

Галицький коледж імені В'ячеслава Чорновола  
Відділення економіки та туризму

Кафедра готельно-ресторанної справи

**КУРСОВА РОБОТА**  
**з дисципліни "Організація ресторанного господарства",**  
**"Організація готельного господарства"**

на тему: «Організація процесу обслуговування споживачів в закладах  
ресторанного господарства (на прикладі стейк-хаусу «М'ясо») »

Виконав : ст. гр. ГР-186  
Жак Юрій Юрійович  
Науковий керівник:  
Муха Роксолана Андріївна

Кількість балів \_\_\_\_\_  
Національна шкала \_\_\_\_\_  
ECTS \_\_\_\_\_

Члени комісії

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ (прізвище та ініціали)

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ (прізвище та ініціали)

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ (прізвище та ініціали)

**Тернопіль – 2021**

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ СИСТЕМИ ОБСЛУГОВУВАННЯ СПОЖИВАЧІВ В ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА.....	5
1.1 Сутність, різновиди та вимоги до підприємств ресторанного господарства.....	5
1.2 Особливості організації обслуговування споживачів ресторанних послуг.....	10
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ПРОЦЕСУ ОБСЛУГОВУВАННЯ СПОЖИВАЧІВ В РЕСТОРАНІ.....	15
2.1 Організаційно-економічна характеристика закладу.....	15
2.2 Аналіз меню закладу.....	18
2.3 Аналіз матеріально-технічної бази підприємства.....	21
2.4 Аналіз методів обслуговування в ресторані.....	26
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБСЛУГОВУВАННЯ В ЗАКЛАДІ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА.....	30
ВИСНОВКИ.....	38
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	40
ДОДАТКИ.....	43

## ВСТУП

**Актуальність теми дослідження** обумовлюється тим, що ресторанне господарство України – це сфера людської діяльності, що в останні роки швидко розвивається. У всьому цивілізованому світі воно є одним із найбільш розповсюджених видів малого бізнесу, тому між закладами та підприємствами постійно триває боротьба за оптимальне позиціонування на ринку та найбільш перспективні його сегменти; за пошук нових та утримання постійних клієнтів.

Дослідження свідчать, що український ресторанний ринок розвивається дуже динамічно: збільшилась кількість ресторанів та інших підприємств ресторанного господарства; поліпшилися їхній зовнішній вигляд та асортимент пропонованих страв і напоїв. Однак до повного насичення ще далеко. Відомо, що в Америці на 600–700 мешканців припадає один ресторан, а в Києві – один на 3,5 тисячі. Результати досліджень свідчать, що Україна посідає 74-е місце серед 162 країн світу за міжнародним рейтингом розвитку нових технологій ресторанної справи (США посідає 6-е місце в цьому рейтингу, абсолютними лідерами є Японія, Франція). Для сучасних закладів ресторанного господарства важливим є забезпечення належного рівня сервісу послуг під час обслуговування споживачів, оскільки сьогодні така проблема є актуальною проблемою для багатьох сервісних організацій. Це пов'язано з тим, що у галузі відбуваються значні зміни: розвиваються сучасні форми обслуговування, стають популярними європейські стандарти й технології, зростають вимоги до рівня сервісу обслуговування споживачів у ресторанах, барах, кафе.

Обслуговування в закладах ресторанного типу обов'язково виконується офіціантами, з попереднім чітким дотриманням стильової єдності сервірування столів та забезпеченням рівня сервісу: «добрий», «хороший», «відмінний». Однак недосконала диференціація характеристик та ознак відповідно до регламентованих рівнів сервісу унеможливорює об'єктивне встановлення рівня

сервісу в конкретному закладі та критерії його регулювання.

З огляду на це дослідження організації обслуговування споживачів ресторанного господарства України є актуальними і мають вагоме практичне значення.

Виходячи із актуальності обраної теми дослідження **метою даної роботи** є дослідження специфіки організація процесу обслуговування споживачів в закладах ресторанного господарства (ресторан, кафе), а також обґрунтування пропозицій щодо удосконалення обслуговування.

Виходячи із мети роботи в роботі представлено **наступні завдання (напрями) реалізації дослідження**, а саме:

- з'ясування особливостей функціонування системи обслуговування споживачів в закладах ресторанного господарства;
- аналіз процесу обслуговування споживачів в ресторані (на прикладі стейк – хаусу «М'ясо», м.Тернопіль);
- розгляд шляхів удосконалення організації обслуговування в закладі ресторанного господарства.

**Об'єктом дослідження** виступають господарські процеси та особливості обслуговування споживачів у закладі ресторанного господарства – стейк – хаус «М'ясо».

**Предметом дослідження** є взаємозв'язки в процесі організації обслуговування споживачів в стейк – хаусі «М'ясо».

**Інформаційною базою** дослідження стали наукові праці українських та зарубіжних науковців, Інтернет-джерела, дані офіційного сайту об'єкту дослідження стейк – хаусу «М'ясо», дані первинної та фінансової звітності закладу.

**Структура роботи.** Курсова робота складається з вступу, трьох розділів основної частини, загальних висновків роботи, списку використаних джерел, який налічує 28 позицій.

## РОЗДІЛ 1

### ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ СИСТЕМИ ОБСЛУГОВУВАННЯ СПОЖИВАЧІВ В ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

#### **1.1. Сутність, різновиди та вимоги до підприємств ресторанного господарства**

Сфера ресторанного господарства – складова сфери внутрішньої торгівлі, що забезпечує організацію харчування з дозвіллям або без нього різних контингентів споживачів, а з іншого, – сфера, що задіяна в експорті послуг шляхом надання їх не тільки місцевому населенню, але й іноземним туристам, під час міжнародних авіаперельотів, морських круїзів, на територіях інших країн світу. Вона поєднує в собі різні організаційні форми господарювання, в тому числі ті, де об'єкти ресторанного господарства функціонують у формі підрозділів лікарень, інтернатів, дитячих будинків, навчальних закладів, промислових підприємств тощо. Коли йдеться про розвиток ресторанного господарства, то потрібно брати до уваги як розвиток підприємств (закладів) ресторанного господарства, основним видом економічної діяльності яких є ресторанне господарство, так і закладів ресторанного господарства, що функціонують у складі підприємств з іншим видом економічної діяльності [3, с.176]. Як відомо, ресторанне господарство України одним із перших перейшло на ринкові відносини.

Ресторанне господарство характеризується великою кількістю своєрідних понять, охоплює різноманітні верстви населення, виконує важливу соціальну функцію.

Залежно від багатьох факторів, покладених в основу функціонування ресторанного господарства, заклади поділяються на типи, які, відповідно, можна класифікувати за такими ознаками: специфікою контингенту споживачів; асортиментом продукції, що випускається (рис.1.1); характером виробництва

(рис.1.2); методами обслуговування (рис.1.3); розміщенням на ринку товарів і послуг (рис.1.4).



Рис. 1.1. Типи закладів ресторанного господарства залежно від характеру виробництва [16, с.91]



Рис. 1.2. Типи закладів ресторанного господарства залежно від методів обслуговування [16, с.91]

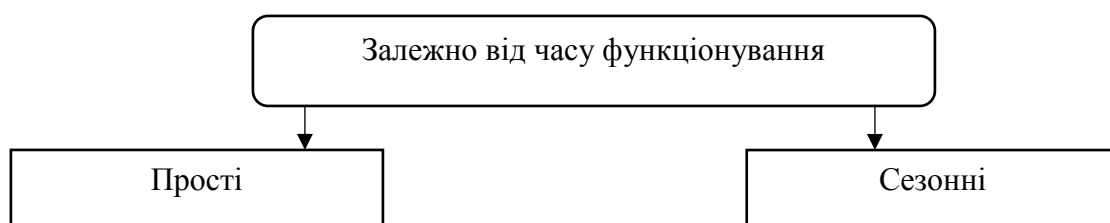


Рис. 1.3. Типи закладів ресторанного господарства залежно від часу функціонування [16, с.92]

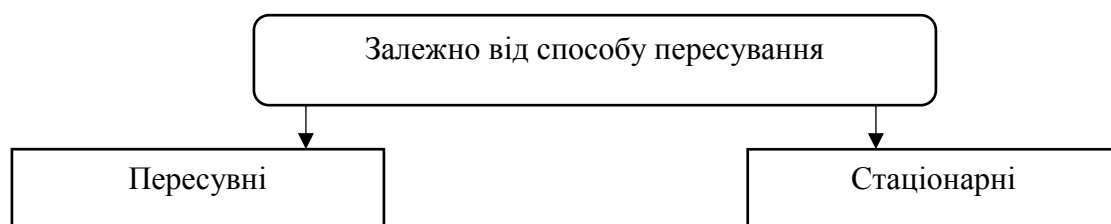


Рис. 1.4. Типи закладів ресторанного господарства залежно від способу їх пересування [16, с.92]

Вимоги до закладів ресторанного господарства поділяються на загальні та відмінні для закладів певного типу і класу. До загальних вимог відносять наступні [21, с.165]:

- у закладах ресторанного господарства всіх типів і класів повинні забезпечуватися безпека життя і здоров'я споживачів та збереження їхніх речей, виконання санітарних вимог та технічних норм і правил;
- в усіх закладах ресторанного господарства рекомендується передбачати умови для пересування інвалідів на колясках;
- заклади ресторанного господарства повинні мати необхідні, відповідно до свого типу, виробничі, торговельні та побутові приміщення, а також устаткування для приготування і продажу їжі, що відповідають екологічним та санітарно-гігієнічним нормам, правилам техніки безпеки і протипожежним вимогам;
- склад і площі приміщень закладів мають відповідати будівельним нормам і санітарно-технічним вимогам до сфери ресторанного господарства;
- архітектурно-планувальні рішення та матеріально-технічне оснащення приміщень закладів ресторанного господарства мають базуватися на принципах раціональної організації виробничо-торговельних процесів;
- у закладах ресторанного господарства має бути забезпечена відповідно до типу і класу гармонія зовнішнього та внутрішнього оформлення;
- відповідно до типу і класу закладу ресторанного господарства має бути забезпечена наявність достатньої кількості столового посуду, наборів та столової

білизни;

- кількість та професійно-кваліфікаційний склад працівників виробництва та обслуговуючого персоналу має забезпечувати виконання вимог згідно з типом і класом закладу ресторанного господарства;

- обслуговуючий персонал закладу ресторанного господарства повинен надавати споживачам вичерпну інформацію про кулінарну продукцію, товари та послуги;

- інформація про тип і клас закладу, режим його роботи має бути розміщена на фасаді приміщення.

