

Державний торговельно-економічний університет  
Кафедра готельно-ресторанного бізнесу

## ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

### УПРАВЛІННЯ СЛУЖБОЮ ДОСТАВКИ СУБ'ЄКТА РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

Студентки 4 курсу, 3  
групи,  
спеціальності  
073 «Менеджмент»  
Освітньої програми  
«Готельний і  
ресторанний  
менеджмент»

Науковий керівник  
к.е.н., доц.

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

*підпис студента*

*підпис керівника*

*підпис гаранта*

Богдан Анастасія  
Євгеніївна

Романчук Людмила  
Дмитрівна

Ткачук Тетяна  
Михайлівна

Київ 2023

**Державний торговельно-економічний університет**

Факультет ресторанно-готельного та туристичного бізнесу Кафедра готельно-ресторанного бізнесу

Спеціальність 073 Менеджмент»  
Освітня програма Готельний і ресторанный менеджмент

**Затверджую**

Зав. кафедри готельно-ресторанного бізнесу  
проф. Бойко М.Г.  
“ ” 2022 р.

**Завдання**

на випускню кваліфікаційну роботу студентці

**БОГДАН АНАСТАСІЯ ЄВГЕНІЇВНА**

*(прізвище, ім'я, по батькові)*

1. Тема випускної кваліфікаційної роботи: управління службою доставки суб'єкта ресторанного бізнесу

Затверджена наказом ректора від «30» вересня 2022 р. № 2420

2. Строк здачі студентом закінченої роботи: 02 червня 2023 року

3. Цільова установка та вихідні дані до випускної кваліфікаційної роботи:

*Мета роботи* – дослідження теоретичних засад та розроблення практичних рекомендацій щодо управління службою доставки суб'єкта ресторанного бізнесу.

*Об'єкт дослідження* – процес управління службою доставки ресторану «Сушия», м. «Буча».

*Предмет дослідження* – теоретичні, методичні та практичні засади управління службою доставки суб'єкта ресторанного бізнесу.

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

## РОЗДІЛ 1. ДОСЛІДЖЕННЯ УПРАВЛІННЯ СЛУЖБОЮ ДОСТАВКИ РЕСТОРАНУ «Сушия», М. Буча

1.1. Аналітичні основи дослідження ресторану

1.2. Діагностика управління службою доставки ресторану

## РОЗДІЛ 2. УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ СЛУЖБОЮ ДОСТАВКИ РЕСТОРАНУ «Сушия», М. Буча

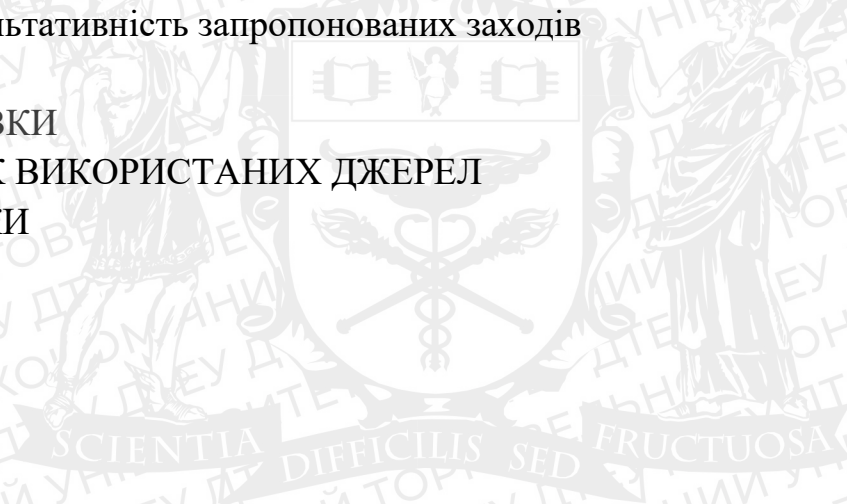
2.1. Заходи щодо удосконалення управління службою доставки ресторану

2.2. Результативність запропонованих заходів

ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ





## 10. Відгук керівника випускної кваліфікаційної роботи

*Студентка Анастасія Богдан виконала випускну кваліфікаційну роботу на тему: «Управління службою доставки ресторану «Сушія», м. Буча Київської обл.» у повному обсязі згідно виданого завдання та затвердженого графіку.*

*У випусковій кваліфікаційній роботі студенткою опрацьовано літературні джерела та критично проаналізовані теоретичні, методичні та практичні засади щодо розвитку служби доставки суб'єкту ресторанного бізнесу.*

*На основі аналізу основних показників господарської діяльності здійснено дослідження розвитку суб'єкту ресторанного бізнесу та розроблено практичні рекомендації щодо удосконалення службою доставки ресторану «Сушія», м. Буча Київської обл.*

*Випускна кваліфікаційна робота оформлено згідно вимог.*

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

## 11. Керівник випускної кваліфікаційної роботи

\_\_\_\_\_ (підпис, дата)

## 12. Висновок про випускну кваліфікаційну роботу

Випускна кваліфікаційна робота студента

Богдан А.Є.

(прізвище, ініціали)

Гарант освітньої програми

Ткачук Т.М.

(підпис, прізвище, ініціали)

Завідувач кафедри

Бойко М.Г.

(підпис, прізвище, ініціали)

« \_\_\_\_\_ »

2023 р.

## Зміст

ВСТУП.....	
РОЗДІЛ 1. ДОСЛІДЖЕННЯ УПРАВЛІННЯ СЛУЖБОЮ ДОСТАВКИ РЕСТОРАНУ «Сушия», м. Буча.....	
1.1. Аналітичні основи дослідження ресторану.....	
1.2. Діагностика управління службою доставки ресторану .....	
РОЗДІЛ 2. УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ СЛУЖБОЮ ДОСТАВКИ РЕСТОРАНУ «Сушия», м. Буча.....	
2.1. Заходи щодо удосконалення управління службою доставки ресторану ...	
2.2. Результативність запропонованих заходів.....	
ВИСНОВКИ.....	
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	
ДОДАТКИ.....	

## ВСТУП

**Актуальність теми:** Управління службою доставки є дуже актуальною темою для суб'єктів ресторанного бізнесу, особливо в контексті сучасного ринку харчування. Зростання популярності доставки їжі спричиняє збільшення конкуренції серед ресторанів і кафе, що надають такі послуги.

Тому ефективне управління службою доставки стає важливим фактором успіху для бізнесу в цій галузі.

*Мета роботи* – дослідження теоретичних засад та розроблення практичних рекомендацій щодо управління службою доставки суб'єкта ресторанного бізнесу.

*Об'єкт дослідження* – процес управління службою доставки ресторану «Сушия», м. «Буча».

*Предмет дослідження* – теоретичні, методичні та практичні засади управління службою доставки суб'єкта ресторанного бізнесу.

Основні причини актуальності управління службою доставки для ресторанного бізнесу включають:

1. Зміна споживацьких звичок: Багато людей стають більш зайнятими і вибирають замовлення їжі з доставкою, замість походу до ресторану. Це створює потребу в ефективному управлінні доставкою.
2. Конкурентний тиск: Зростання кількості служб доставки створює більший конкурентний тиск для ресторанів. Для того, щоб вижити і привернути клієнтів, ресторани повинні забезпечувати швидку та якісну доставку.
3. Збільшення прибутку: Доставка їжі може стати важливим джерелом прибутку для ресторанів. Якщо служба доставки працює ефективно, це може призвести до збільшення обсягу замовлень і виручки.

4. Задоволення клієнтів: Якісна служба доставки може позитивно вплинути на задоволення клієнтів і створити постійну базу вірних клієнтів. Ресторани повинні забезпечувати швидку доставку, якісну упаковку та дотримання термінів доставки.

5. Управління ланцюгом постачання: Управління службою доставки також включає управління ланцюгом постачання, замовленнями і запасами.





