим збільшуючи попит на основні позиції і барні пропозиції. Такий підхід неодмінно призведе до появи нових конкурентних переваг досліджуваного ресторану на ринку готельно-ресторанних послуг.

Прогнозується, що в ході поліпшення сервісної концепції і організації ефективного клієнтоорієнтованого підходу до споживача ресторан «Веранда на Дніпрі» зможе якісніше провадити власну діяльність. Тим самим в контексті даного дослідження слід спрогнозувати як саме може змінитись відвідування ресторану в ході реалізації сервісних інструментів для ресторану. Для цього сформуємо рис.2.5 у якому відобразимо фактичну відвідуваність ресторану і можливу (прогнозовану) в ході наданих рекомендацій.



Рис. 2.5. Прогноз відвідуваності для ресторану «Веранда на Дніпрі» в ході наданих пропозицій

Джерело: сформовано автором

Сама сервісна концепція запропонована у даному дослідженні є раціонально обгрунтованою, оскільки вона дозволить:

- поліпшити роботу персоналу, забезпечить клієнтоорієнтований підхід;
- в результаті, відвідувачі залишатимуть позитивні відгуки і частіше рекомендувати своїм близьким і знайомим;
- впровадження цифрового інструментарію осучаснить досліджуваний ресторан і дозволить підвищити імідж;
- налагодиться збутова діяльність, відповідно зростатиме прибутковість.

Відповідно до сформованого прогнозу по відвідуваності, можемо спостерігати, що досліджуваний ресторан «Веранда на Дніпрі» зможе підвищити кількість відвідувачів, а відповідно це дозволить покращити роботу вцілому.

ВИСНОВКИ

У ході дослідження сервісних технологій суб'єкта ресторанного господарства «Веранда на Дніпрі»:

1. Встановлено, що ресторан «Веранда на Дніпрі» знаходиться на березі р.Дніпро, має досить сучасне оформлення індиструального стилю, з досить широким асортиментним переліком страв міжнародної кухні і напоїв. Юридично досліджуваний ресторан було зареєстровано у 2011 році. Режим роботи ресторану загального типу встановлено з урахуванням створення найбільших зручностей для населення та гостей м.Київ: з 12 години ранку, до 22 години вечора (у зв'язку з запровадженням часом по військовому стану). Обслуговуючий персонал має фірмовий одяг та взуття єдиного зразка. За останні три роки в ресторані «Веранда на Дніпрі» відзначається збільшення чисельності працівників з трудовим стажем менше 5 років та зниженням чисельності професійної групи працівників. Це свідчить, що у ресторані відбувається відтік досвідчених, кваліфікованих кадрів.

2. Обґрунтовано, що протягом 2019 року можна було спостерігати позитивний фінансовий результат у розмірі 332 тис.грн. Власне вже у 2020 році, ефективність від власної роботи становила 2036 тис.грн. В свою чергу зростання прибутку ресторану «Веранда на Дніпрі» свідчить про те, що споживачі і відвідувачі задоволені політикою роботи закладу і відвідують його не одноразово. Відповідно у 2021 році чистий прибуток було зафіксовано на рівні 539 тис.грн, що підтверджує висновок про ефективну роботу ресторану. Було встановлено, що до основних сервісних технологій в роботі досліджуваного ресторану «Веранда на Дніпрі» належать:

-формування онлайн-замовлень і доставки, для цього ресторан використовує власну службу доставки;

-наявність безконтактної оплати, можливості бронювання столу в мобільному додатку, а також онлайн-комунікація з адміністратором ресторану

через месенджери;

-автоматизований вихід чеків на кухню та бар, під час замовлення через QR-стікер столу;

-QR-меню для замовлення, залишення відгуку, оплати власного замовлення;

-в умовах блекауту досліджуваний ресторан працює на генераторах, та дозволяє власним відвідувачам заряджати гаджети, або необхідні речі.