Відмінні вимоги до закладів ресторанного господарства визначені у таких основних характеристиках [24, с.104]:

- місцезнаходження закладу і стан прилеглої території;
- вид, тип та особливості будівлі;
- комфортність, зовнішній і внутрішній дизайн приміщення;
- оснащення закладів устаткуванням, меблями, посудом, столовими наборами, білизною;
- процес обслуговування;
- асортимент продукції та вимоги до оформлення меню, прейскуранта і карти вин;
- кваліфікація персоналу;
- номенклатура додаткових послуг.

Послуги закладів ресторанного господарства є важливим елементом обслуговування споживачів. Заклади ресторанного господарства в Україні надають споживачам комплекс різноманітних послуг, що за своїм змістом поділяються на:

- послуги харчування (послуги з виготовлення кулінарної продукції, її реалізації та організації споживання відповідно до типу й класу закладу);



– послуги з виготовлення кулінарної продукції та кондитерських виробів (виготовлення кулінарної та кондитерської продукції на замовлення споживачів, у тому числі в складному виконанні та з додатковим оформленням, виготовлення страв із сировини замовника, послуги кухаря, кондитера з виготовлення страв, кулінарних і кондитерських виробів вдома);

– послуги з реалізації продукції (реалізацію кулінарних і кондитерських виробів поза межами закладу ресторанного господарства, реалізацію обідів додому, комплектування наборів кулінарної продукції в дорогу, в тому числі туристам для самостійного приготування, реалізацію кулінарної продукції і кондитерських виробів через роздрібно торгівлю);

– послуги з організації обслуговування споживачів (організація обслуговування свят, сімейних обідів, ритуальних заходів, учасників конференцій, семінарів, нарад, культурно-масових заходів; послуги офіціанта з обслуговування вдома; доправлення кулінарної та кондитерської продукції на замовлення споживачів на пасажирський транспорт, робочі місця, додому, у номери готелів; бронювання місць у залі закладу ресторанного господарства);

– послуги з організації дозвілля (організація музичного обслуговування, організація концертів, перегляду програм вар'єте і відео-програм, забезпечення газетами, журналами, настільними іграми, ігровими автоматами, більярдом тощо);

– інформаційно-консультативні послуги (консультація спеціалістів з виготовлення, оформлення кулінарної продукції, кондитерських виробів і сервірування столу, консультація дієтолога з питань використання дієтичної продукції при різних захворюваннях (у дієтичних їдальнях), організація навчання кулінарної майстерності);

– інші послуги (прокат столового посуду, наборів, інвентарю; пакування страв і виробів після обслуговування споживачів; облаштування зони для паління; плата кредитними картками; знижки; гарантування збереження

особистих речей і цінностей споживача; виклик таксі на замовлення; паркування особистого транспорту споживачів на організованій стоянці) тощо.

Отже, в сучасних умовах важливе значення має організація ресторанного господарства. Ресторанне господарство – це різновид організації економічної діяльності в аспекті надання послуг харчування, забезпечення відпочинку та дозвілля споживачів даних послуг.

В науковій літературі представлена різноманітність досліджуваних закладів, зокрема існують об'єкти класифікації за різними ознаками, а саме, за специфікою контингенту споживачів – загальнодоступний заклад, закритий, обслуговують визначений контингент; асортиментом продукції, що випускається – заготівельні, доготівельні, на сировині та на напівфабрикатах; характером виробництва – заклади самообслуговування та швидкого обслуговування; методами обслуговування – прості та сезонні; розміщенням на ринку товарів і послуг – пересувні та стаціонарні [1, с.94].

В аспекті функціонування та розвитку даних закладів також важливим є врахування вимог, що ставляться до даних закладів, а саме забезпечення безпеки харчування для життя та здоров'я відвідувачів закладу, гармонія зовнішнього та внутрішнього оформлення, обслуговуючий персонал закладу ресторанного господарства, надання вичерпної інформації про продукцію закладу, широке інформування споживачів про тип закладу, період обслуговування та ін.

## **1.2. Особливості організації обслуговування споживачів ресторанних послуг**

Важливе значення для якості функціонування закладу ресторанного господарства є реалізація процесу обслуговування, при цьому слід відзначити наявність основних та додаткових послуг, котрі реалізуються у ресторанах.

Ресторани належать до закладів ресторанного господарства загальнодоступної мережі. Ресторанам властиві не лише загальні функції,

характерні для цих закладів – виробництво, реалізація та організація споживання продукції харчування, а й специфічні, а саме [18, с.129]:

- поєднання вищеназваних функцій з організацією відпочинку, розваг та дозвілля споживачів;
- надання продукції та послуг високої якості за цінами, що відповідають класу ресторанів;
- надання додаткових супутніх послуг: послуги з доставки їжі за адресою, сервісні послуги на дому, в офісі тощо.

Послуга з організації харчування у ресторанах є основною. При цьому може бути запропонований вільний вибір страв, скомплектовані раціони харчування, святковий сніданок, обід чи вечеря. При наданні цієї послуги в більшості ресторанів застосовують метод обслуговування офіціантами (повне або часткове).

У ресторанах «люкс» при подаванні страв використовують спеціальні ефекти, розробляють ритуал подавання страв, готують їх у присутності споживачів. У ресторанах швидкого обслуговування, як правило, застосовують метод самообслуговування. У багатьох з них в окремому приміщенні встановлюють барну стійку, що дозволяє розширити комплекс послуг з організації харчування.

Додаткові послуги, які надають ресторани, поділяються на три групи: - з реалізації та організації споживання продукції та послуг; - зі створення зручностей для споживачів; - з організації дозвілля.

В залежності від ознак класифікації виділяють різновиди обслуговування у закладах ресторанного господарства (рис.1.5), а саме: за функціями підприємств громадського харчування, за способом отримання їжі і доставляння її до місця споживання; за способом розрахунку із споживачами; за способом відпускання продукції; за організацією праці.

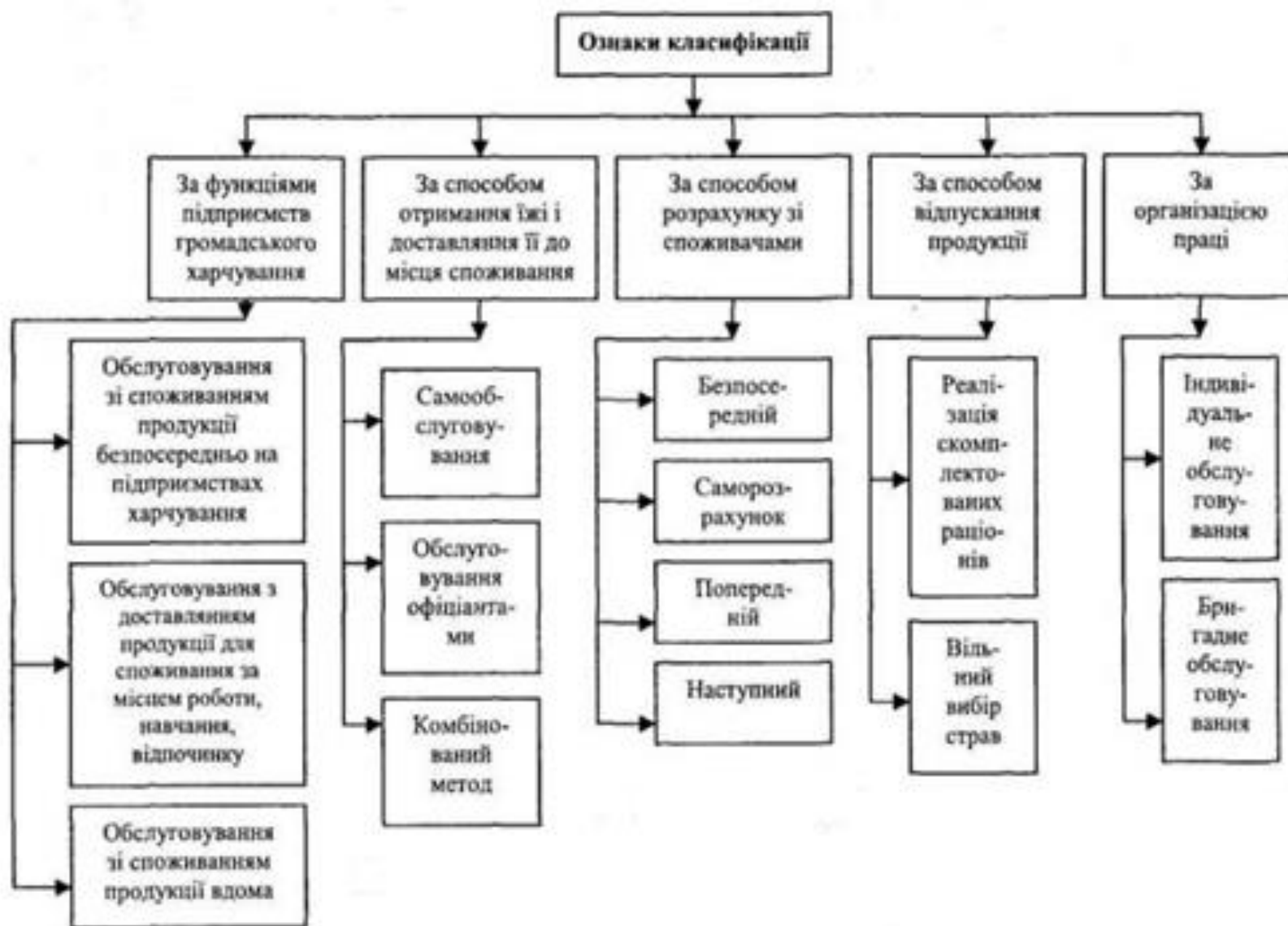


Рис.1.5. Класифікація різновидів обслуговування у закладах ресторанного господарства [7, с.84]

Обслуговування офіціантами застосовується у ресторанах, кафе, барах і поділяється за участю персоналу в обслуговуванні; за способом розрахунку; за організацією праці офіціантів; за повнотою обслуговування - з проведенням культурно-масових заходів і без них.