## **Розділ 1. ДОСЛІДЖЕННЯ УПРАВЛІННЯ СЛУЖБОЮ ДОСТАВКИ РЕСТОРАНУ «Сушия», М. Буча**

### **1.1 Аналітичні основи дослідження ресторану**

Ресторан «Сушия» - сучасний та популярний ресторан в Україні. Він спеціалізується на японській кухні. Ресторанів по Україні налічує понад 20, в 10 містах нашої країни. В цій компанії безліч працівників. Обслуговуючий персонал та кухня це тільки те, що бачать гості закладу. Окрім обслуговуючого персоналу є також технологи, які складають основне меню, технологічні карти та слідкують за усім персоналом кухні в компанії. Другий також не менш важливий відділ у компанії – це відділ менеджменту, вони розподіляють обов'язки в управлінчеському напрямлені, тобто як краще комунікувати з гостями, щоб було найкраще обслуговування та гості хотіли приходити до нас в гості якомога частіше. Є ще безліч відділів працівників бухгалтера, регіональні менеджера, ІТ, та інші.

Ресторан японської кухні славиться авторськими ролами нестандартним оформленням страв, та індивідуальним інтер'єром кожного ресторану.

Заклад має безліч різних «фішок» які зацікавлюють людей.

Одна з основних привілецій закладу яка зваблює гостей це авторські роли та те, що начебто стандартні роли які знають усі - «Філадельфія», в ресторані готують по особливій рецептурі.

Також для наших самих маленьких гостей є цікаві майстер-класи, ігрові зони та інше.

Так як в нашій країні зараз війна мережа усілякими акціями цікавими допомагає нашим ЗСУ, дітям постраждалих від війни. Мережа за рахунок якихось ексклюзивних сетів переводить гроші у фонди, також є акція «Купи багаторазові палички, та допоможи дітям постраждалим від війни» 50% з виторгу паличок йде на допомогу.

Концепція мережі робити для людей, бути до них ближче, щоб вони приходили та почували тепло, затишок та були впевнені в нашій продукції.

Якість цієї мережі на вищому рівні, з популярних мереж на ринку ресторанного бізнесу є декілька конкурентів, але вони не зрівняються ні якістю, ні особливістю, ні авторством.

Цінова політика в мережі завишена, але вона відповідає якості.

Тобто співвідношення цін та готової продукції відповідають нормі, ресторан не може працювати без виторгу, тому накрутка по меню йде доволі така, яка може покрити всі фінансові витрати: оренда приміщення, комунальні послуги, закупка товарів/продуктів, зарплатня персоналу та другорядним працівникам.

На сьогоднішній день важко побудувати бізнес та триматися на ринку в топі з нашими реаліями. Для сучасного підтримання бізнесу треба дуже стійку команду та велике фінансування, це ті самі проблеми зі світлом та повітряними тривогами. Але компанія «Сушия» завжди знаходить вихід і для себе і задля безпеки співробітників та гостей. Для зручності коли не має світла вмикають генератори, люди приходять працювати, зарядитися, просто погрітися тим самим щось замовляють. Заклад готовий до будь-якого заходу: день народження, корпоратив, бізнес-зустріч та навіть весілля. Ресторан розрахований для більш заможних гостей. Важливим для подальшого дослідження є відображення економічної характеристики роботи ресторану «Сушия», що відображена у табл.1.1

Таблиця 1.1

**Економічна характеристика роботи ресторану «Сушия», м. Буча станом на 2020-2022рр., грн.**

Стаття	Роки, тис. грн.			Темп приросту, %		
	2020	2021	2022	2021/ 2020	2022/ 2021	2022/ 2020
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	4271596	4277434	4214772	0,13	-1,48	-1,34
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	3677863	3768979	3895615	2,41	3,25	5,58

## Продовження табл.1.1

Інші фінансові доходи	4614	3640	2623	-26,75	-38,77	-75,9
Інші доходи	28	35014	69761	99,92	49,80	99,95
Фінансові витрати	80631	83413	98253	3,33	15,10	17,5
Інші витрати	4	35840	68238	1001	94,37	99,99
Фінансовий результат до оподаткування:	332489	264840	-52209	-25,54	-607,26	-736,84
Витрати (дохід) з податку на прибуток	25526	13081	1	-95,13	-100,00	-100,00
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток/	308480	334449	31899	7,76	-94,69	-86,01
Чистий фінансовий результат: прибуток / збиток	295952	230658	-52208	-28,3	-541,79	-666,87
Інші операційні доходи	6970	4443	34761	-56,87	87,21	79,94
Витрати на збут	357234	340489	365853	-4,91	6,93	2,35
Адміністративні витрати	44240	44187	44241	-0,11	0,12	0,02
Інші операційні витрати	33072	26006	45258	-27,17	42,53	26,92

Джерело: розраховано автором

Принцип роботи у мережі «Сушия» дуже цікава та водночас є багато нюансів по системі доставки.

Служба доставки у цій мережі працює через Coll-centr. Гість може обрати на сайті страву яку хоче замовити, має перейти на заповнення своїх даних. Там він має заповнити свої данні про місто проживання ( якщо хоче доставку) або вказати ресторан з якого саме хоче забрати замовлення (якщо це само виніс), імя та номер контактного телефону. Загалом його замовлення буде обробляться через програму в залежності від завантаженості сайту, гість має вказати при замовлені чи потрібно йому зателефонувати для уточнення його замовлення та даних.

Сама мережа «Сушия» працює через програму “FastOperator” для доставки, після того, як гість оформив своє замовлення, коли його опрацював Col-centr, замовлення попадає до ресторану через програму “FastOperator”.

Весь цей процес опрацювання замовлення може зайняти від 5 до 20 хвилин. Коли замовлення потрапило вже до ресторану кухарі починають готувати замовлення (також все залежить від завантаження). На ресторанный є людина яка відповідає за доставку – адміністратор доставки, або сборщик. Задача цих людей прослідкувати за якістю приготування страв, роздрукувати чек, в якому написано через скільки має бути доставлене замовлення та проінформувати кур'єра. Далі як замовлення вже приготується сборщик або адміністратор має сфотографувати кожен ставу окрема на вагах та з чеком, кожна страва має виглядати дуже гарно та мати чітке грамування. Якщо це доставка, то кур'єр їде на замовлення як тільки замовлення складається і має успіти за вказаним часом, бере з собою термінал якщо гість вказав «оплата карткою» або бере з собою розмінні гроші на решту.

Задача кур'єрів у цій роботі швидко та вчасно привезти замовлення та ввічливо спілкуватись з гостями.

Обов'язки адміністратора доставки вести документацію по чистоті автомобіля та сумки кур'єра, перевіряти деякі страви на температуру яку вони мають та записувати, вести звітність по кількості замовлень в день. Також адміністратор зобов'язаний слідкувати як працює кур'єр та збирача замовлень.

Збирач– це людина яка збирає замовлення, також кожного дня має підготувати своє робоче місце до праці:

- Зробити заготовки по суши-бару для доставки;
- наробити коробок для готової страви;
- Увімкнути програму по якій приходять замовлення.

Програма “FastOperator” працює через мережу інтернет, ця програма показує замовлення кожне окремо, має функції коли почали готувати.

Зібрали замовлення, хто його зібрав (імя та прізвище), коли поїхало до замовника, хто повіз замовлення та коли приїхав кур'єр до ресторану.

Ця програма дозволяє переглянути кількість замовлень за день скільки було самовинісів та доставок, скільки було в кожного кур'єра доставок.

В кожного кур'єра в машині має бути прибрано, увімкнений трекер який рахує кілометраж саме під час роботи, також кур'єр кожного дня обробляє свою сумку для замовлень. В кожного кур'єра є в наявності карточки як вибачення якщо кур'єр запізнився або є якісь проблеми із замовленням.

## 1.2. Діагностика управління службою доставки ресторану

Бізнес-процес – це послідовність операцій у результаті створення нового продукту/послуги, тобто, це інструмент для вирішення бізнес-проблем. Подані операції лежать в основі діяльності кожної організації, котрі визначаються місією та цілями підприємства. Бізнес-процеси використовують для виконання всіх дій організацією та її працівниками, забезпечуючи виконання корпоративних функцій. Таким чином, представлено основний бізнес-процес автоматизованої системи служби доставки див. рис. 1.1.