3. Досліджено, що основні комунікаційні і рекламні заходи сервісного спрямування відбувались до війни, в основному вони полягали в охопленні цільової аудиторії м.Київ. В умовах сьогодення ресторан «Веранда на Дніпрі» перераховує певну суму на підтримку ЗСУ. В ході роботи було проведено порівняння переваг по сервісним технологіям конкурентів ресторану «Веранда на Дніпрі» і встановлено, що ресторан по сервісним технологіям отримав 4,25 бали, тоді як ресторан «Маяк» отримав 4,4, а ресторан «NotOnlyFish» лише 4,05. Відповідно до цього було також надано оцінювання з допомогою методу анкетування останніх відвідувачів ресторану.

4. Досліджуючи напрямки удосконалення сервісних процесів ресторану «Веранда на Дніпрі» було запропоновано: впровадити в діяльність етапи добору персоналу для вдосконалення сервісу ресторану «Веранда на Дніпрі», також було відображено перелік ідей для вдосконалення сервісу ресторану. В ході надання рекомендацій було сформовано сервісний план до реалізації в ресторані «Веранда на Дніпрі», а також преїскурант на адаптацію сервісних технологій в ресторані.

5. Під час впровадження інноваційних сервісних інструментів було рекомендовано адаптувати цифрове планшетне меню, яке дозволить відвідувачам рідше викликати офіціанта, знаходити відповіді на часті запитання. Також адміністрації ресторану «Веранда на Дніпрі» було рекомендовано дотримуватись цілей, що стосуються клієнтоорієнтованості, питань якості, цифровізації власної роботи, сервісної роботи з відвідувачами, а також не нехтувати діяльністю ресторану в мережі Інтернет.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Гірняк Л., Глагола В. Сучасний стан, перспективи та тенденції розвитку ресторанного господарства в Україні. Інфраструктура ринку. 2018. Вип. 16. С. 71–77.
2. Гросул В., Зубков С., Іванова Т. Методичний інструментарій оцінювання рівня інноваційної активності підприємств ресторанного господарства. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2018. № 1. С. 284–294.
3. Завадинська О. Інноваційні технології господарювання в ресторанному бізнесі. Ресторанний і готельний консалтинг. Інновації. 2018. № 2. С. 93–102.
4. Кирніс Н. Інновації у сфері підприємств ресторанного господарства, які надають кейтерингові послуги. Економіко-правова парадигма розвитку сучасного суспільства. 2017. № 1. URL: <https://studlib.org.ua/index.php/eprs/article/view/105/102> (Дата звернення: 11.12.2022).
5. Марченко В. Сутність та місце бізнес-моделі в стратегічному управлінні машинобудівними підприємствами України. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2016. № 9. С. 109–112.
6. Осідач О. Методичні основи формування інноваційних бізнес-моделей. Вісник Львівського університету. Серія: Економічна. 2015. Вип. 52. С. 127–134.
7. Лисенко А.Ю., Голікова Т.П. Застосування сучасних інформаційних технологій – майбутнє ресторанного бізнесу. Національний університет харчових технологій. «Молодий вчений». – № 1–(53)–січень, 2018 р.
8. Офіційна сторінка ресторану «Веранда на Дніпрі» (веб-сайт) [Електронний ресурс] : [офіц. сайт] – Режим доступу : <https://veranda.ua/en> (Дата звернення: 16.12.2022).
9. Огляд ресторанного бізнесу України веб-сайт) [Електронний ресурс] : [офіц. сайт] – Режим доступу : <https://objor.com/5254-veranda-na-dnepre.html> (Дата звернення: 16.12.2022).

10. Ресурс аналітики «Google Trends», для моніторингу статистики сайту ресторану «Веранда на Дніпрі» [Електронний ресурс] : [офіц. сайт] – Режим доступу: <https://trends.google.ru/trends/explore?geo=UA> (Дата звернення: 22.01.2023).

11. Інновації в ресторанному бізнесі: адаптація технологій HoReCa [Електронний ресурс] : [офіц. сайт] – Режим доступу : <https://sunone.com.ua/articles-uk/innovacii-u-restorannomu-biznesi-vprovadzheniya-tehnologij-u-horeca/> (Дата звернення: 22.01.2023).

12. Державна служба статистики України : статистична інформація. [Електронний ресурс] : [офіц. сайт] – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua> (Дата звернення: 22.01.2023).