Комбінованим методом обслуговування офіціантами є обслуговування барменами та буфетниками-офіціантами. При цьому буфетники-офіціанти можуть повністю обслуговувати всіх споживачів або лише частину, яка сидить за барною стійкою, а також частково інших відвідувачів, які сидять у залі. Їм бармени подають страви й напої та проводять розрахунок з ними. Прибирання посуду й доставку продукції до столів здійснюється працівниками зали чи споживачами.

При обслуговуванні за барною стійкою бармен готує напої, подає їх гостям, розраховується, прибирає посуд. За участю персоналу в обслуговуванні розрізняється повне і часткове самообслуговування.

При повному самообслуговуванні всі операції (взяття підноса, столових приборів, отримання страв, доставка їх до столу, прибирання посуду) споживачі виконують самостійно. Обслуговуючий персонал лише відпускає супи та другі страви. При частковому самообслуговуванні більшість цих операцій виконує обслуговуючий персонал. За способом розрахунку зі споживачами - з розрахунком попереднім, наступним, безпосереднім і саморозрахунком.

Для самообслуговування з безпосереднім розрахунком властива одночасність процесів вибору, одержання й оплати вартості кулінарних виробів. Якщо при самообслуговуванні з попереднім і наступним розрахунком функції відпускання і розрахунку розподілені між працівниками підприємства (першу здійснюють роздавальники, другу — касир), то при безпосередньому розрахунку відпускає продукцію і здійснює розрахунок один працівник (буфетник) [11,с.92].

Форма самообслуговування з наступним розрахунком має два різновиди: самообслуговування з розрахунком наприкінці роздавальної лінії,

самообслуговування на роздавальні вільного руху з розрахунком на будь-якій автономно діючій касі, на виході з роздавальні і самообслуговування з розрахунком після споживання їжі.

При самообслуговуванні з розрахунком наприкінці роздавальної лінії споживачі вибирають страви на роздавальні, а потім сплачують їх вартість.

При самообслуговуванні з розрахунком після споживання їжі вони одержують на роздавальні продукцію і чек (рахунок), за яким розраховуються після споживання їжі при виході із залу. При цьому в процесі самообслуговування з наступним розрахунком споживачу надана можливість оглянути, порівняти і вибирати страви в асортименті відповідно до його смаків і запитів.

Самообслуговування з розрахунком після споживання їжі дозволяє суттєво збільшити пропускну спроможність роздавальні, а також певною мірою посилити контроль за веденням розрахункових операцій, тому що перший касир підраховує вартість покупки і вибиває чек, а другий робить грошовий розрахунок зі споживачем. Застосування цієї форми обслуговування пов'язано зі збільшенням чисельності касирів-контролерів у підприємстві, а також вирішенням такого питання, як спрямування потоку споживачів. Кращим варіантом є спрямування його безпосередньо на роздавальню, в кінці якої розміщена перша каса. Другу розміщують біля виходу [27, с.153].

При цьому необхідно передбачати відособлені вхід і вихід із залу. У залі їдальні великої місткості при комбінуванні форм самообслуговування, наприклад, із безпосереднім розрахунком і після споживання їжі, застосовується наступна система контролю потоку споживачів: на вході кожний споживач одержує спеціальний жетон. При одержанні страв на роздавальні він здає його і оплачує при виході. Саморозрахунок застосовується в підприємствах із постійним контингентом споживачів, які вільно вибирають страви, напої, кулінарні, кондитерські вироби і розраховуються самостійно. Про вартість виробів інформують споживачів цінники.

## РОЗДІЛ 2

### АНАЛІЗ ПРОЦЕСУ ОБСЛУГОВУВАННЯ СПОЖИВАЧІВ В РЕСТОРАНІ (НА ПРИКЛАДІ СТЕЙК-ХАУСУ «МЯСО», М.ТЕРНОПІЛЬ)

#### 2.1. Організаційно-економічна характеристика закладу

Об'єктом дослідження обрано заклад ресторанного типу - стейк-хаус «М'ясо», котрий розташований у місті Тернопіль, бульвар Шевченка 5. Заклад відкрито у 2013 році і сьогодні він працює у форматі «стейк-хаус». Рекламою даного закладу є наявність бичка при вході, що свідчить про напрями роботи та специфіку функціонування даного закладу (рис.2.1).



Рис.2.1. Загальний вигляд та реклама закладу стейк-хаус «М'ясо» [19]

При формування реклами заклад акцентує увагу на якісне меню та можливість споживання смачних стейків із свинини, телятини, риби та птиці. Заклад відкривається о 12-00 і працює до 23-00 без перерви.

Таблиця 2.1

## Режим роботи закладу стейк-хаус «М'ясо»

День	Години роботи	Перерва
Пн, Вт, Ср, Чт, Пт, Сб, Нд	12:00 - 23:00	Без перерви

Слід відзначити, що організаційну структуру даного закладу переставляє директор, бухгалтер, адміністратори, шеф-повар, кухарі, офіціанти, бармени, інший обслуговуючий персонал. Кожен із них наділений визначеним функціоналом, зокрема директор має широкі повноваження, визначає стратегічні орієнтири розвитку закладу, формує маркетингову політику та здійснює підбір та добір кадрів. Обліково-інформаційна діяльність, формування статистичних звітів, розробка кошторисів та калькуляції страв реалізується бухгалтером у взаємодії із шеф-поварем. Бухгалтер підпорядковується директору та щотижня звітує за результати роботи.

Виробничий процес у даному закладі реалізується шеф-поварами та кухарями, які здійснюють приготування страв та здійснюють контроль за якістю та швидкістю подачі (шеф-кухар). Обслуговування у закладі здійснюється офіціантами (зал ресторану) та барменами (бар закладу).

Для оцінки техніко-економічних та фінансових показників діяльності стейк-хаусу «М'ясо» побудуємо таблицю 2.1.

Досліджуючи дані представлені в таблиці 2.1. необхідно відзначити приріст показника реалізації продукції на 6282 тис.грн. або на 39,8%, при цьому якщо у базовому періоді показник становив 15784,2 тис.грн., то у звітному році значення показника збільшується до рівня 22066,3 тис.грн. Зростання обсягів реалізації продукції обумовлено наступними чинниками: зростанням споживчого попиту, зростанням цін на основний асортиментний ряд продукції, активізація стимулювання попиту на окрему продукцію закладу.

Зростання обсягів реалізації продукції обумовило приріст собівартості



закупівлі основного асортиментного ряду продукції, при цьому темп зростання собівартості є вищим ніж зростання обсягів реалізації, зокрема приріст собівартості реалізації становив 41,15%.

Таблиця 2.1

Техніко-економічні показники діяльності стейк-хаус  
«М'ясо» за період 2018-2020 рр.

Показник	Період			Відхилення (+;-)	
	2018 р.	2019 р.	2020 р.	Δ	%
Обсяг реалізації, тис. грн.	15784,2	17988,4	22066,3	6282,1	39,8
Собівартість реалізованої продукції, тис. грн.	9907,2	10117,3	13984,2	4077	41,15
Чистий прибуток, тис. грн.	1794,2	2207,8	2972,3	1178,1	65,66
Кількість працівників, чол.	19	22	23	4	21,05
Фонд з/п, тис. грн.	1558,6	1691,68	1819,72	261,12	46,75
Середньомісячна з/п одного роб., тис.грн./особу	12,45	12,62	12,97	0,52	21,22
Дебіторська заборгованість, тис. грн.	129,3	117,2	116,1	-13,2	-10,21
Кредиторська заборгованість, тис. грн.	202,4	217,8	122,9	-79,5	-39,28

Перевищення показника обсягів реалізації продукції над собівартістю реалізації обумовило наявність чистого прибутку, при цьому показник збільшується із 1794,2 тис.грн. до рівня 2972,3 тис.грн., при цьому приріст показника становив 1178,1 тис.грн., а темп зростання показника становить 65,66%.

Зміна кількості працівників та приріст фонду оплати праці забезпечив приріст мотиваційної складової – зростання середньомісячної заробітної плати на одного працівника, зокрема якщо у базовому році значення показника становило 2,45 тис.грн. / особу, то у звітному періоді показник збільшувався на

0,52 тис.грн., а темп зростання показника становив 21,22%, а відповідно у звітному році значення показника становило 2,97 тис.грн. / особу.

Специфіка діяльності стейк-хаусу «М'ясо» обумовлює наявність дебіторської та кредиторської заборгованості в його діяльності, при цьому спостерігається зниження показника дебіторської заборгованості на 13,2 тис.грн., а також зниження показника на 10,21%, зокрема у базовому році значення показника становило 129,3 тис.грн., а у звітному періоді показник становив 116,1 тис.грн.