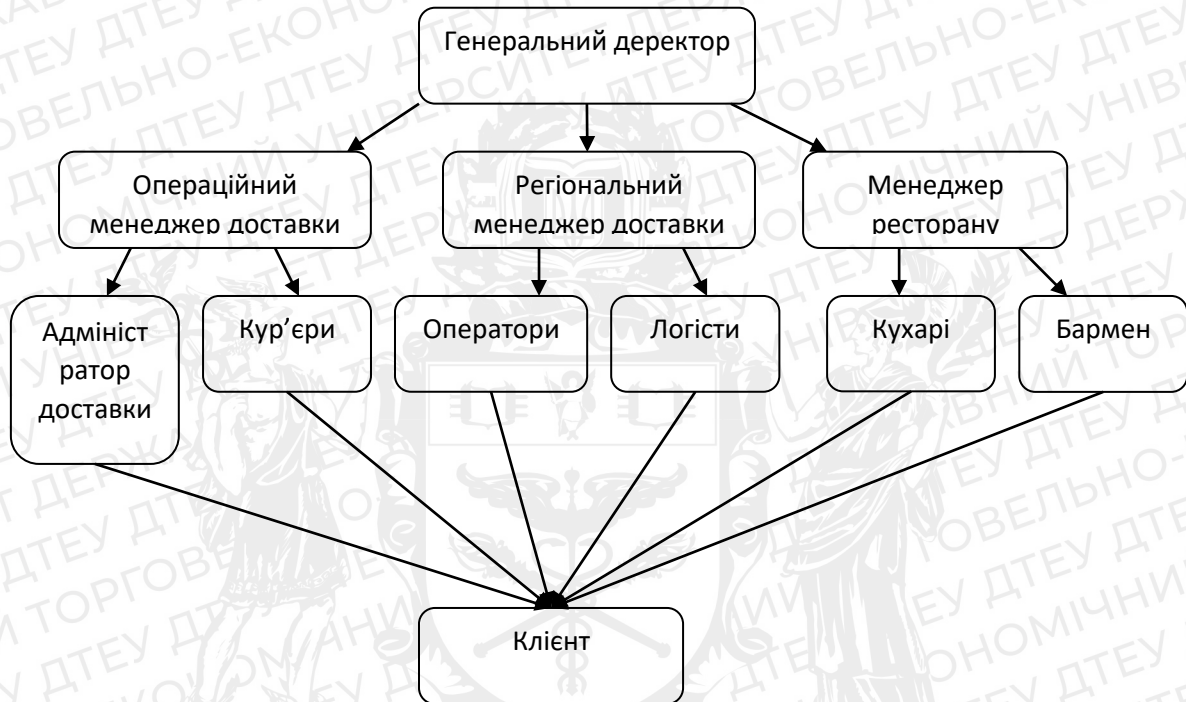
Рис. 1.1. Бізнес процес автоматизованої системи

На етапі замовлення клієнт обирає зі списку ресторанів з меню та вартістю страв, інформація про замовлення передається до ресторану. На етапі ресторану відбувається приготування страви, формується її вартість, змінюється статус замовлення та відбувається видача страв. Кур'єр по побудованому оптимальному маршруту до клієнта в залежності від обраного транспортного засобу, формування ціни та часу доставки передається ця інформація на етап доставки. Етап доставки відбувається за рахунок побудованого оптимального маршруту. Головне в цьому етапі - врахування затримки - часу доставки до клієнта. Останнім етапом є оплата. Замовлення вважається завершеним при доставці та оплаті за умови оплати готівкою, або ж доставці (при умові, що було сплачено онлайн під час формування замовлення).

Організаційна структура служби доставки ресторану може варіюватись залежно від конкретного ресторану та його потреб. Проте, основні посади та їх функції в такій структурі можуть включати наступне:

1. Менеджер служби доставки: Відповідає за загальне керування та координацію службою доставки. Він здійснює планування, організацію та контроль за роботою служби, включаючи управління персоналом, прийом замовлень, складання маршрутів доставки і вирішення проблемних ситуацій.
2. Оператор: Відповідає за прийом замовлень, розподіл їх між кур'єрами та контроль за їх виконанням. Диспетчер також може займатись взаємодією з клієнтами, вирішенням запитань та виявленням проблем.
3. Кур'єри: Вони виконують пряму доставку замовлень клієнтам. Кур'єри отримують замовлення від диспетчера, готують замовлення для доставки, відправляються на визначені маршрути та доставляють їжу вчасно та в гарному стані.
4. Кухарі: Вони готують страви, які будуть доставлятися клієнтам. Кухарі відповідають за якість приготування їжі та дотримання рецептів та стандартів ресторану.

5. Клієнтський сервіс: Цей відділ може включати операторів колл-центру або працівників, які займаються обробкою замовлень через онлайн-системи. Вони спілкуються з клієнтами, приймають їхні замовлення, надають інформацію про меню та розпоряджаються будь-якими запитами або скаргами. Схематичну структуру див. рис. 1.2.



**Рис.1.2. Організаційна структура служби доставки ресторану «Сушия», м. Буча**

*Джерело: сформовано автором*

Діагностика управління службою доставки включає оцінку різних аспектів, що впливають на її ефективність та продуктивність. Ось кілька ключових етапів, які можна виконати під час діагностики управління службою доставки:

1. **Аналіз процесів:** Оцінити всі процеси, пов'язані з доставкою, включаючи збір товарів, упакування, маршрутизацію, доставку та повернення товарів. Визначте, чи є ефективність та оптимізація кожного процесу, ідентифікуйте можливі проблеми та бутланеки.

2. **Оцінка технологій:** Переглянути використовувані технології та системи управління доставкою. Визначити, чи вони відповідають потребам

вашої компанії та чи є можливість впровадження нових технологій для поліпшення продуктивності та точності.

**3. Аналіз даних:** Оцінити дані, що стосуються управління доставкою, такі як часи доставки, точність, кількість затримок, рівень задоволеності клієнтів тощо. Аналізувати ці дані для виявлення тенденцій та проблемних пунктів.

**4. Зворотний зв'язок від споживачів:** Проведення опитування або збір відгуків від клієнтів щодо їхнього досвіду з доставкою. Оцінити, чи відповідає якість та швидкість доставки їх очікуванням. Це допоможе виявити слабкі місця та недоліки управління службою доставки.

**5. Аналіз конкурентів:** Вивчити підходи та стратегії ваших конкурентів у сфері управління доставкою. Дослідити їхні технології, процеси та практики доставки.

Основні конкуренти на ринку побуту є мережа ресторанів - «Євразія». Вони є також доволі популярні. Ця мережа спеціалізується на різних видах кухні: італійська, японська, грузинська. Це для гостей є цікавим що в одному закладі можливо познайомитись з різноманітними культурами. Цінова політика цього закладу більш лояльна ніж в «Сушия», але якщо брати рівень якості, обслуговування і індивідуальний підхід до кожного гостя, то на жаль мережа «Євразія» є пройрашною. Також з програмою лояльності та акціями вони також в пройраші. «Сушия» співпрацює з багатьма мережами та торговими центрами. На прикладі найголовніші партнери - це «ШMolino», «Tobiliso». Вони між собою співпрацюють та з кожного відвідування можна отримати якісь цікаві бонуси від партнерів. Чому «Євразія» є конкурентами, тому, що вони на ринку побуду в мережі ресторанів також доволі давно та доволі відома мережа.

Отже розглянемо зростання доставки з моменту відкриття компанії у місті

2019 рік – тільки відкриття, ажіотаж звичайно на саме відвідування та розпізнавання нового закладу для місцевості.



2020 рік – популяризація на доставку так, як зі вспишкою COVID-19 всі майже три місяці знаходились по домівках, а смачно їсти люблять всі, тому служба доставки значно виросла у відвідуванні.