13. Офіційна сторінка ресторану «Маяк» (веб-сайт) [Електронний ресурс] : [офіц. сайт] – Режим доступу : <https://mayak.rest/> (Дата звернення: 16.12.2022).

14. Офіційна сторінка ресторану «NotOnlyFish» (веб-сайт) [Електронний ресурс] : [офіц. сайт] – Режим доступу : <https://cf.ua/place/not-only-fish> (Дата звернення: 16.12.2022).

15. Офіційна сторінка в соціальній мережі «Instagram» ресторану «Веранда на Дніпрі» [Електронний ресурс] : [офіц. сайт] – Режим доступу : <https://www.instagram.com/veranda.on.the.river/> (Дата звернення: 14.01.2023).

16. Офіційна сторінка в соціальній мережі «Facebook» ресторану «Веранда на Дніпрі» [Електронний ресурс] : [офіц. сайт] – Режим доступу : <https://www.facebook.com/veranda.on.the.river/> (Дата звернення: 14.01.2023).

17. Офіційна сторінка ресурсу «Serpstat», для моніторингу статистики сайту ресторану «Веранда на Дніпрі» [Електронний ресурс] : [офіц. сайт] – Режим доступу : <https://serpstat.com/uk/urls/index/> (Дата звернення: 21.01.2023).

18. Stensson A. (2016). Mapping the Restaurant Technology Landscape. Restaurant Innovation Summit. 2016. September 15. URL: https://www.restaurant.org/Downloads/Events/RIS/RIS/RIS16_techresearch (accessed: September, 9, 2019).

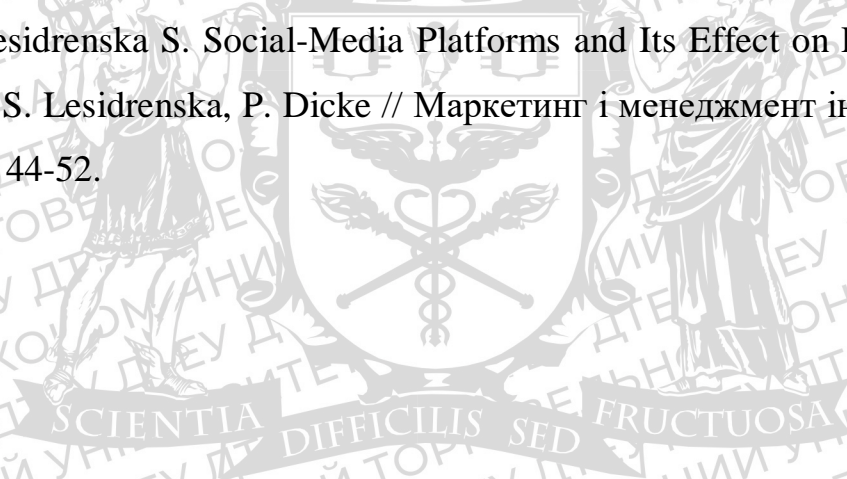
19. Teece D. (2010). Business Models, Business Strategy and Innovation. Long Range Planning, vol. 43, no. 1, pp. 172–194.

20. Explore the interactive database of the gii 2019 indicators. URL: <https://www.globalinnovationindex.org/analysis-indicator> (accessed: September, 9, 2019).

21. Gunelius, S. (n.d.). 10 Laws of Social Media Marketing. Entrepreneur. www.entrepreneur.com. [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.entrepreneur.com/article/218160> [in English].

22. Hollis N. Social Media: Fans and Followers Are an «End», Not a «Means» [Електронний ресурс] / N. Hollis // Millward Brown: Point of View. – Режим доступу: <http://www.millwardbrown.com/Insights/PointsOfView/Default.aspx>.

23. Lesidrenska S. Social-Media Platforms and Its Effect on Digital Marketing Activities / S. Lesidrenska, P. Dicke // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2012. – № 1. – P. 44-52.