Поряд із цим спостерігається зниження загального рівня кредиторської заборгованості із 202,4 тис. грн. до рівня 122,9 тис.грн., при цьому темп зниження показника становив 39,28%, а показник знижується на 79,5 тис.грн.

В цілому, необхідно відзначити підвищення ефективності діяльності стейк-хаус «М'ясо», що обумовлено зростанням обсягів реалізації продукції, оплати праці працівників підприємства та чистого прибутку підприємства, поряд із цим позитивними проявами в діяльності підприємства стало зростання кількості працівників, зниження розміру дебіторської та кредиторської заборгованостей.

## **2.2. Аналіз меню закладу**

Досліджуючи меню даного закладу необхідно відзначити його диверсифікацію, а саме наявність наступних позицій (враховується специфіка закладу): холодні та перші страви, салати, гарячі страви, хоспер-меню, гарніри, бургери, десерти, соуси, напої, хліб, вакумовані стейки.

Меню стейк-хаусу «М'ясо» сформовано у відповідності до маркетингових досліджень ринку та періодичних обстежень споживачів підприємства в аспекті уподобань продукції.

Розглянемо представлені у меню страви та охарактеризуємо цінові позиції по даному меню. Зокрема холодні страви представлені фермерським салом,

паштетом з печінки молодого бичка, тартар з вирізки бичка, хамоном (додаток А).

Аналізуючи цінові позиції холодних страв, слід відзначити диференціацію цін. Як на мій погляд, дещо завищена ціна на фермерське сало 100 г – 60 грн. та помірність цін на паштет з печінки молодого бичка 145 г страви коштує 65 грн. Також слід відзначити завищену ціну на хамон, адже 50 г такої страви коштує 60 грн. (ціна вище ринкової орієнтовно на 10 грн.).

Досліджуючи перші страви необхідно відзначити обмеженість меню в даних позиціях, зокрема представлені сирний крем суп та бограч (додаток Б).

Необхідно відзначити бідність меню перших страв, що обумовлюється специфікою закладу, проте варто було б подумати і над розширенням меню (суп із білих грибів, борщ, інші супи-пюре та ін.), так і важливо оптимізувати ціни на дані страви, оскільки хоч і вихід (300 г) є значний, проте, слід відзначити дороговизну даних блюд, зокрема сирний крем-суп вартує 86 грн., а вартість бограчу становить 80 грн. Зазначені ціни є дещо вищими ринкових, що обмежує конкурентоспроможність даного закладу.

Дещо ширшою є гама салатів у даному закладі, зокрема теплий салат з телятини і сиром Дор-Блю, салат з мідіями, салат цезар, англійський з ростбіфом, овочевий салат «Грека», Філадельфія. Гама даного меню представлена у додатку В.

Досліджуючи цінову позицію щодо салатів необхідно відзначити диверсифікацію цін в межах від 90 до 105 грн. при виході 160 – 200 г.

Ціни не значно, проте, вищі ринкових на 5-10 грн. в розрізі окремих позицій меню. Слід також відзначити обмеженість представленої лінійки салатів, зокрема варто подумати на розширенням салатів і оптимізувати ціни на них.

Гарячі страви представлені 5 позиціями, їм характерна різноплановість, що значно підвищує конкурентоспроможність даного

закладу, зокрема слід відзначити, наявність наступних страв: цукіні в трюфельному соусі, мідії в вершковому соусі, сир Камамбер запечений в хоспері, дошка на компанію, равлики Muller.

Сильними є позиції меню - дошка на компанію (2 кг) при вартості 630 грн., що якісно доповнює меню - мідії у вершковому соусі (200 г.) – 110 грн. (додаток Г).

Як для стейк-хаусу досить обмеженим виглядає хоспер-меню: Стейк «Рібай», Стейк «Філе-мінйон», Стейк «Ті-боун», Шашлик свинний (230 грам). Хоспер-меню стейк-хаусу «М'ясо» представлено у додатку Д.

Вартість стейків «Рібай» та «Філе-мінйон» становить 89 грн. за 100 г, це дещо дорожче ніж в інших закладах, досить дорогою виглядає позиція меню – стейк «Ті-боун» 100 г – 89 грн., та дорожча позиція шашлик 220 г – 125 грн. також варто значно розширяти меню враховуючи специфіку даного закладу.

Основними гарнірами в даному закладі є картопля по-селянськи та картопля в пательні, а також глазуровані овочі. Необхідно відзначити високу вартість гарнірів, адже у більшості закладів харчування дана позиція вартує в межах 25-50 грн., проте в даному закладі вартість даних блюд складає – картопля по-селянське (250 г) – 50 грн., картопля у пательні (290 гр.) – 60 грн., глазуровані овочі (200 г) – 65 грн. В меню закладу представлені бургери (додаток К) – чізбургер, гамбургер, дабл бургер, бургер з лососем. Вагова позиція по даному асортименту меню становить 250-300 грн., цінова позиція складає 109-129 грн. Відповідно слід відзначити, дорожчу цінову позицію по даному асортименту меню.

На мій погляд, важливо також акцентувати увагу на даній позиції меню і формувати оптимальну товарну та цінову політику, а саме диверсифікувати та збільшити асортимент бургерів та знизити ціну, і можливо, не значно вихід даного блюда.

Також слід відзначити обмеженість десертів, а саме представлені десерти - Тірамісу від шефа (150 г), Пана-кота зі свіжої маракуї (150 г). Цінова позиція по цих десертах однакова і становить 65 грн. Слід відзначити, дороговизну даних позицій меню, відповідно у інших закладах вартість ідентичних десертів на 10 грн. нижча.

Досить важливим є наявність вакуумованих стейків, що зручно для споживачів, адже вони можуть купувати продукцію закладу та готувати вдома. Необхідно відзначити наступні позиції - вакуумований стейк філе міньйон (100 г) – 60 грн., а також вакуумований стейк Рібай (100 г) – 45 грн.

В цілому, слід відзначити обмеженість меню даного закладу і дещо високі ціни на асортиментний ряд продукції стейк-хаусу «М'ясо».

### **2.3. Аналіз матеріально-технічної бази підприємства**

Матеріально-технічна база для організації обслуговування споживачів на підприємствах ресторанного господарства включає такі елементи: приміщення; устаткування, засоби та предмети праці, які використовуються для здійснення процесу обслуговування споживачів.

У певних приміщеннях процес обслуговування здійснюється безпосередньо. Є група приміщень, яка непрямо впливає на здійснення процесів обслуговування споживачів. До них належать вестибюлі, гардеробні та туалетні кімнати, умивальники для відвідувачів, мийна столового посуду, приміщення для офіціантів, приміщення для зберігання музичних інструментів та іншого реквізиту тощо.

Процес обслуговування споживачів підприємств ресторанного господарства вимагає наявності таких предметів праці, до яких належить торговий, технологічний, господарський інвентар, столовий посуд та набори, білизна, тканини, папір та паперові вироби, сировина, продовольчі товари та напої тощо [8, с. 84].

Інтер'єр стейк-хаус «М'ясо» включає планувально-технологічний розв'язок приміщень, їх висвітлення, колір стін, підлоги, стелі, оздоблювальні матеріали, декоративне оформлення торговельних і банкетного залів. Один з важливих прийомів у розв'язку сучасного інтер'єру закладу - розподіл простору торговельного залу на окремі зони, сектори. При оформленні приміщень ресторану враховуються його найменування, національна кухня, особливості форми обслуговування і т. д.

Зал стейк-хаус «М'ясо» є центром архітектурно-планувального рішення. Декоративні та архітектурні елементи залу налаштовують відвідувачів до відпочинку у затишній обстановці.

Внутрішній інтер'єр також витриманий в одному стилі: металеві світильники на ланцюгах, важкі дерев'яні столи, м'які шкіряні меблі, дерев'яні серветниці та набори для спецій (які особливо привертають увагу дітей). Все це створює неповторну атмосферу закладу.

Інтер'єр здебільшого оздоблений під цеглу та старий камінь. Меблі в основному, це масивні дерев'яні столи на 6-8 персон світлих тонів, круглі дерев'яні столи на 2 персони, шкіряні дивани коричневого темного кольору, крісла.

Щодо світла, то воно м'яке, тепле та приглушене. Брендівані підставки під серветки чомусь підвищують авторитет закладу: ніби і дрібниця, та все ж це вирізняє їх з поміж інших.

Стейк-хаус «М'ясо» - є підприємством середньої потужності і має безцехову структуру виробництва.

На підприємстві виділяють дві найбільш важливі складові частини: основне виробництво, що охоплює всі процеси, безпосередньо пов'язані з випуском готової продукції та допоміжне, яке включає процеси матеріального і технічного обслуговування виробництва.

Все технологічне обладнання стейк-хаус «М'ясо» (додаток К) поділяється на три групи: електромеханічне, теплове і холодильне.

Електромеханічне обладнання використовується для первинної обробки продуктів при приготуванні напівфабрикатів. З електромеханічного обладнання є блендер, соковижималка і овочерізка.

Холодильне обладнання широко застосовуються для зберігання продукції, а також в деяких технологічних процесах: для приготування холодних страв закусоч, а також солодких страв, кондитерських виробів, харчового льоду, охолодження прохолодних напоїв. З холодильного обладнання в даному закладі є морозильна камера, холодильники, що охолоджуються кухонні модулі, льодогенератор.

Теплове обладнання - завершальна стадія в технологічному ланцюжку приготування страв, воно необхідне для доведення до стану готовності різних продуктів і кулінарних виробів. До нього відносяться варильна електрична поверхня, духові шафи, індукційна варильна поверхня, пароконвектомат, кип'ятильник, кавомашина.