Динаміка роботи доставки ресторану «Сушия» в місті Буча за останні 4 роки (рис.1.2.)

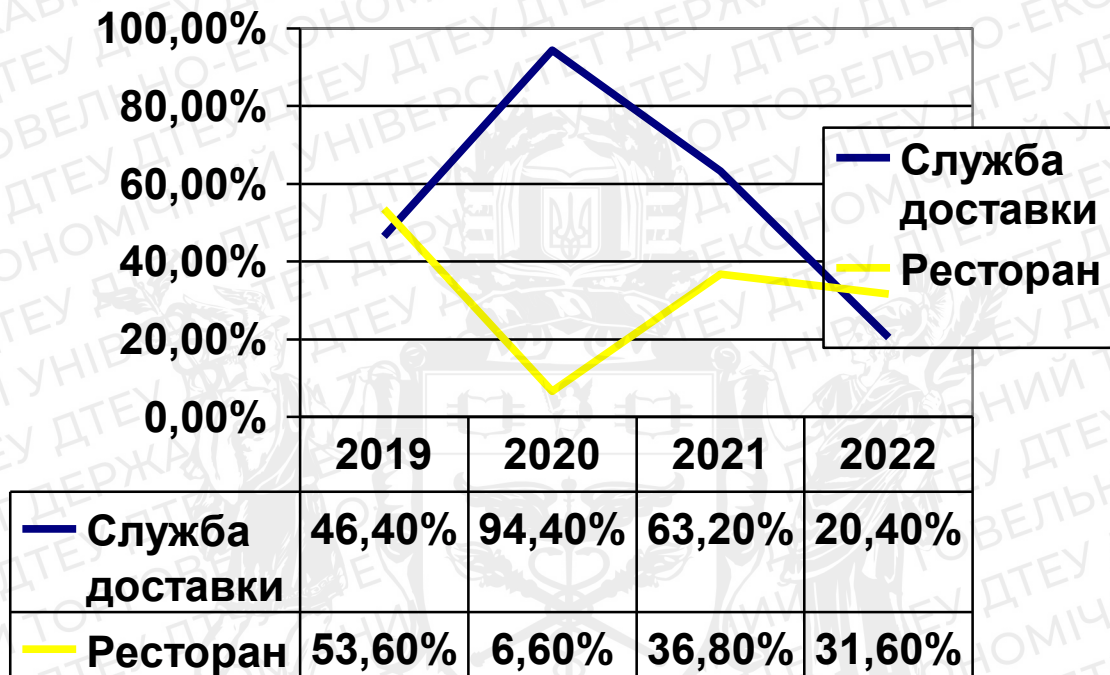


Рис. 1.3. Динаміка роботи ресторану «Сушия», м. Буча

Джерело: сформовано автором

2021 рік – все більш менш стає на свої місця, але все одно доставка має більше успіху ніж сам ресторан, люди звикли до того що не потрібно готувати та можливо отримати свою їжу в зручний для себе час, також стало популярним замовляти до офісів.

2022 рік – рік починається дуже добре доставка та ресторан починають набирати великі обороти, виходить на новий рівень заробітку, але весь успіх переривається через війну. Через пів року ресторан починає функціонувати знову, але вже не має тих заробітків на які виходили на початку року, доставка дуже впала по замовленнях і ось вже пройшов майже рік ні

доставка, ні ресторан ніяк не може вийти на рівень прибутку, поки що заклад працює або в нуль, або в збиток.

Coll-centr – знаходиться в головному офісі холдингу, там відбувається прийом та обробка замовлень на доставку. Комунікація між coll-centrom та рестораном відбувається за допомогою спільного чату у вайбері та чат-боту. В тяжкі для країни часи, коли вимикали світло для зручності вигадали чат-бот замовлень. Він функціонує так само, як і звичайна програма, єдина відмінність не має можливості зробити друк чеку. Кур'єр може закривати замовлення по закінченню доставки. Кожному гостю приходить індивідуальний код замовлення по якому вони можуть забрати самовиніс. див.рис.1.4.

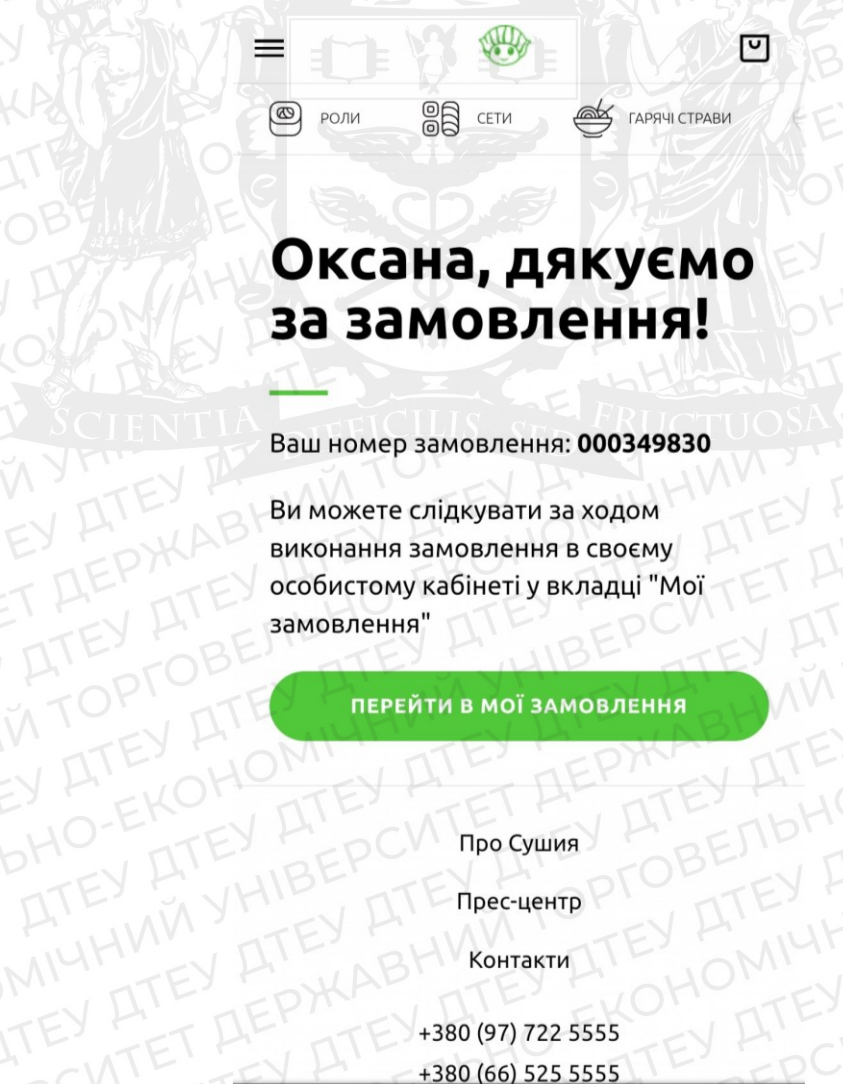


Рис. 1.4. Індивідуальний код гостя ресторану «Сушия», м. Буча

Також гості можуть по QR-коду залишити відгук який також приходить до чат боту. Як і у всіх бувають відгуки і погані, і хороші але загалом всі відносно хороші відгуки рис.1.5.