ДОДАТКИ

Пропозиції і офіційний сайт ресторану «Веранда на Дніпрі»



VERANDA
WINE & Cheese
ВІНО І СИР ДЛЯ КОЖНОГО ГОСТЯ
ЩОПОНЕДІЛКА

ВІНО І СИР ДЛЯ КОЖНОГО ГОСТЯ!
Щопонеділка приготуємо для вас вишуканого вина та м'якочислий сир з власної сировини!

КОКТЕЙЛЬ ДЛЯ КОЖНОГО ГОСТЯ!
Швейцарка приготує авторський коктейль від шеф-бармена Артура Сивеуба!



VERANDA
COCKTAIL for every guest
КОКТЕЙЛЬ ДЛЯ КОЖНОГО ГОСТЯ
ЩОВТОРКА



VERANDA
MEAT day
ПРИГОТУЄМО М'ЯСО МІСЯЧІТИ З ПІСНІ
ЩОП'ЯТНИЦЯ

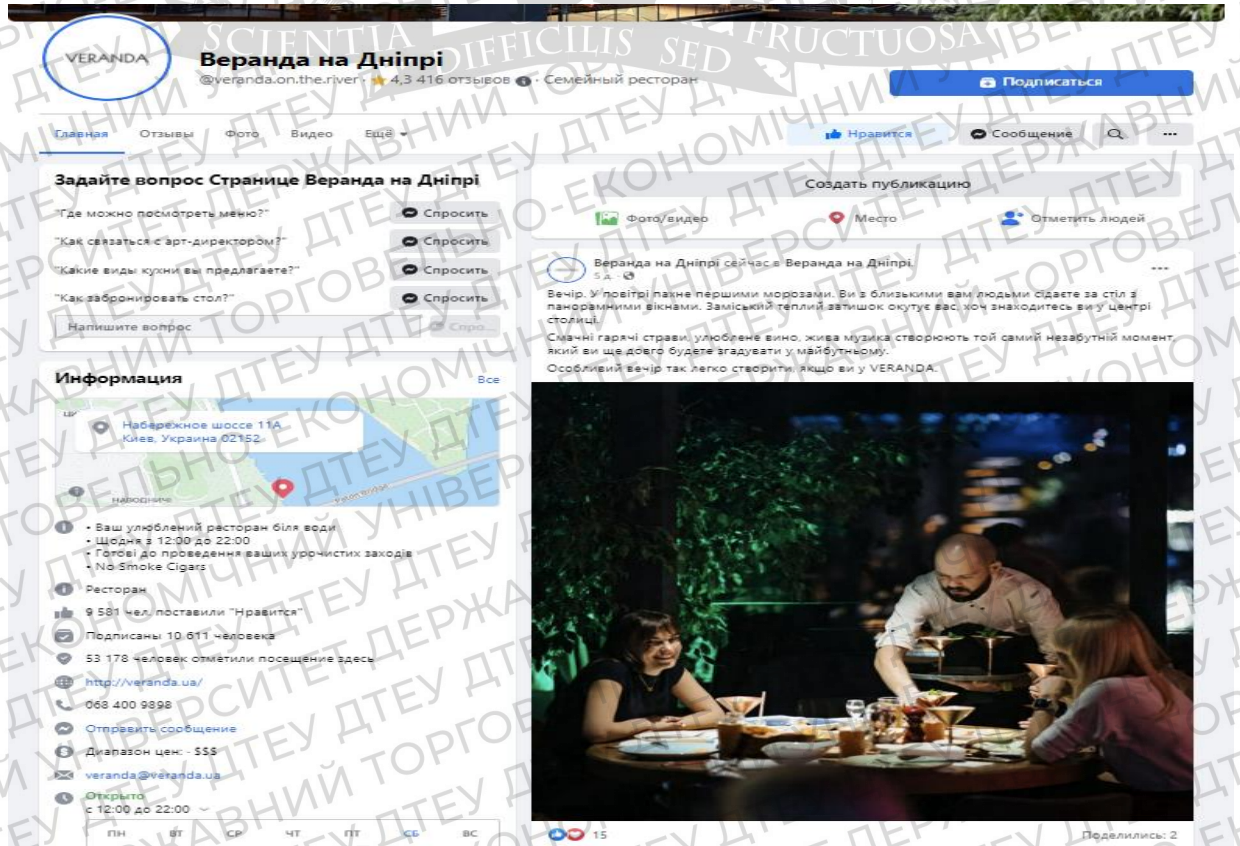
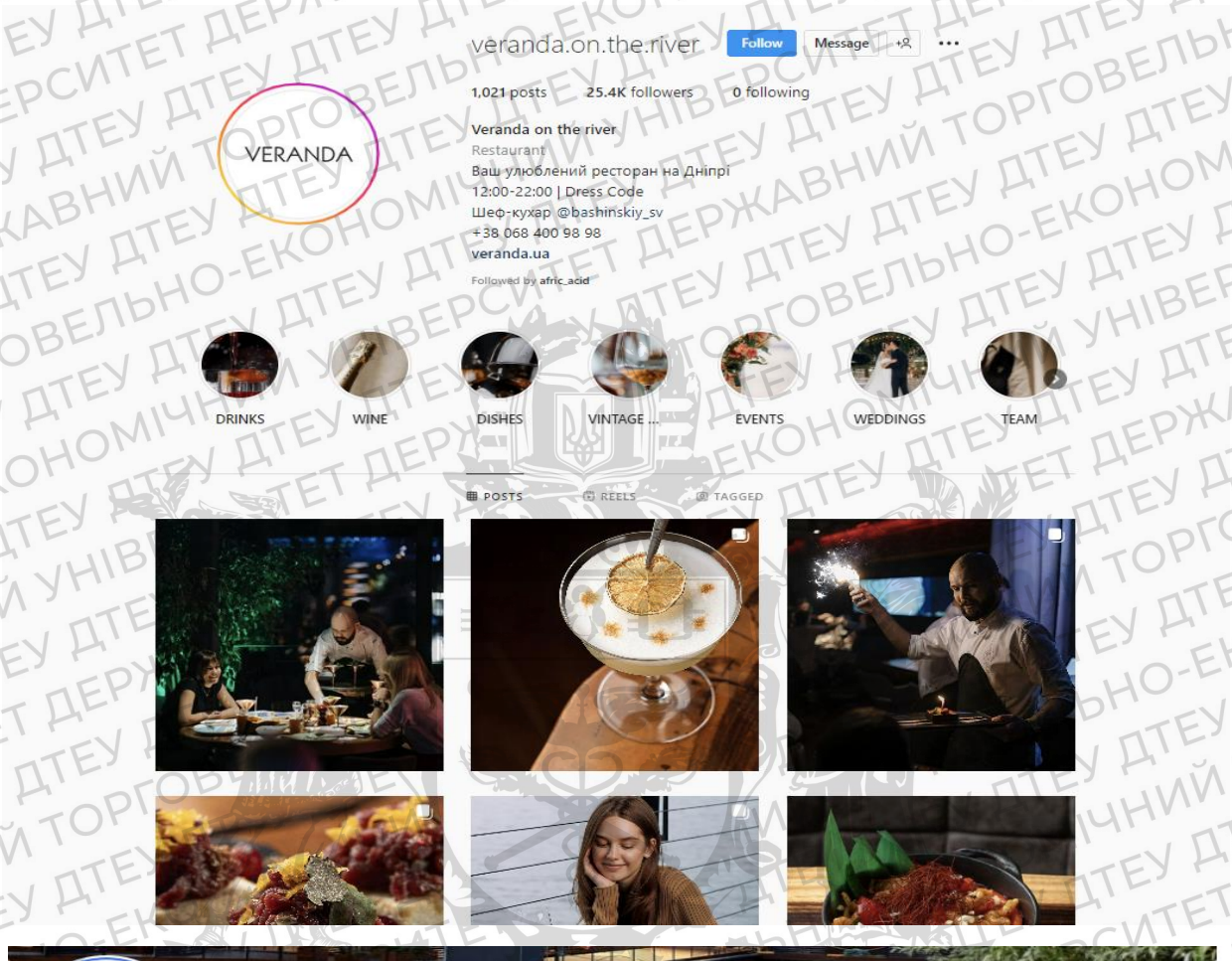
MEAT DAY IN VERANDA ON THE RIVER
Щоп'ятниці приготуємо Соковитий м'ясо м'якшого ягнця і рибу за спеціальним рецептом шеф-кухаря Артура Сивеуба!