Піч, вибрана для стейк-хаус «М'ясо», дозволяє працювати з відкритим вогнем круглий рік і може, при дотриманні певних умов, встановлюватися в закритих приміщеннях, поруч із звичайним кухонним обладнанням.

Пічка хоспер (джозер, закритий гриль, гриль-мангал, закритий мангал, гриль-барбекю) ідеально підходить для приготування смачних страв у закладах.

Грилі-мангали хоспер - єдине в кухні сучасного стейк-хаус рішення, що дозволяє одночасно використовувати переваги мангалу та печі на деревному паливі. В якості палива в печах хоспер використовується чистий дерев'яне вугілля або чистий камінь рослинного походження.

Завдяки унікальній конструкції хоспера у стейк-хаус «М'ясо» - м'ясо, риба, овочі виходять обов'язково смачними та пахучими, до того ж час приготування страв в хоспера дуже малий. В хоспері стейк природнім шляхом обволокується

шкірочкою, продовжуючи плавитися зсередини. При цьому соки залишаються в м'ясі. На стелі знаходяться витяжки та пожежна система.

Відстань між столиками у даному закладі – приблизно 1м. Достатньо простору. Підлога покрита ламінатом в одному залі світлого кольору, в іншому темного.

Для приготування та відпуску страв стейк-хаус «М'ясо» забезпечений усім необхідним, інвентарем, посудом, бокалами, фужерами, відповідно до попиту та посадочних місць закладу.

Матеріально-технічне забезпечення стейк-хаус «М'ясо» подано у таблиці 2.2.

Таблиця 2.2

Матеріально-технічне забезпечення стейк-хаус «М'ясо» [19]

Вид посуду	Найменування посуду
1	2
<b>Скляний посуд для подавання алкогольних та змішаних напоїв</b>	1. Чарка коньячно-лікерна 2. Чарка горілчана 3. Чарка мадерна 4. Чарка рейнвейна 5. Чарка лафітна 6. Бокал для шампанського 7. Фужер для води 8. Стопка коньячно-лікерна 9. Стопка горілчана 10. Склянка мала 11. Склянка звичайна 12. Келих грушоподібний 13. Чашки скляні 14. Кухлі для пива
<b>Столовий посуд</b>	1. Тарілка пиріжкова, діаметр — 175 мм 2. Тарілка закусочна, діаметр — 200 мм 3. Тарілка десертна, діаметр — 190, 200 мм 4. Тарілка глибока десертна, діаметр — 200 мм 5. Тарілка столова мілка, діаметр — 240—270 мм 6. Тарілка столова глибока, діаметр — 240 мм 7. Таріль округла, діаметр — 350—420 мм, (6—12 порцій).



## продовження таблиці 2.2

	<p>8. Таріль овальна, діаметр — 350—420 мм, (6—12 порцій).</p> <p>9. Лоток (різних діаметрів, для різних страв)</p> <p>10. Менажници різні (таріль з перегородками)</p> <p>11. Соусники різні (1, 3, 6, 12 порцій)</p> <p>12. Хрінничка, гірчичниця</p> <p>13. Салатници (1, 2, 3, 6, 12 порцій)</p> <p>14. Супници (6—12 порцій)</p> <p>15. Чайники доливні 1,0—1,5 л, кавники 0,5—1,0 л.</p> <p>16. Чайники— 350—500 г.</p> <p>17. Вершківници (50—100 г)</p> <p>18. Молочники (100—150 г)</p> <p>19. Блюдця кавові, чайні</p> <p>20. Горнятка кавові 90 мл, 100 мл</p> <p>21. Горнятка кавові (150 мл)</p> <p>22. Горнятка чайні (190—200 мл)</p> <p>23. Горнятка чайні (250 мл)</p> <p>24. Чашки супові з двома вушками (350 мл)</p> <p>25. Чашки бульйонні високі з одним вушком (350 мл)</p> <p>16. Блюдця до бульйонних чашок діаметром — 170 мм.</p>
<b>Дерев'яний посуд</b>	<p>Дошка округла, діаметром 350-420 мм (6-12 порцій, для подавання страв з м'яса, піци)</p> <p>Дошка округла, діаметром 240-270 мм ( для подавання страв з м'яса, піци)</p> <p>Дошка для стейка 33×18</p> <p>Дошка для подачі страв, 2 секції</p> <p>Дошка для подавання страв прямокутна</p> <p>Підставки під каміння для стейку</p>
<b>Сланцевий посуд</b>	<p>Тарілка сланцева кругла, 240×320 мм</p> <p>Піднос зі сланцю</p>
<b>Каміння для подавання стейків</b>	<p>Камінь для подавання гарячих страв на підставці, 210×210 мм</p> <p>Камінь для стейку, округлий 200</p>
<b>Приладдя</b>	<p>Основні прибори:</p> <p>Закусочні</p> <p>Рибні</p> <p>Столові</p> <p>Десертні</p> <p>Ложки чайна і кавова</p> <p>Допоміжні прибори:</p> <p>Лопатка - для перекладання страв з м'яса;</p> <p>Лопатка фігурна з прорізами</p> <p>Лопатка десертна</p> <p>Прибор для перекладання страв</p> <p>Черпаки</p> <p>Ложка для салатів</p>

У стейк-хаус «М'ясо» використовують столове приладдя, виготовлене з нержавіючої сталі. Приладдя має не тільки функціональне призначення, красиво оздоблене, оригінальної форми - воно здатне прикрасити сервірований стіл і створити святковий настрій у гостей.

У стейк-хаус «М'ясо» зі столової білизни використовується лише рушники для полірування посуду, серветки одноразові. Столи не накриваються скатертями, тому що вони дерев'яні і цього не вимагає концепція закладу.

Отже, для безперервного і повноцінного процесу обслуговування споживачів у стейк-хаус «М'ясо» застосовані різні засоби та предмети праці, а саме торговий, технологічний, господарський інвентар, різне устаткування, столовий посуд та набори, білизна, сировина, продовольчі товари та напої тощо.

#### **2.4. Аналіз методів обслуговування в ресторані**

Обслуговування споживачів страв у досліджуваному закладі реалізується офіціантами стейк-хаусу «М'ясо». Обслуговування реалізується у ряд етапів, зокрема на початковому етапі відбувається зустріч та подальше розсаджування гостей, формується замовлення та занотовується для подальшої подачі на кухню, в подальшому страви готуються та подаються разом із напоями, в кінці проведеного вечора відбувається розрахунок із відвідувачами закладу.

Розглянемо кожен із представлених етапів. Зустрівши гостей закладу, офіціант вітається із відвідувачами у відповідності до часу відвідування, пропонує гостям столики і сприяє вибору та допомагає, в разі необхідності присісти. Далі подає меню у розгорнутому вигляді і допомагає із вибором замовлення у відповідності до запропонованих у меню страв, а також напої до них.

Забезпечуючи виконання замовлення, офіціант дотримується загальних правил техніки реалізації обслуговування та подачі страв у відповідності до узгодженої із замовником особливості подачі. Зокрема, спершу реалізовується

подача холодних та гарячих закусок, також різноманітних напоїв та страв.

При узгодженні із замовником, перш за все, приносяться напої та холодні страви, офіціант приносить їх на спеціальній таці несучи на лівій руці та при необхідності забезпечує притримання правою рукою. Зазвичай, офіціант даного закладу підходить до гостя ліворуч, відповідно і несуться напої та страви лівою рукою. При цьому, офіціант не повинен тацю із визначеними стравами та напоями піднімати вище плеча, поряд із цим можливі виключення із правил, зокрема, якщо офіціант забезпечує обслуговування у підсобному приміщенні.

На таці напої та страви встановлюються тільки в один ряд, а більш важкі предмети повинні перебувати ближче до офіціанта, а найвищі повинні бути в центрі піддону. Кухонна та буфетна продукція закладу приноситься роздільно. Страви офіціантом подаються на тарілках, а також повинен поставити чисті тарілки з правого боку від гостя, котрий сидить за столом, при цьому здійснюючи дане правою рукою.

При забезпеченні подачі води, сигарет та сірників, рахунку за банкет, здійснюється на маленькому підносі або тарілці, офіціант підходить до гостя із лівого боку. Також, в подальшому, прибирання використаного посуду відбувається з лівого боку. Протягом усього періоду обслуговування на столі закладу підтримується порядок та чистота, а використаний посуд, келихи та чарки повинні бути своєчасно прибрані. Якщо залишаються крихти хліба, то слід їх змити відповідною щіткою у совок, особливо ретельно у закладі слідкують за чистотою наявних приладів, при цьому їх змінюють після кожного прийому страв.

Якщо розкладаються придали, ставляться тарілки чи страви, то офіціанти дотримуються ряду важливих правил. Зокрема, при розкладанні приладів, тарілок, подачі страв має місце реалізація ряду правил, а саме: великий палець повинен бути за краєм тарілки; не можна доторкатися до країв чашки, склянок; блюдце під склянкою завжди повинно бути сухим; прилади можна брати тільки

за ручки; розставляти чарки, стакани, чашки, класти прилади слід безшумно, акуратно; при очищенні столу не скидати крихти на підлогу; наступну страву підносити після того, як зі столу був прибраний використаний посуд; при подачі блюда або тарілку, попередньо протирають дно.

В процесі реалізації обслуговування у стейк-хаусі «М'ясо» практикують різноманітні форми організації прийомів та банкетів, відповідно до даного забезпечуються різні методи обслуговування. Зокрема, якщо проводиться тематичний банкет або банкет до дня народження відбувається приймання замовлення, узгодження меню та підготовка до проведення банкету, безпосередньо банкет та узгоджене його обслуговування. Якщо банкет носить неофіційний характер, то можливе часткове обслуговування даного заходу.

