

Кваліфікаційна робота

на здобуття освітнього ступеня бакалавр

(освітній ступінь (освітньо-кваліфікаційний рівень))

на тему: Якість і культура обслуговування у підприємствах ресторанного господарства (на прикладі Lounge bar “Za Sklom ”)

Виконав: студент IV курсу, групи БРС-42
спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа»

(шифр і назва спеціальності (напряму підготовки))

	<u>Бойко А.Ю.</u>
(підпис)	(прізвище та ініціали)
Керівник	<u>Федишин І.Б.</u>
(підпис)	(прізвище та ініціали)
Нормоконтроль	<u>Стойко І.І.</u>
(підпис)	(прізвище та ініціали)
Рецензент	<u>Юрик Н.Є.</u>
(підпис)	(прізвище та ініціали)
Завідувач кафедрою	<u>Шерстюк Р.П.</u>
(підпис)	(прізвище та ініціали)

Міністерство освіти і науки України
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
(повне найменування вищого навчального закладу)

Факультет Економіки та менеджменту
Кафедра Управління інноваційною діяльністю та сферою послуг
Освітній ступінь бакалавр
Напрямок підготовки 24 Сфера обслуговування
(шифр і назва)
Спеціальність 241 готельно-ресторанна справа
(шифр і назва)

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри _____

« _____ » _____ 2022 р.

ЗАВДАННЯ

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ БАКАЛАВРА СТУДЕНТУ

Бойко Аліні Юріївні

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема проекту (роботи) Якість і культура обслуговування у підприємствах ресторанного господарства (на прикладі Lounge bar "Za Sklom")

Керівник проекту (роботи) к.е.н., доцент Федішин Ірина Богданівна
(науковий ступінь, вчене звання, прізвище, ім'я, по батькові)

Затверджені наказом по університету від « 11 » 04 2022 року №4/7-230

2. Термін подання студентом проекту (роботи) 20.06.2022 р.

3. Вихідні дані до проекту (роботи) монографічні праці вітчизняних та зарубіжних вчених – економістів, матеріали науково – практичних конференцій, матеріали фінансової звітності Lounge bar "Za Sklom", матеріали періодичних та спеціалізованих видань.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити)
Робота складається з вступу, чотирьох розділів, висновків, переліку використаної літератури. У вступі обґрунтовано актуальність і значення теми. У першому розділі вивчено теоретичні аспекти формування культури та якості обслуговування у рестораних підприємствах. У другому розділі подана характеристика господарської діяльності Lounge bar «Za Sklom. У третьому розділі проаналізовані шляхи вдосконалення управління трудовими ресурсами у Lounge bar «Za Sklom. У четвертому розділі розкрито безпека життєдіяльності та основи охорони праці на підприємстві. У висновках коротко викладено найвагоміші результати дипломної роботи.

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень, слайдів)
У роботі подано фото готельно-ресторанного комплексу, таблиці з показниками діяльності підприємства.

6. Консультанти розділів проекту (роботи)

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв

7. Дата видачі завдання

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів дипломного проекту (роботи)	Термін виконання етапів проекту (роботи)	Примітка

Студент _____
(підпис) (прізвище та ініціали)

Керівник проекту (роботи) _____
(підпис) (прізвище та ініціали)

АНОТАЦІЯ

Кваліфікаційна робота бакалавра на тему «Якість і культура обслуговування у підприємствах ресторанного господарства» (на прикладі Lounge bar «Za Sklom») виконана на здобуття освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр» за спеціальністю 241 «Готельно-ресторанна справа». – Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, факультет економіки та менеджменту. – Тернопіль, 2022.

Кваліфікаційна робота бакалавра присвячена розробленню й обґрунтуванню заходів щодо удосконалення якості надання послуг споживачам ресторанного підприємства.

У роботі досліджено теоретичні особливості визначення ефективності управління якістю; описано формування культури та якості обслуговування у ресторанных підприємствах; описано загальну характеристику Lounge bar «Za Sklom»; здійснено аналітичне оцінювання діяльності закладу; проведено загальну характеристику підприємства Lounge bar «Za Sklom»; виявлено проблеми якості та культури надання ресторанных послуг Lounge bar «Za Sklom». Запропоновано методи підвищення якості і культури обслуговування досліджуваному підприємстві.

Ключові слова: ресторан, якість, культура обслуговування, дослідження, аналіз.

ANNOTATION

The bachelor`s qualification work on the topic «Quality and culture of service in the restaurant industry (for example, Lounge bar "Za Sklom")» was performed to obtain the educational qualification level "bachelor" in the specialty 241 "Hotel and restaurant business". - Ternopil Ivan Puluj National Technical University, Faculty of Economics and Management. - Ternopil, 2022.

Bachelor's qualification work is devoted to the development and justification of measures to improve the quality of the restaurant business' services.

The theoretical features of determining the effectiveness of quality management were investigated in the work; the formation of culture and quality of service in restaurant enterprises were described; the general characteristics of the Lounge bar "Za Sklom" were described; analytical evaluation of the institution's activity was carried out; the general characteristic of the enterprise Lounge bar "Za Sklom" was carried out. Problems of quality and culture of providing restaurant services Lounge bar "Za Sklom" were revealed. Thus methods of improving the quality and culture of service in the researched enterprise were offered.