VERANDA WEEKEND: LIVE VOCAL & DJ - SET
Щоб відпочити і швидко зарядити позитивні емоції в чудовій атмосфері ресторану на Дніпрі. Співачка або музикант професійного класу на терасі паубі та заповніть друзі сити на другій сторінці настрій на всі вихідні! Бронювання за телефонами: +3808 400 9898



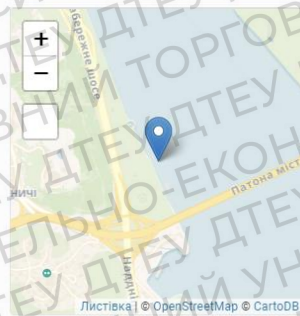
VERANDA
VERANDA WEEKEND
LIVE VOCAL AND DJ-SET
ЩОП'ЯТНИЦЯ ТА ЩОСІБІДНИЦЯ

Соціальні мережі ресторану «Веранда на Дніпрі»



Аналітичний огляд роботи ресторану «Веранда на Дніпрі»

КИЇВ ХАРКІВ ДНІПРО ОДЕСА ЗАПОРІЖЖА ЛЬВІВ КРИВИЙ РІГ МИКОЛАЇВ ВІННИЦЯ СІМФЕРОПОЛЬ ...



Головна » Київ » Ресторани Кафе Бістро Фаст-Фуд ...

Ресторан Веранда на Дніпрі у Києві

Зберегти

Маршрут через Google Maps

Меню

Царська юшка	215 ₴
Том-ям із грибами цаогу	295 ₴
Піца Маргарита	125 ₴
Різотто з білими грибами	280 ₴
Раки відварені з анісом	550 ₴



Пасхаліна, 12 . Київ .



Макдоналдс на свєнґія свєрстюка



Даріалі вулиця Йорданська, 10 . Київ . Україна .



Стара людина вулиця Січових Стрільців, 37-41 . Київ



Євразія на академіка Вільямса



Дакар Фудзон вулиця Пшенична, 9 Київ , Київська обл.



Domino's Pizza на Єфремова академіка

Рейтинг: ★★★★★ 4.6 (1706 голосів)

Ціна: €€€€

Працює: Відкрито Години роботи -

Телефон: +380 68 300 9898
+380 44 299 4949

Меню: Відкрити повне меню

Сайт: <http://veranda.ua/>

Instagram: <https://www.instagram.com/veranda.on.the.river/>

Facebook: <https://www.facebook.com/veranda.on.the.river>

Адреса: Набережне шосе, 11а , Київ , Україна , 02000

тип: Ресторани, Кафе, Бістро, Фаст-Фуд

особливості: Безкоштовний Wi-Fi, Автостоянка, Подають алкоголь, На відкритому повітрі, Телевізор, Банкет

кухня: Американська, Азіатська, Грузинська, Китайська, Французька, Мексиканська, Українська, Італійська, Змішана, Барбекю, Європейська, Японська

Лайкнути

Твітнути

Поділитися

Однокласники

Вмир

Відгуки

редагувати

Пошукова видача даних по ресторану «Веранда на Дніпрі»

Ключові слова для SEO veranda.ua

Г США 176

Фільтрація та сортування недоступні вашому тарифному плану. [Покращити план](#) [Покращте тариф](#) та знаходьте нові ідеї, фільтруючи й сортуючи цю таблицю.