Розміщення гостей за столом реалізується довільно, при цьому для почесних гостей і господарів даного заходу відводяться центральні місця за столом. При організації та реалізації банкету на значну кількість учасників, обслуговування відбувається за декількома столами та визначається центральний стіл для розміщення найбільш важливих гостей та улаштовувачів банкету.

Наприклад, в процесі реалізації банкету в честь весілля може бути організовано різноманітні музичні програми, розважальні шоу, шоу-програми, важливо врахувати можливості реалізації таких програм, можливості забезпечення повноцінного музичного супроводу, ведучого та ін.

Протягом усього періоду реалізації банкету офіціант стейк-хаусу «М'ясо» повинен протягом усього періоду бути зайнятий обслуговування учасників. Відповідно елегантний зовнішній вигляд, доброзичливе, уважне та тактовне ставлення до гостей свята, а також кваліфікована його робота є обов'язковими елементами забезпечення культури обслуговування і стимулюють створення гарного настрою для учасників банкету.

Від офіціантів стейк-хаусу «М'ясо» протягом усього періоду обслуговування вимагається дисципліна, організованість, виконання всіх

рекомендацій та вказівок адміністратора.

Робота офіціантів у закладі зазвичай є швидка, але упевнена й спокійна без зайвого поспіху. Слід пам'ятати, що кожне прохання гостей не повинне залишатися без належної уваги, слід негайно реагувати на запити, адже від цього залежить і якість проведення свята.

Подавання страв офіціантом може реалізовуватися і з правої сторони, якщо страва була попередньо розкладена або напій розлитий у посуд індивідуального користування.

Посуд забирають із правої сторони від гостей правою рукою, а з лівої – лівою рукою.

При заміні посуду і приладів офіціант підходить до гостя з чистою тарілкою, бере лівою рукою використану тарілку, а правою ставить чисту і кладе чистий прилад, якщо такі не були розкладені попередньо при сервіровці. Перед подачею десерту кожен офіціант забирає зі столу непотрібний посуд, прилади, закуски, хліб, спеції.

На столі залишають вази з фруктами, воду і фужери.

Після того як гості з'їдять, офіціанти забирають зі столів і сервірують столи для подачі кави. По закінченню банкету офіціанти усі разом забирають зі столів посуд, розставляють столи і забирають зал.

Необхідна умова гарної організації банкету – безшумна робота офіціантів, без зайвих розмов, без голосних питань. Високий рівень ресторану визначається дотриманням всіх правил обслуговування офіціантами. У стейк-хаусі «М'ясо» обслуговування знаходиться на високому рівні і відповідає класу закладу.

### **РОЗДІЛ 3**

## **ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБСЛУГОВУВАННЯ В ЗАКЛАДІ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА**

Аспект удосконалення організації обслуговування у стейк-хаус «М'ясо» лежить в площині формування концепції управління якістю продукції та послуг, що стимулюватиме зростання конкурентоспроможності даного підприємства. Важливо формувати постійне усвідомлення працівників закладу надання якісних та конкурентоспроможних продукції та послуг, що стимулюватиме зростання ефективності роботи закладу, формуватиме позитивний імідж в очах клієнтів та забезпечуватиме прибутковість та рентабельність функціонування даного закладу у перспективному періоді.

Якість продукції та обслуговування повинна йти в синергії із запитами та потребами кінцевого споживача, важливо формувати модель якості обслуговування орієнтованої на споживача, тоді і стимулюватиметься зростання ефективності організації діяльності закладу. В ресторані їжа повинна бути в пріоритеті, зокрема належним чином приготовлена та подана, а в обслуговуванні персонал закладу повинен чітко знати свої функції, бути ввічливими та компетентними. Перевагою якісної їжі та обслуговування є те, що в подальшому клієнти не тільки повернуться у заклад, але й також будуть радити стейк-хаус «М'ясо» і іншим потенційним споживачам продукції та послуг.

Формування якості обслуговування в закладах ресторанного типу – це основа послуг ресторану та його успішності. Основні акценти в якості обслуговування повинні стосуватися також в асортименті страв, смаковим та естетичним характеристиками якості страв, цінам, дизайні та оформлення страв, імідж, локації, що в цілому стимулюватиме прихильність споживача та його задоволеність від отриманої продукції та послуг. Заклад, котрий зумів надати

споживачам хороший, якісний сервіс, створив домашню обстановку, відповідно отримує найбільшу перевагу серед конкурентів [24, с.159].

Задоволеність клієнтів є невід’ємною складовою успішності бізнес моделі будь-якого закладу ресторанного типу. За даними дослідження Гарвардської бізнес-школи зі Starbucks, задоволення клієнтів має значний вплив на дохід. Starbucks виявили, що задоволений клієнт відвідує заклад 4,3 рази на місяць, витрачає 4,06 доларів США і є клієнтом на 4,4 роки, а дуже задоволений клієнт відвідує заклад 7,2 рази на місяць, витрачає 4,42 дол. США і є клієнтом 8,3 років.

Результати дослідження опрацьованої інформації із книги відгуків закладу стейк-хаус «М’ясо» визначають те, що серед головних причин, котрі зумовлюють невдоволеність споживачів послуг закладу є (рис.3.1).

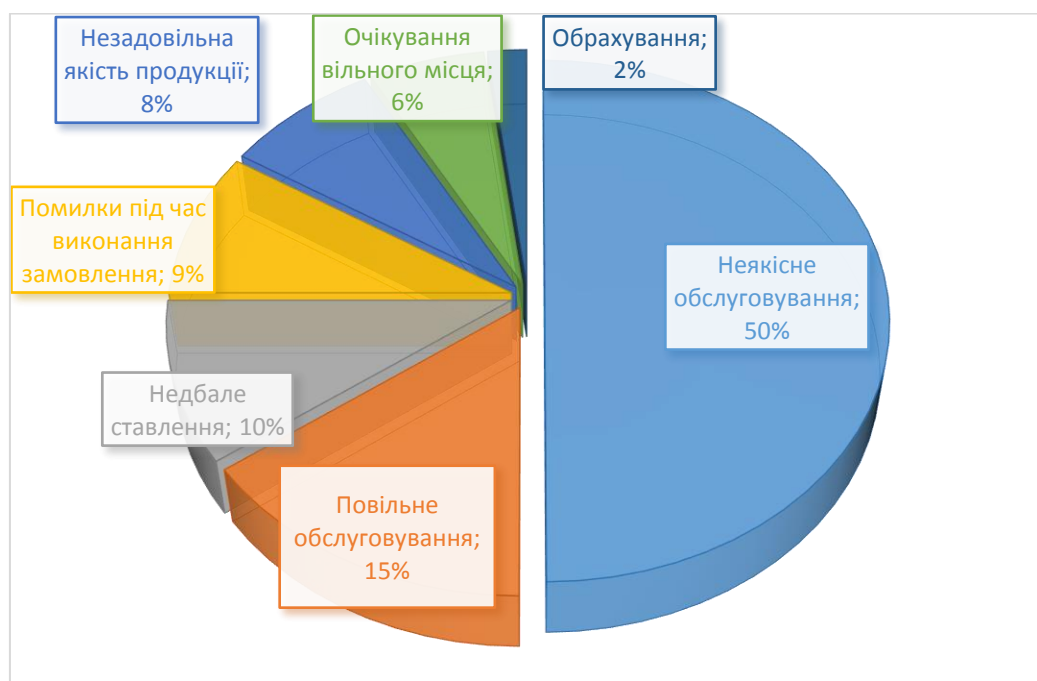


Рис.3.1. Результати опитування опрацьованої інформації із книги відгуків закладу стейк-хаус «М’ясо»

За результатами поданого дослідження необхідно сформувати основні акценти, які хочуть бачити споживачі продукції та послуг закладу стейк-хаус «М’ясо» у перспективному періоді (табл. 3.1).

Таблиця 3.1

## Результати дослідження вимог до послуг у закладі стейк-хаус «М'ясо»

<b>Вимоги споживачів до послуг</b>	<b>Характеристика потреб та очікувань</b>
надійність	- стабільне виконання операцій незалежно від зміни виконавця та умов; - відшкодування збитків у випадку невідповідності вимог.
доступність	- безперешкодне отримання послуг (в обідні перерви, за поганого транспортного сполучення); - відсутність додаткових витрат, оплата за вхід у заклад.
інформаційність	- більш повне інформування в меню про інгредієнти страв (зокрема прянощів: часник, кріп, базилік); - інформування по телефону, Інтернету.
простеженість дій виконання операцій	- можливість спостерігати за виконанням операцій замовлення
культура обслуговування	- привітне ставлення персоналу з обслуговування; - компетентна відповідь на питання щодо кулінарної продукції та послуг; - швидкість та техніка виконання обслуговування;
якість продукції	- естетичний вигляд кулінарних виробів - належність кулінарної продукції до певного типу кухні - інформація про калорійність та енергетичну цінність продукції
номенклатура додаткових послуг	- перелік додаткових послуг (з організації культурної програми - тамада, замовлення артистів, флористика, організація салютів, тощо)

Результати дослідження вказують на те, що споживачі продукції та послуг стейк-хаус «М'ясо» визначають вимоги споживачів, як надійність, доступність, інформаційність, простеженість дій виконання операцій, культура обслуговування, якість продукції, номенклатура додаткових послуг.

Якість сервісу можливо покращити, якщо формувати якісну модель управління надання послуг та приготування продукції. Відповідно, щоб



забезпечити покращення якості обслуговування в закладі, слід подбати про створення центрів відповідальності, тоді значно спроститься процедура контролю продукції та послуг закладу [3].

Можливо запропоновувати для реалізації даному закладу модель «п'ять М» (рис. 3.1), яка орієнтується на основні складові персонал, методи, матеріал, обладнання та навколишнє середовище.