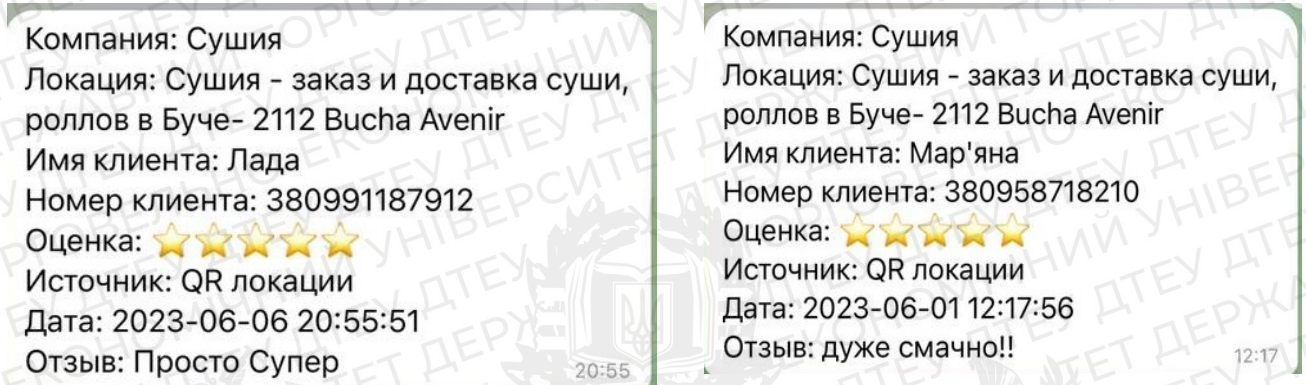


Рис. 1.5. Відгуки гостей в чат-боті ресторану «Сушия», м. Буча

У службі доставки багато акцій та знижок для наших гостей. Також є сезонні знижки та спеціальні пропозиції. Для постійних гостей на доставку вкладаються акції до наступних замовлень від залежної суми або якогось акційного сету. На кожному міні-купоні є акційні пропозиції що гості можуть отримати в подарунок та що саме мають замовити для того щоб отримати подарунок. На звороті кожного купону є штрих-код який вводиться менеджером при розрахунку гостя. Індивідуальну пропозицію можна використати один раз. Кожен купон має дату зь якого по який час його можна використати рис. 1.6.



Рис. 1.6. Сертифікати зі спеціальними пропозиціями ресторану «Сушия», м. Буча

Бувають не рідко форс-мажорні ситуації коли гості довго чекають своє замовлення, або щось не поклали до замовлення, або взагалі не те замовлення віддали гостям. На такі випадки завжди є карточки «вибачайки». Це допомагає вибачитись перед гостем за незручності та не втратити гостя. Таким чином ці картки дають змогу гостям до наступного свого замовлення отримати не величкий презент, а компанія не втрачає гостей рис.1.7.



**Рис. 1.7. Картка для вибачення за незручності перед гостем ресторану «Сушия», м. Буча**

Партнери «MasterCard» та «Сушия» влаштували у 2019 році експеримент у новому ресторані який знаходився у бізнес-центрі. Експеримент заключався в тому щоб повністю перевести заклад у безготівковий розрахунок, зробили cashless-заклад. Цей експеримент показав наскільки часто люди розраховуються безготівково. На ринку банків безготівковий розрахунок на стан 2017 року становив 40-45%, в ресторанах 18-25%. Після експерименту було виявлено, що люди на стан 2019 року почали користуватися пластиковими картами вже в рази більше.

## Розділ 2

### УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ СЛУЖБОЮ ДОСТАВКИ РЕСТОРАНУ «Сушия», М. Буча

#### 2.1. Заходи щодо удосконалення управління службою доставки ресторану

Щоб удосконалити доставку в ресторані «Сушия», можна розглянути наступні пункти:

1. **Онлайн-замовлення:** Забезпечити зручну платформу для онлайн-замовлень на веб-сайті або за допомогою мобільного додатку. Впевнитись, що інтерфейс є легким у використанні, а процес замовлення займає мінімальний час. На сайті ви можете обрати страву та оформити замовлення і вказати чи потрібно щоб з Вами звязались або «Без передзвону»

2. **Точний час доставки:** Зазначити чіткий час доставки при оформленні замовлення, і стежити за тим, щоб замовлення були доставлені у вказаний термін. Зручний спосіб зробити це - надіслати клієнту повідомлення з підтвердженням та інформацією про час доставки. Після оформлення заказу на сайт приходять Ваш індивідуальний код замовлення та вказани приблизний час доставки: будні дні або не завантажено вихідні це 1 година, вихідні/святкові дні від 1,5 години.

3. **Відстеження замовлення:** Розробити систему відстеження замовлення, яка дозволяє клієнтам переглядати стан свого замовлення у режимі реального часу. Це допоможе знизити невпевненість і забезпечить клієнтам більше контролю над процесом доставки.

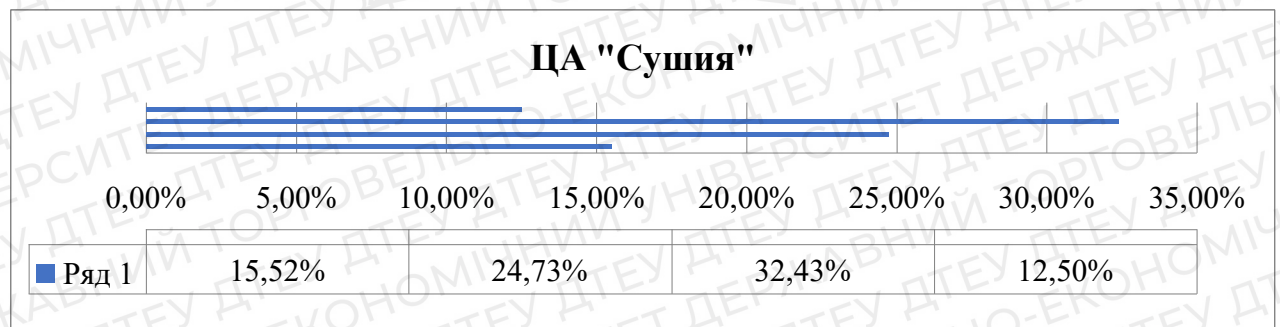
4. **Якість упакування:** Приділіть увагу якості упакування страв. Впевніться, що вони добре запаковані, щоб уникнути проливання або пошкоджень під час транспортування. Можна розглянути використання спеціальних контейнерів, які зберігають свіжість та тепло. У нас є свої стандарти упакування, кожна страва пакується безпечно для транспортування

та за для зручності клієнта у розпаковці. Також кожен курер забезпечений термо-сумками для зручності переноски й зберігання температури, якщо це вже тепла пора року і в сумці лежить страва, яка має змогу швидко зіпсуватись попри погодні умови, тоді в термо-сумку кладеться льодогенератор

5. Покращення служби підтримки: Забезпечте зручний спосіб зв'язку зі службою підтримки клієнтів, наприклад, телефон, електронну пошту або чат-підтримку. Будьте готові оперативно відповідати на запити та вирішувати проблеми, що виникають під час доставки. В мережі існує кол-центр, який приймає зворотній зв'язок від клієнтів, кожній людині яка б не зателефонувала би до центру приділилось би максимально часу для вирішення проблеми або навпаки вислухати, що все сподобалось, також є сайт на якому клієнти можуть залишати відгуд, та завжди буде зворотній зв'язок, ми перетелефонуємо, подякуємо за візит, запросио ще в гості або вирішимо проблему з якою до нас звернулись гості.

Цільова аудиторія відвідувачів закаду та служби доставки

Цільовий сегмент споживачів ресторану є різний вік, але переважно – це сімейні люди, люди середнього віку 16-60 років та велики компанії.



**Рис.2.1 Вікові параметри цільового споживача ресторану «Сушия»,**

**м. Буча станом на 1.04.2023**

На сьогоднішній день в країні існує безліч служб доставок. Кожна укомплектована по своєму. Мої дослідження були проведені в компанії «Сушия» міта Буча. Доставка накопиченна всім для зручності роботи.

Комунікація з клієнтами для компанії є самим важливим, тому в першу чергу все робиться для зручності та комфорту гостей. Щоб зробити замовлення гість заходить на сайт або телефонує. Якщо гість телефонує до колл-центру, оператор має попередити про акційні дні або звернути увагу на сезонне меню, або авторські роли від шефа.

Акційна пропозиція до свят. До кожного свята компанія вигадує якісь акційні пропозиції: цікаві сети, роли в подарунок, невелички подаруночки. див. рис. 2.2.