#	Ключові фрази	Складність	Позиція	Частотність	Трафік	Вартість (\$)	Конкуренція в PPC, %	Результатив	URL
1	веранда киев	0	1	10	1	0,00	0	77	https://veranda.ua/
2	veranda veranda	21	2	10	1	0,00	7	110M	https://veranda.ua/
3	veranda киев	0	2	1-5	0	0,00	0	74	https://veranda.ua/
4	veranda kyiv	0	3	10	1	0,00	0	41	https://veranda.ua/en
5	restaurant veranda kiev	0	3	10	1	0,00	0	48	https://veranda.ua/en
6	веранда киев	0	3	1-5	0	0,00	0	74	https://veranda.ua/
7	ресторан на набережній киев	0	8	10	0	0,00	0	97	https://veranda.ua/
8	ресторани на набережній киев	1	11	10	0	0,00	0	92	https://veranda.ua/
9	ресторани на березу днепро киев	0	14	10	0	0,00	0	1.2M	https://veranda.ua/
10	веранда николаев меню	0	15	1-5	0	0,00	0	66	https://veranda.ua/

#	Конкуренти	Спільні ключові слова	Відсутні ключові слова	Релевантність	Всього запитів	Видимість
1	veranda.ua	0	0	100	175	0
2	mayak.rest	14	44	24.14	58	0
3	carraccio.kiev.ua	9	36	20	45	0
4	queenkyiv.com	79	557	12.42	636	0
5	pervak.kiev.ua	30	269	10.03	299	0
6	carteblanche.ua	16	171	8.56	187	0
7	famiglia.com.ua	57	785	6.77	842	0
8	borysov.com.ua	52	1.89K	2.68	1.94K	0
9	reston.ua	47	2.44K	1.89	2.49K	0
10	wedpro.com.ua	22	1.36K	1.59	1.38K	0

Звітність по цифровій роботі ресторану «Веранда на Дніпрі»

Traffic & Engagement

Total visits

Oct 2022 - Dec 2022 Worldwide

< 5,000

change is not available

Device distribution

Oct 2022 - Dec 2022 Worldwide



Desktop 19.86%
Mobile Web 80.14%

Global rank #6,084,464

Country rank #105,997

Industry rank #60,039

Engagement overview

Oct 2022 - Dec 2022 Worldwide All Traffic

Monthly visits < 5,000

Deduplicated audience N/A

UPGRADE

Pages / Visit 4.97

Monthly Unique Visitors N/A

Visit Duration 00:01:25

Bounce Rate 24.11%

See trends over time

Visits Over Time

Oct 2022 - Dec 2022 Worldwide All traffic

veranda.ua < 5,000 vs. avalon.ua < 5,000
praha-restaurant.com 26,082 odessarest.com.ua < 5,000
khinkali.com.ua 94,533

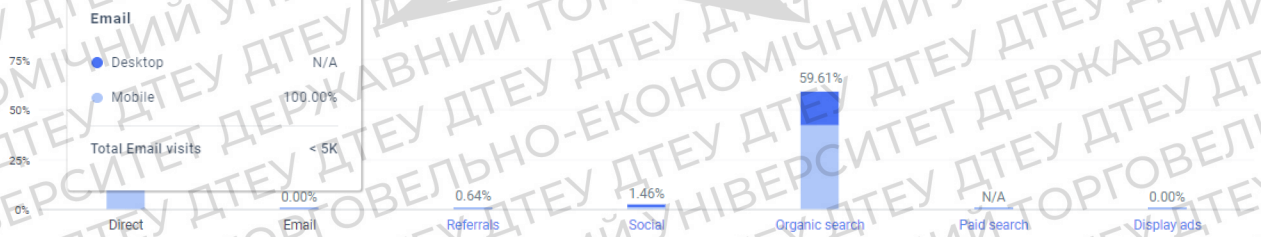
Compare 5 sites



See traffic over time

Channels overview

Oct 2022 - Dec 2022 Worldwide All traffic



See full overview

Branded VS. Non-Branded

Oct 2022 - Dec 2022 Worldwide Desktop

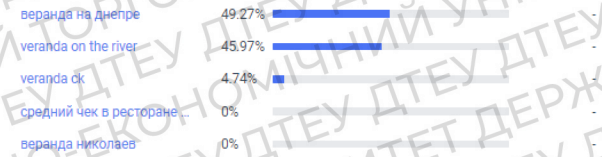


Branded 100%
Non-Branded 0%

See search overview

Top Organic Search Terms

Oct 2022 - Dec 2022 Worldwide Desktop



See more search terms