Рис.3.1. Впровадження концепції моделі «п'ять М» в господарську діяльність закладу стейк-хаус «М'ясо»

Досліджуючи представлену модель, слід відзначити, що якість продукції та

послуг можливо досягнути за рахунок ефективного управління усіма важливими моментами реалізації процесу обслуговування, зокрема:

- формування компетентності персоналу за рахунок вдосконалення їх навичок (тренінги, навчання, практика обслуговування);
- сировини та матеріалів для приготування якісних страв та сервірування столів;
- обладнання, для повноцінного забезпечення закладу в контексті формування швидкого та якісного обслуговування;
- ефективне управління та організація праці в структурних підрозділах закладу.

Необхідно наголосити, що орієнтування на використання моделі «п'ять М» забезпечуватиме системність підходу до управління якістю ресторанних послуг, відповідна система включає наступні аспекти реалізації якості управління:

- орієнтування на стратегічні, тактичні та оперативні рішення у сфері управління обслуговування у закладі;
- прийняття, зважених на сучасні реалії управлінських рішень, сформувавши та систематизувавши необхідний обсяг та якість інформації;
- забезпечення управління виробничими, соціальними та економічними факторами;
- стимулювання впровадження елементів науково-технічного прогресу (інновацій) в господарську діяльність закладу [8].

Як альтернативу запропонованій вище моделі можливо запропонувати реалізацію моделі «петля якості», котра відображає вимоги міжнародних стандартів обслуговування ISO 9000 [7, с.95]. Зазначена модель орієнтується на життєвий цикл послуг і тому носить назву петля якості. За її допомогою реалізується взаємодія та взаємозв'язок виробника продукції та послуг із споживачем та усією системою, котра забезпечує управління якістю послуг.

Основні акценти підвищення якості послуг у закладі стейк-хаус «М'ясо» подано на рис. 3.2.



Рис. 3.2. Акценти підвищення якості послуг у закладі стейк-хаус «М'ясо»

Згідно з моделлю, заклад розробляє відповідні методики з системи якості, які конкретизують експлуатаційні вимоги для всіх процесів, що стосуються процесу надання послуг, проектування і надання послуг.

Використання «петлі якості» базується на застосуванні статистичних методів управління якістю, що дозволяє давати об'єктивну оцінку управлінським рішенням у сфері якості. Всі елементи послуги, вимоги і положення, що належать до системи якості, повинні бути відображені у стандартах закладу. Відповідна документація щодо системи якості має містити [22, с.71]:

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

Упровадження системи включає упровадження всіх нових бізнесів-процесів у закладі стейк-хаус «М'ясо», вимагає уваги й значних зусиль центру відповідальності. Хронологічно описати дії можна в такий спосіб:

1) Упровадження стандартів обслуговування споживачів. Упровадження включає навчання й оцінку результатів вивченого. Навчання може проводитися в різних формах: самостійне навчання (по методичному посібнику), перегляд відеоматеріалів, навчання у формі тренінгу чи семінару, індивідуальне наставництво та ін. У залежності від форми навчання визначається тривалість програми навчання і форма оцінки вивченого.

2) Навчання співробітників знанням про продукт і надані послуги. Навчання може проводитися за рахунок проведення семінарів, тренінгів, інструктажів бренд-менеджерами й тренінг-менеджерами підприємства, запрошення менеджерів компаній-постачальників продукту, послуги для проведення тематичних семінарів, презентацій новинок.

3) Запуск програми контролю. Вкрай важливо повідомляти персоналу результати контролю, а також навчити співробітників працювати з отриманими результатами.

4) Проведення тестування системи мотивації та програма мотивації. До неї входить нарахування заробітної плати за результатами першого підсумкового періоду, вручення премій.

5) Проведення перших PR заходів і заходів щодо формування сервіс орієнтованого середовища в компанії.

П'ять способів реалізації якісного обслуговування клієнтів у закладі стейк-хаус «М'ясо»:

1. Необхідно здійснити правильне обслуговування з самого початку відвідування гостей закладу. Слід вітати своїх клієнтів тієї ж хвилини, коли вони входять у зал. Офіціантам слід слухати уважніше й звернути увагу на те, що гості хочуть із меню та обслуговування.

2. Не потрібно заставляти гостей закладу чекати. Якщо відвідувачам доведеться чекати надто багато часу на напої та закуски, то їм не буде важливо, що бармен зробив найкращий мартіні або шеф-кухар підготував найкращий стейк, клієнт буде дратуватися і відчувати голод. Слід уникати розчарування будь-якими способами. Слід переконатися, що у закладу достатньо персоналу для повноцінної реалізації обслуговування.

3. Необхідно уникати конфліктів та здійснити виправлення проблемних ситуацій зразу ж. Третій крок у забезпеченні чудового обслуговування клієнтів – це тонкість обслуговуючого та адміністративного персоналу у вирішенні проблем клієнтів та скарг. Дуже важливо негайно вирішити проблеми, відповідно не слід дозволяти клієнту злитися.

4. В роботі закладу, слід використовувати книгу відгуків. Необхідно показати клієнтам, що заклад цінує їхню думку. Коли у закладі дадуть можливість залишати коментар, то автоматично показується клієнтам увага та турбота про них, відповідно заклад завжди шукає способи покращити свою їжу та сервіс.

5. В діяльність досліджуваного стейк-хаусу, слід включати нові технології. Включення технології, безумовно, залежить від типу ресторану, при цьому деякі технології можуть бути використані в багатьох ресторанах. Можливість миттєвого замовлення з онлайн-меню забезпечує швидке обслуговування. Це дозволяє клієнтам зручно переглядати, а потім замовляти страви [4].

Отже, підвищення якості послуг у ресторані є важливим критерієм для задоволення потреб клієнтів. Завдяки цьому ресторан отримує конкурентні переваги на ринку. Використання різноманітних методів управління забезпечить створення процесу, який завдяки дослідженню потреб клієнтів допоможе удосконалити якість обслуговування, що призводить до конкурентоспроможності підприємства.

## ВИСНОВКИ

Узагальнюючи результати представленого у курсовій роботі дослідження необхідно відзначити наступне:

1. Ресторанне господарство – це різновид організації економічної діяльності в аспекті надання послуг харчування, забезпечення відпочинку та дозвілля споживачів даних послуг. В науковій літературі представлена різноманітність досліджуваних закладів, зокрема існують класифікації об'єктів за різними ознаками, а саме, за специфікою контингенту споживачів – загальнодоступний заклад, закритий, що обслуговує визначений контингент; асортиментом продукції, що випускається – заготівельні, доготівельні, на сировині та на напівфабрикатах; характером виробництва – заклади самообслуговування та швидкого обслуговування; методами обслуговування – прості та сезонні; розміщенням на ринку товарів і послуг – пересувні та стаціонарні.

2. Дослідивши особливості організації обслуговування споживачів ресторанних послуг необхідно відзначити, що важливе значення для якості функціонування закладу ресторанного господарства є реалізація процесу обслуговування, при цьому слід відзначити наявність основних та додаткових послуг, котрі реалізуються у ресторанах. Послуга з організації харчування у ресторанах є основною. Додаткові послуги, які надають ресторани, поділяються на три групи: - з реалізації та організації споживання продукції та послуг; - зі створення зручностей для споживачів; - з організації дозвілля.

3. Здійснивши організаційно-економічну характеристику закладу необхідно відзначити, що об'єктом дослідження обраної заклад ресторанного типу - стейк-хаус «М'ясо», котрий розташований у місті Тернопіль, бульвар Шевченка 5. Заклад відкрито у 2013 році і сьогодні він працює у форматі «стейк-хаус». Організаційну структуру даного закладу переставляє директор, бухгалтер, адміністратори, шеф-повар, кухарі, офіціанти, бармени, інший обслуговуючий персонал. Виробничий

процес у даному закладі реалізовується шеф-поварами та кухарями, які реалізують приготування страв та здійснюють контроль за якістю та швидкістю подачі (шеф-кухар). Обслуговування у закладі здійснюється офіціантами (зал ресторану) та барменами (бар закладу).

4. Здійснивши аналіз меню необхідно відзначити його диверсифікацію, а саме наявність наступних позицій (враховується специфіка закладу): холодні та перші страви, салати, гарячі страви, хоспер-меню, гарніри, бургери, десерти, соуси, напої, хліб, вакумовані стейки. В цілому, слід відзначити обмеженість меню даного закладу і дещо високі ціни на асортиментний ряд продукції стейк-хаусу «М'ясо».

5. Обслуговування відвідувачів у стейк-хаусі «М'ясо» здійснюється офіціантами закладу та складається з зустрічі та розсаджування гостей, прийому замовлення, отримання готових страв і напоїв, подачі страв та напоїв та розрахунку з відвідувачами.

6. Для удосконалення якості обслуговування у даному закладі необхідно акцентувати увагу на наданні високоякісних послуг, що стимулюватиме успіх даного закладу. Слід формувати меню та страви у відповідності до запитів та уподобань споживачів. Їжа у закладі повинна бути смачна, корисна та належним чином приготована, а офіціанти в процесі обслуговування заходів повинні бути швидкими, ввічливими та компетентними. Якісна та корисна їжа забезпечить в подальшому надходження нових клієнтів та зростання іміджу закладу.