Рис. 2.2. Святкові пропозиції ресторану «Сушия», м. Буча

Компанія влаштувала конкурс серед працівників на самий креативний та унікальний рол. Всі ресторани мережі брали участь і найкращі та найкреативніші увійшли в меню рис. 2.3.



Рис. 2.3. Креативні роли ресторану «Сушия», м. Буча

На кожну пору року є сезоне меню. До літа – це полуничне меню, цікаві та не ординарні роли та салат из полуницею рис. 2.4.



Рис. 2.4. Сезоне меню ресторану «Сушия», м. Буча

Після того як оператор прийняв замовлення розповів про акції, замовлення йде в обробку. В програмі вони вибивають замовлення.

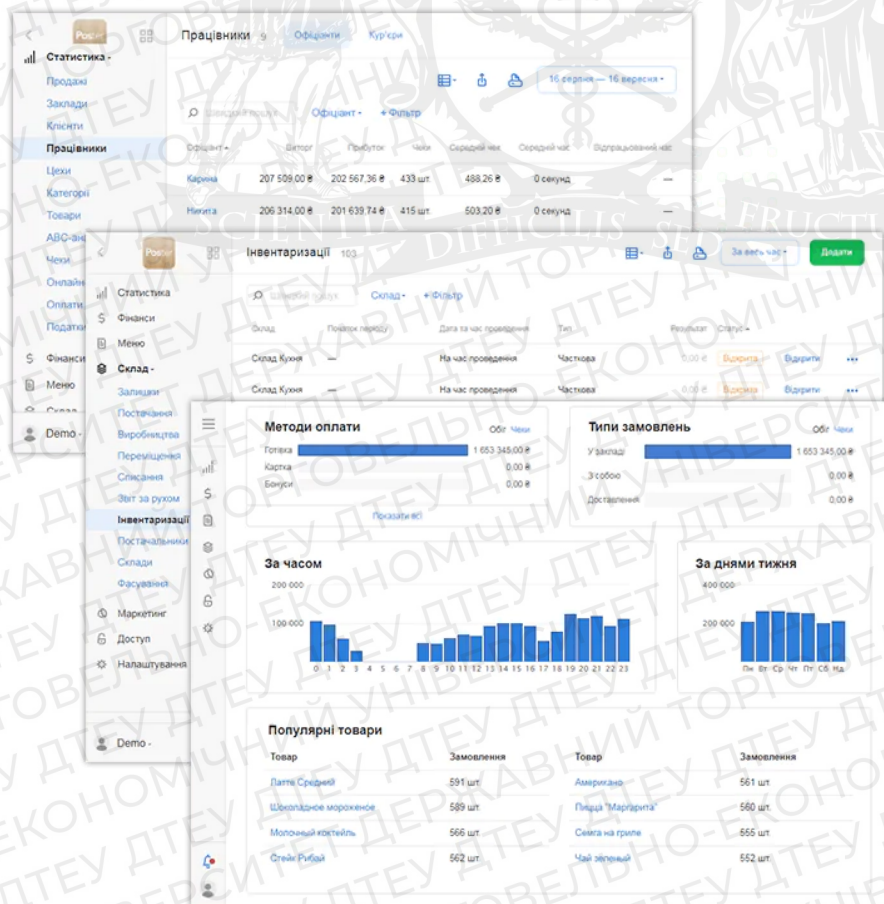


Рис. 2.5. Автоматизація суші-бару від Poster для прийому замовлень ресторану «Сушия», м. Буча



Програма доступна для зручного прийому замовлень, віконця розформовані по позиціях: «Бар», «Кухня», «Суші-Бар» та «Упаковка» рис. 2.5.

Також в програмі вказується скільки гостей, скільки потрібно приборів та чи потрібні учбові палички. Також в чеку вказується адреса та спосіб оплати, якщо є якісь вказівки по доставці або якісь додаткові коментарі внизу чека після переліку замовленого вказується коментар.

Коментар налічує обов'язковому порядку номер замовлення який висвічується в гостя, скільки приборів, також можливий коментар вточнення адреси якщо по карті не має або рошчяснення як доїхати.

В самому кінці пишеться спосіб оплати: «ІРАУ», «Термінал», «Готівка» рис. 2.6



Рис.2.6.Чек гостя ресторану «Сушія», м. Буча

Далі вся відповідальність замовлення лягає на адміністратора доставки, який знаходиться в ресторані або на сборщика. Ці люди повинні

прослідкувати за якістю приготування страви взважити їх на вагах та сфотографувати у групу звітності замовлень разом із чеком.

Проінформувати кур'єрів куди саме та на який час замовлення, щоб вчасно та на правильну адресу поїхав кур'єр. Кур'єр в свою чергу має завжди бути на поготові, не запізнюватись на замовлення, бути у формі та мати з собою додаткові про запас ІВС (імбир, васабі, соєвий соус).

Адміністратор доставки має вести документацію: чек-лист відкриття\закриття зміни, контроль температури страв, зовнішній вигляд салону автомобіля.

## **2.2. Результативність запропонованих заходів**

1. Оптимізація процесів: Ресторан може провести аналіз поточних процесів доставки та виявити можливі місця для оптимізації, наприклад, скорочення часу доставки, зменшення втрат чи покращення маршрутизації доставки.

2. Впровадження технологій: Використання сучасних технологій, таких як системи керування замовленнями, програмне забезпечення для відстеження доставки та мобільні додатки для клієнтів, може сприяти покращенню ефективності та якості доставки.

3. Підвищення навичок персоналу: Навчання та підвищення кваліфікації персоналу можуть допомогти вдосконалити процеси обробки замовлень, спілкування з клієнтами та управління виникненням проблем.

4. Зворотний зв'язок від клієнтів: Організація системи збору та аналізу відгуків клієнтів може допомогти ресторану зрозуміти проблемні моменти та знайти шляхи для їх вирішення.

5. Партнерство зі службами доставки: Співпраця зі службами доставки на зовнішніх платформах може допомогти розширити клієнтську базу.

Дослідження виявили що компанія сплачує погодинну ставку та бонуси. Є де-який перелік посад які не мають працювати не більше аніж 200 годин на місяць табл. 2.1.

Для мотивації працівників щоб була швидка та якісна доставка є система штрафів. На кожен доставку та само-виноси є відведений час: на доставку відведено будні дні 1година, на вихідні дні 1,5години; на само-виноси відведено будні дні 20хв, вихідні дні 45хв.

Таблиця 2.1.

### Дослідження щодо зарплатні персоналу ресторану «Сушия», м. Буча

Зарплатня працівників служби доставки		
Посада	Години відпрацювання/кількість замовлень	Зарплатня
Адміністратор доставки	Не більше 200 годин на місяць	50грн/год
Збирач	Немає встановленого обмеження	40грн/год
	≈250зам/міс	6грн/зам
Кур'єр	Немає встановленого обмеження	На своєму авто: 45грн/год
		На авто компанії: 35грн/год
	≈200зам/міс	40грн/зам

Тому, якщо кур'єр запізнюється на замовлення без причини, то за це замовлення йому не платиться так само і для збирача.

Служба доставки «Сушия» співпрацює з глово для підвищення аудиторії та більш зручного користування гостей. На глово в доставки є свої правила та обмеження: безпосереднь, якщо це замовлення від глово, то замовлення готується позачергово тому, як на ці замовлення відведено час

від 15 до 20 хвилин, якщо час перетинає норму, тоді ресторан падає в рейтингу. Див. рис. 2.7.