Упровадження системи якості включає упровадження всіх нових бізнесів-процесів у закладі стейк-хаус «М'ясо», вимагає уваги й значних зусиль центру відповідальності. Хронологічно описати дії можна в такий спосіб: 1) Упровадження стандартів обслуговування споживачів. 2) Навчання співробітників технічним знанням про продукт і надані послуги. 3) Запуск програми контролю. 4) Проведення тестування системи мотивації та програма мотивації. 5) Проведення перших PR заходів і заходів щодо формування сервіс орієнтованого середовища в компанії.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Архіпов В. В., Русавська В.А. Організація обслуговування у закладах ресторанного господарства: навчальний посібник. К. : Центр учбової літератури, 2018. 340 с.
2. Браймер-Роберт А. Основы управления в индустрии гостеприимства: пер. с англ. Е.Б. Цыганова. М.:Аспект Пресс, 1995. 325 с.
3. Гаврилюк С. П. Особливості ресторанного маркетингу в Україні. Вчені записки університету «КРОК». Серія : Економіка. 2017. Вип. 48. С. 175-183.
4. Жегус О. В., Михайлова М. В. Особливості комплексу маркетингу підприємств ресторанного господарства. Соціально-економічні трансформації в епоху глобалізації : збірник наукових статей учасників VI Всеукраїнської науково-практичної конференції (Полтава, 2 квітня 2015). ПНПУ ім. В. Г. Короленка. Полтава: ПНПУ, 2015. С. 205-209.
5. Кабушкин Н. И., Бондаренко Г. А. Менеджмент гостиниц и ресторанов: Учебник. Минск: Новое знание, 2003. 368 с.
6. Кащенко В. Ф. Оборудование предприятий общественного питания. М.: Альфа-М : ИНФРА-М, 2009. 416 с.
7. Ковешніков В.С., Мальська М.П., Роглев Х.Й. Організація готельно-ресторанної справи : навч. посіб. Київ: Кондор 2015. 752 с.
8. Колацька А. О. Шляхи підвищення якості обслуговування на підприємствах ресторанного господарства. URL: <https://turizmliol.wordpress.com/2018/06/03/> (дата звернення: 14.05.2021 року).
9. Куць В.Р. Методи оцінки рівня якості продукції. *Вимірювальна техніка та метрологія*. 2015. № 56. С 130-133.
10. Лук'янов В. О., Мунін Г.Б. Організація готельно-ресторанного обслуговування: навч. посібник. 2-ге вид., переробл. і доповн. Київ : Кондор, 2012. 346 с.



11. Мазаракі А.А. Організація обслуговування у підприємствах ресторанного господарства: підручник для вузів. Київ : Центр учбової літератури, 2011. 584 с.
12. Малюк Л. П., Варапаєв О. М., Цюлковська А. В. Сервісологія та сервісна діяльність: Навчальний посібник. Х. : ХДУХТ, 2009. 211 с.
13. Мальська М.П., Галяк О.М., Ганич Н.М. Ресторанна справа: технологія та організація обслуговування туристів (теорія та практика). Підручник. Київ: Центр учбової літератури 2019. 304 с.
14. Мельниченко С.В., Присар І.І. Ресторанний бізнес в Україні: перспектива чи втрачена вигода? *Економічний простір. Дніпро*. 2015. Вип. 97. С. 101—116.
15. Могильова А. Ю., Будашко В. О. Особливості маркетингу в готельно-ресторанному бізнесі. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки*. 2016. Вип. 17. Ч. 2. С. 72-75.
16. Мостова Л. М. Організація обслуговування на підприємствах ресторанного господарства Навчальний посібник. К.: Ліра-К, 2010. 388 с.
17. Назвали середній чек українців у ресторанах. URL: [https://gazeta.ua/articles/economics/\\_nazvali-serednij-chek-ukrayinciv-u-restoranah/758205](https://gazeta.ua/articles/economics/_nazvali-serednij-chek-ukrayinciv-u-restoranah/758205) (дата звернення: 14.05.2021 року).
18. Нечаюк Л. І., Нечаюк Н. О. Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент: Навчальний посібник. К. : Центр учбової літератури, 2009. 344 с.
19. Офіційний сайт ресторану «М'ясо». URL: <https://myaso.te.ua/ua/delivery/#catalog-category-pershi-stravi> (дата звернення: 14.05.2021 року).
20. П'ятницька Г.Т. Ресторанне господарство України: ринкові трансформації, інноваційний розвиток, структурна переорієнтація : монографія. Київ: КНТЕУ. 2007. 465 с.
21. П'ятницька Н.О. Організація обслуговування у закладах ресторанного

господарства: Підручник. К.: Центр учбової літератури, 2011. 584 с.

22. Пахомська О. В. Сучасний стан і перспективи розвитку ресторанного господарства в Україні. *Наукові праці Національного університету харчових технологій*. 2019. Т. 25, № 1. С. 65-72.

23. Полстяна Н. В., Кононенко Т. П., Федак В. І. Моноресторан як нова концепція ресторанного господарства в Україні. *Молодий вчений*. 2019. № 4(1). С. 182-184.

24. Пуцентейло П.Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва: Навчальний посібник. К.: Центр учбової літератури, 2007. 344 с.

25. Расулова А. М. Роль персоналу у забезпеченні конкурентоспроможності ресторану. *Вісник ДонДУЕТ*. №3(23). 2004. С. 174-180.

26. Романовська О. Л., Данилюк І.П. Удосконалення систем управління якістю у закладах готельного та ресторанного бізнесу країни. *Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки*. 2016. Вип. 3-4. С. 169-179.

27. Трайно В. М. Специфіка послуг об'єктів ресторанного господарства. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія : Економічні науки*. 2010. № 5(1). С. 149-155.

28. Эгертон-Томас К. Ресторанный бизнес. Как открыть и успешно управлять рестораном: пер. с англ. М.: РосКонсульт, 1999. 272 с.

## ДОДАТКИ

## Додаток А



а) Фремерське сало [19]

б) Паштет з печінки молодого бичка  
[19]

в) Тартар з вирізки бичка [19]



г) Хамон [19]



а) Сирний крем-суп [19]



б) Богроч [19]





а) Теплий салат з телятини і сиром Дор-Блю  
[19]



б) Салат з мідіями [19]



в) Салат цезар [19]



г) Англійський з ростбіфом [19]



## Додаток Г



а) Дошка на компанію [19]

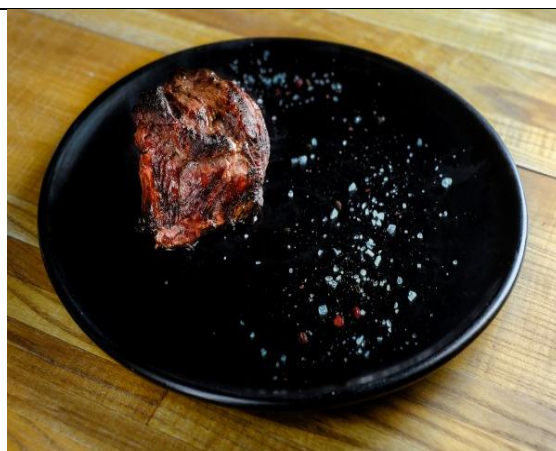


б) Мідії у вершковому соусі [19]

## Додаток Д



а) Стейк «Рібай» [19]



б) Стейк «Філе-мінйон» [19]



в) Стейк «Ті-боун» [19]





г) Шашлик свинний [19]

	
а) Чізбургер [19]	б) Гамбургер [19]
	
в) Дабл Бургер [19]	г) Бургер з лососем [19]

## Обладнання кухні у стейк-хаус «М'ясо» [19]

Назва	Фото	Кількість	Корисна площа
Печі пароконвекційні		2	2,2
Печі мікрохвильові		3	1,1
Плити газові		3	1,7
Котли для приготування їжі		1	1,7
Холодильні шафи		2	2,3



Морозильні шафи		1	2,3
Посудомийні машини для стаканів та піріжкових тарілок		2	3
Картоплечистки		1	1,9
М'ясорубки		1	0,7
Овочерізки		1	0,7
Терка		1	0,7

Ручні міксери		1	-
Апарати для приготування кави (кавомашини)		1	1,3
Апарати для приготування гарячого шоколаду		1	0,6
Винні шафи		1	2,2

AntiPlagiarism.NET

Файл Правка Вид Операции Дополнительно Справка [Etxt.ru - биржа контента](http://Etxt.ru)

Стандартная Экспресс Глубокая На реерит Пакетная проверка Проверка сайта SEO проверка Проверка картинок

Проверить уникальность  Игнорировать домены:

Редактор Адрес:  Страница

Текст(53397):

РОЗДІЛ 1  
ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ СИСТЕМИ ОБСЛУГОВУВАННЯ СПОЖИВАЧІВ В ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Журнал: ☒ Автопрокрутка

[20:44:12] **ВНИМАНИЕ! Уникальность может быть определена некорректно! (Обнаружено ошибок: 30%)**

[20:44:12] **Уникальность текста 73% / 57%** (Проигнорировано подстановок: 0%)

Готово

Windows taskbar: 20:44 03.06.2021

Ім'я користувача:  
Роксолана Муха

Дата перевірки:  
03.06.2021 20:51:21 EEST

Дата звіту:  
03.06.2021 20:53:25 EEST

ID перевірки:  
1008165087

Тип перевірки:  
Doc vs Internet + Library

ID користувача:  
100004238

Назва документа: Жак\_Гр 186\_перевірка

Кількість сторінок: 35 Кількість слів: 7010 Кількість символів: 54268 Розмір файлу: 464.03 KB ID файлу: 1008243656

## 30.4% Схожість

Найбільша схожість: 6.56% з Інтернет-джерелом (<http://repository.ldufk.edu.ua/bitstream/34606048/24274/1/%D0%BA%>).

27.7% Джерела з Інтернету

184

Сторінка 37

5.51% Джерела з Бібліотеки

6

Сторінка 38

## 0% Цитат

Вилучення цитат вимкнене

Вилучення списку бібліографічних посилань вимкнене

## 0% Вилучень

Немає вилучених джерел

## Модифікації

Виявлено модифікації тексту. Детальна інформація доступна в онлайн-звіті.

Замінені символи

2