City Code	Store Name	Address	Замовлення	Натискання кнопки Готово	Час очікування кур'єра
KIE	Sushiya / Сушия	вулиця Георгія Кірпи, 3, Київ, Україна, 02000	79	86,08%	7,73
KYI	Sushiya / Сушия	вулиця Гната Хоткевича, 1, Київ, Україна, 02000	79	75,95%	8,32
KYI	Sushiya / Сушия	проспект Петра Григоренка, 26, Київ, Україна, 02000	76	59,21%	7,72
KIE	Sushiya / Сушия	проспект Перемоги, 26, Київ, Україна, 02000	66	57,58%	10,30
KIE	Sushiya / Сушия	Київ, проспект Академіка Палладина 39/16, Київ	59	69,49%	10,30
KIE	Sushiya / Сушия	Оболонський проспект, 1Б, Київ, Україна, 02000	54	39,29%	9,96
KIE	Sushiya / Сушия	вул. Антоновича, 176, Київ, Україна, 02000	45	39,13%	8,98
KYI	Sushiya / Сушия	вулиця Марини Цветаєвої, 11, Київ, Україна, 02000	45	37,78%	10,14
KIE	Sushiya / Сушия	вулиця Михайла Ломоносова, 46, Київ, Україна, 02000	44	56,82%	7,95
CHK	Sushiya / Сушия	бульвар Шевченка, 208, Черкаси, Черкаська область	40	60,00%	13,27
KYI	Sushiya / Сушия	бульвар Перова, 36, Київ, Україна, 02000	38	78,95%	6,39
KIE	Sushiya / Сушия	Спортивна площа, 1, Київ, Україна, 02000	37	55,26%	6,59
KIE	Sushiya / Сушия	ЖК «Варшавський микрорайон», ул.С. Кристеров, 1	30	76,67%	6,21
KIE	Sushiya / Сушия	проспект Леся Курбаса, 19А, Київ, Україна, 03194	30	60,00%	10,51
VNT	Sushiya / Сушия	вулиця Миколи Оводова, 51, Вінниця, Вінницька область	29	34,48%	18,74
DNP	Sushiya / Сушия	проспект Дмитра Яворницького, 50, Дніпро, Дніпропетровська область	21	50,00%	7,49
LVI	Sushiya / Сушия	вулиця Під Дубом, 7, Львів, Львівська область, Україна	13	38,46%	10,67
KIE	Salmon Box / Салмон Бокс	Akademika Palladina Ave, 16, Kyiv, Ukraine, 03164	10	50,00%	13,84
IRP	Sushiya / Сушия	бул. Леоніда Бірюкова, 2, Буча, Київська обл., Україна	9	44,44%	6,84
KIE	Sushiya / Сушия	ТРЦ Blockbuster, Stepana Bandery Avenue, 36, Kyiv, Ukraine, 02000	9	11,11%	13,56
KIE	Salmon Box / Салмон Бокс	Holosivskiy prospekt, 58a, Kyiv, Ukraine, 02000	8	44,44%	9,88
KYI	Salmon Box / Салмон Бокс	Rusanivska Embankment, 4, Kyiv, Ukraine, 02000	6	33,33%	10,66
KIE	Salmon Box / Салмон Бокс	Peremohy Ave, 24, Kyiv, Ukraine, 02000	5	16,67%	7,83
KYI	Salmon Box / Салмон Бокс	Petra Hryhorenka Ave, 26, Kyiv, Ukraine, 02000	3	0,00%	12,07
KIE	Salmon Box / Салмон Бокс	Heorhiia Kirpy St, 3, Kyiv, Ukraine, 02000	2	50,00%	13,93
			1050	55,98%	8,50

Рис. 2.7. Статистика часу очікування замовлень «Сушия» через Глово

Є винятки коли статистика та штрафні системи не працюють. Ці винятки працюють у святкові дні, вихідні дні коли в один час йде великий потік замовлень. У святкові дні на прикладі 8 березня одразу стоїть час очікування на само-виноси 1 година, на доставку приблизно від 2,5 години.

У теплу пору року кожен кур'єр в сумку доставки має класти до холодної продукції хладоакумулятори які запобігають псуванню сирі риби та продуктів які мають бути холодними. У сумки кур'єра є відділення, в одному з них має бути відділення для гарячої продукції, в іншому з хладоакумуляторами. Кожного дня кур'єри мають перед замовленнями забирати їх з морозильної камери та після замовлення класти їх на місце щоб вони не розтанули, після закінчення зміни акумулятори мають бути повернені адміністратору під рахунок.

Ресторан «Сушия» співпрацює з багатьма компаніями. Для цих компаній та її співробітників в «Сушия» безліч акцій та знижок. Партнери компанії «Сушия» є такі компанії як: «MasterCard», «MEGOGO», «Водафон» та інші. Опис акції та для яких саме партнерів яка акція рис.2.8.

Нижче таблиці з актуальними акціями в яких описана суть кожної та дати їх дій, що проходять на ресторанах та у Службі Доставка.

Просто звернути Вашу увагу:

- Суть описана коротко, детальна механіка була описана в меседжі по кожній з акцій.

Локація	Назва акції	Суть акції	Діє до
Ресторан	Осінні купони на знижки «Сушия», «Тбілісо», «Imolino»	Знижка 200 грн на замовлення від 750 грн.	до 30.11.2022
Ресторан/ Доставка	Philadelphia Day щосереда	Щосереда в ресторанах: - на замовлення від 650 грн рол Філадельфія з мідіями, крабміксом та стружкою тунця за 1 грн - на замовлення від 900 грн рол Філадельфія Де Люкс зі свіжим лососем і манго за 1 грн В Службі Доставка: - на замовлення від 900 грн рол Філа Дабл чіз за 1 грн. - на замовлення від 1000 грн та рол Філа Дабл фіш за 1 грн.	щосереда
Ресторан/ Доставка	Самовиніс 10%	Знижка на самовиніс не діє на сети, соуси, алкогольних напоїв, БЛ, акційні пропозиції та пакети.	на постійній основі
Ресторан/ Доставка	Знижка на день народження 15%	-15% на замовлення будь-яких страв з меню (окрім алкогольних напоїв, бізнес-ланчів та інших акційних пропозицій) до святкування дня народження.	В день народження та 7 днів після
Ресторан/ Доставка	Megogo	- Знижка у розмірі 100грн при замовленні від 650 грн - Знижка у розмірі 200грн при замовленні від 850 грн	до 31.12.2022 року
Ресторан/ Доставка	Водафон бонус	- Знижка у розмірі 100грн при замовленні від 500 грн - Знижка у розмірі 200грн при замовленні від 750 грн	до 31.12.2022 року
Ресторан/ Доставка	Master Card Більше	1. На замовлення від 500 грн - Кранч з крабміксом (грн) 2. На замовлення від 750 грн - Рол Італіяно Веро з пармою та пармезаном	з 07.11.2022 по 28.02.2022

Рис. 2.8. Акції партнерів ресторану «Сушия», м. Буча

Деякі магазини та торгівельні центри також співпрацюють з компанією «Сушия». Коли гості гості роблять замовлення в у нас ми даємо знижку також відбувається навпаки, ті магазини яких ми просуваємо в себе вони дають знижки до нашого закладу рис.2.9.



**Рис. 2.9. Картка знижки ресторану «Сушія», м. Буча**

На доставку за ці роки піднявся попит на розрахунки банківськими картами та e-commerce. Відсоток виріс у рази більше розрахунків по терміналу складає 55%, відсоток разом із e-commerce 74%. Отже експеримент вдався і компанії зясували, що для людей вже не зручно тягати з собою ці папірці та монетки, а зручніше розрахуватись за допомогою пластикової картки або телефоном, також можливо оплата через інтернет.

## ВИСНОВКИ

Зараз в наш час, триматися на ринку важко. З нашими реаліями потрібно навчитися до всього вміти присвоюватись. На сьогодні в нас є сама важлива ціль бути не зламними, тому за рахунок ресторанів, магазинів і тому подібного ми піднімаємо нашу економіку, якби це все перестало функціонувати ми би не могли допомагати нашим воїнам ЗСУ та загнали би країну в економічну кризу. Так важко працювати та бути на плаву коли над головою літають ракети але по іншому ніяк, потрібно не нехтувати повітряними тривогами та перейматись за безпечність гостей і персоналу. Найкраще, що я можу порекомендувати новому бізнесу - це відкривати заклади в підвалі, купувати генератори та заpastися паливом.

Отже, служба доставки це є дуже зручний спосіб швидко доставити те що ви бажаєте, у цьому випадку це є доставка їжі.

Переваги доставки їжі

- економія часу. У наш час не завжди вистачає часу навіть скупитися в супермаркеті, не кажучи вже про готуванні;
- різноманітність страв. У вас є унікальна можливість кожен день пробувати нові страви;
- немає посуду! Ясна річ, що посуд буде, але не так, як при готуванні їжі. Вам потрібно буде тільки сполоснути тарілки, чашки і виделки. Ніяких каструль і сковорідок.

З усього перерахованого вище, можна зробити висновок: доставка їжі залишається і буде актуальною. Замовляйте додому сніданок, обід, вечерю і будьте здорові!

У ході проведення дослідження щодо ефективності управління службою доставки ресторанного бізнесу у ресторані «Сушия» було:

1. Доведенно, що одна з найпопулярніших та якісних доставок здійснюється саме тут. Кожен робітник працює на якість та з повагою до

кожного гостя. Програмне забезпечення компанії зроблено максималю зручним та комфортним для користування.

2. Встановлено, що ключовим пріоритетом є гість. Якість продукції, комфортне обслуговування та зручна логістика. Кожна людина в компанії працює для гостей, гість завжди правий, гість не повинен бути обділений увагою, очікувати довго та не в зручний для себе час. Сформовані власні стандарти обслуговування які кофортні для усіх.

3. обґрунтовано, що за період 2019-2022рр. чистий прибуток служби доставки «Сушия» м.Буча, зменшився до 20% в той час, коли під час COVID-19 служба доставки зросла до 94%. Отже, нинішній час в країні дуже впливає на прибуток. Виходячи з цього страждає економіка країни так, як чим менший прибуток мають компанії тим найменшим ми маємо змогу поповнювати казну країни.

4. Досліджено в ході конкурентного аналізу роботи служби доставки, що основний наш конкурент є «Євразія», вони також на ринку побуту доволі давно, та якість в них не наймеш хороша ніж наша. Якість обслуговування в них на вищому рівні, а ось логістика в них не сама краща, але не в усіх районах можливо здійснити доставку хоча тей чи інший, район який не доступний для доставки бува більш доступний аніж вести кудись набагато далі.

5. Проаналізовано основні переваги доставки «Сушия», є безліч акцій та знижки, які зволікають гостей до нас приходити знову та знову. Сезонне меню, на кожне свято свої цікаві пропозиції, допомога ЗСУ через продаж якоїсь певної продукції та привабливі знижки. Якщо гість забирає замовлення на само-виснос знижка буде 10% (знижка не сумується з акціями та сетами), знижки на день народження 15%.



## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Архіпов В.В. – Організація ресторанного господарства
2. «Магістерська кваліфікаційна робота» - Ревенко А.В.  
[https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/90977/1/Revenko\\_mag\\_rob.pdf;jsessionid=74C9DA5FC63B826D969C62B78ADFC413](https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/90977/1/Revenko_mag_rob.pdf;jsessionid=74C9DA5FC63B826D969C62B78ADFC413)
3. В. П. Самодай А. І. Кравченко – «ОРГАНІЗАЦІЯ РЕСТОРАННОЇ СПРАВИ»  
[https://kcollegeht.kr.ua/images/Electronni\\_pidruchniki/Orhanizatsiia\\_restorannoi\\_spravu.pdf](https://kcollegeht.kr.ua/images/Electronni_pidruchniki/Orhanizatsiia_restorannoi_spravu.pdf)
4. Автоматизація ресторанів[Електронний ресурс]  
<https://ultra-company.com/avtomatizatsiya-restoranov-preimushhestva-i-nedostatki/>
5. Сайт ресторану «Сушия» [Електронний ресурс] <https://sushiya.ua/ru/bucha>
6. Базалук Л.Б. Використання QR-кодів у закладах ресторанного господарства. – 2015. –PhD Thesis
7. Портал аналітики «Google Trends» [Електронний ресурс] : [офіц. сайт] – Режим доступу : <https://trends.google.ru/trends/explore?geo=UA&q=%20is>
8. Портал аналітики «Serpstat» [Електронний ресурс] : [офіц. сайт] – Режим доступу : <https://serpstat.com>
9. Kutepova V. Internet marketing in Ukraine: problems and prospects. Management of development, 2014. – (1). – С. 47–49. Retrieved from: [Electronic resource]. – Access mode: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Uproz\\_2014\\_1\\_22](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Uproz_2014_1_22)
10. Esfahani S.S., Ozturk A.B. The influence of individual differences on NFC-based mobile payment adoption in the restaurant industry. Journal of Hospitality and Tourism Technology [Electronic resource]. – 2019. – Access mode: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JHTT-01-2018-0009/full.html>

11. Пиріг С.О., Нужна О.А. Інформаційні технології та їх використання на підприємствах України. Економічний форум, 2014. - (3). – С. 190-195.
12. Кукліна Т. С. Управління якістю обслуговування у закладах ресторанного господарства. Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України. 2019. С. 72-75.
13. Автоматизація ресторанів [Електронний ресурс] - <https://ultra-company.com/avtomatizatsiya-restoranov-preimushhestva-i-nedostatki/>
14. Дослідження попиту [Електронний ресурс] <https://olshansky.ua/blog/doslidzhennya-onlajn-popitu-na-dostavku-produktiv-ta-gotovo%D1%97-%D1%97zhi/>
15. Cobanoglu C., Yang W., Shatskikh A., Agarwal A. Are consumers ready for mobile payment? An examination of consumer acceptance of mobile payment technology in restaurant industry. Hospitality Review [Electronic resource]. – 2015. – Access mode: <https://digitalcommons.fiu.edu/hospitalityreview/vol31/iss4/6/>
16. Romero, Alejandro Castillejo. In-restaurant automated meal ordering by customers. U.S. Patent Application No 10/858,756. Abstract [Electronic resource]. – 2005. - Access mode: <https://patents.google.com/patent/US20050273345A1/en>
17. Завадинська О.Ю. , Ліфіренко О.С. , Довга О.О. Підвищення лояльності споживачів в закладах харчування готельно-ресторанних комплексів шляхом впровадження інтерактивних електронних систем. - Ефективна економіка. – № 4. – 2017.
18. Сторінка в соціальній мережі «Сушия» INSTAGRAM <https://www.instagram.com/sushiya.ua/>
19. Yurchak E. The peculiarities of the formation of customers loyalty towards the restaurant brand. Effective economy, 2014. – (12). - Retrieved from: [Electronic resource]. – Access mode: <http://www.economy.nayka.com.ua>
20. QR-код ресторану <https://gest.li/ef2ab/menu>

21. Дипломна робота Журавель Максим Сергійович -  
<https://er.nau.edu.ua/bitstream/NAU/45488/1>
22. Сторінка в соціальній мережі «Сушия» FACEBOOC  
<https://m.facebook.com/sushiya.ukraine>
23. "The Delivery Manifest: Principles for Building a Successful Restaurant Delivery Business" автора Michael Laiskonis
24. "The Takeaway Secret: How to Cook Your Favourite Fast-Food at Home" автора Kenny McGovern.
25. "The Everything Guide to Starting and Running a Restaurant: The Ultimate Resource for Starting a Successful Restaurant!" автора Ronald Lee.
26. "The Food Service Manager's Guide to Creative Cost Cutting: Over 2001 Innovative and Simple Ways to Save Your Food Service Operation Thousands by Reducing Expenses" автора Sharon Fullen.
27. "Restaurant Delivery Service Business Plan" (Bplan Xchange)
28. "The Takeout Delivery Bible: Restaurant Owners & Managers Guide to Delivery Success" (Michael Hartzell)
29. "The Restaurant Manager's Handbook: How to Set Up, Operate, and Manage a Financially Successful Food Service Operation" (Дуглас Роберт Браун)
30. The Business of Delivery: How to Build a Thriving Delivery Business and Retain Your Customers" автора Richard L. Wood