Key words: restaurant, quality, service culture, research, analysis.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	
РОЗДІЛ 1. ФОРМУВАННЯ КУЛЬТУРИ ТА ЯКОСТІ ОБСЛУГОВУВАННЯ У РЕСТОРАННИХ ПІДПРИЄМСТВАХ.....	
1.1. Теоретичні основи організації праці обслуговуючого персоналу підприємств ресторанного господарства.....	
1.2. Основні поняття культури та якості обслуговування.....	
1.3. Стан культури та якості обслуговування у підприємствах ресторанного господарства в Україні та за кордоном.....	
РОЗДІЛ 2. АНАЛІТИЧНЕ ОЦІНЮВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ LOUNGE BAR «ZA SKLOM».....	
2.1. Загальна характеристика Lounge bar «Za Sklom».....	
2.2. Оцінка якості та культури надання ресторанних послуг у досліджуваному підприємстві.....	
2.3. Дослідження проблем якості та культури надання ресторанних послуг Lounge bar «Za Sklom».....	
РОЗДІЛ 3. ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ І КУЛЬТУРИ ОБСЛУГОВУВАННЯ У LOUNGE BAR «ZA SKLOM».....	
3.1. Напрямки підвищення якості обслуговування у Lounge Bar «Za Sklom».....	
3.2. Поради щодо обслуговування в Lounge bar «Za Sklom».....	
РОЗДІЛ 4. БЕЗПЕКА ЖИТТЄДІЯЛЬНОСТІ, ОСНОВИ ОХОРОНИ ПРАЦІ.....	
4.1. Безпека життєдіяльності у Lounge bar «Za Sklom».....	
4.2. Основи охорони праці у Lounge bar «Za Sklom».....	

ВСТУП

Ресторанний бізнес - одна з найперспективніших галузей економіки України. Ринок послуг суб'єктів ресторанного бізнесу постійно зростає і має переважно позитивну динаміку. Суб'єкти ресторанного бізнесу самостійно визначають раціональні варіанти збалансування інтересів у зацікавлених сторін, у тому числі споживачів. У той же час через зростання конкуренції в галузі виникає необхідність своєчасного реагування суб'єктів на швидкісні зміни навколишнього середовища які підкреслюють проблему контролю за якістю.

Останнім часом підвищений інтерес з питань контролю якості, пов'язаний безпосередньо з тим, що при формування і стійкої конкурентно-спроможної переваги можливі при реалізації якісної бізнес-моделі об'єкту ресторанного бізнесу, успіх якої, виражається ступенем задоволення інтересів усіх зацікавлених сторін. Звичайно це потребує створення науково обґрунтованих інноваційних методів та механізмів управління якістю бізнес-моделі суб'єкта ресторанного господарства, що відповідає сучасним сьогоденним реаліям внутрішнього та зовнішнього середовища.

Дослідження, спрямовані на вирішення проблем у цій сфері, безумовно, є актуальними, а також представляють нову інтегровану структурну модель, яка поєднує в собі параметри якості обслуговування: якість їжі, якість обслуговування персоналу, своєчасність виконання, естетику, комфортність та чистоту приміщення.

Для розробки та підтвердження якості обслуговування використано дані, отриманих від клієнтів, та за власними спостереженнями на послуги від конкретного підприємства, було застосовано пояснювальний та підтверджуючий факторний аналіз. Аналіз шляху також був застосований для вивчення взаємозв'язків між якістю обслуговування, сприйнятою цінністю та задоволеністю клієнтів з поведінковими намірами.

РОЗДІЛ 1. ФОРМУВАННЯ КУЛЬТУРИ ТА ЯКОСТІ ОБСЛУГОВУВАННЯ У РЕСТОРАННИХ ПІДПРИЄМСТВАХ.

1.1. Теоретичні основи організації праці обслуговуючого персоналу підприємств ресторанного господарства.

Організаційна схема ресторану - це не що інше, як організаційна схема, яка представляє людям загальний огляд бізнесу на високому рівні. Він дає нам інформацію про кожен відділ, який працює в галузі або ресторані, в абстрактній формі. Лідери бізнесу, менеджери, зацікавлені сторони, і рада директорів повинна знати визначення та важливість організаційної схеми ресторану.

Ролі та обов'язки працівників ресторану визначаються його організаційною структурою. У ресторані організаційна структура визначає роль та обов'язки працівників ресторану, допомагаючи узгодити робочі місця з необхідними завданнями для успіху ресторану. Важливо, оскільки кожен ресторан різний, структура може відрізнятись. Наприклад, ресторани з повним набором послуг, де гостей розсаджують, обслуговують і доглядають за столами, матимуть дещо іншу структуру, ніж ресторани швидкого харчування або ресторани швидкого обслуговування, де гості замовляють через касу. Однак така ж загальна структура може бути прийнята до типу та стилю ресторану.

Якості хорошого працівника:

1. Ентузіазм навчатися та оволодіти тим, що вимагає посада
2. Гарна трудова етика та ініціативність
3. Емпатія та уважність
4. Цілісність
5. Схильність до командної роботи

У команду зазвичай входять:

- власник,
- бухгалтер,

- головний менеджер,
- помічники менеджерів,
- менеджер кухні,
- члени команди.

У структурі кожна роль додатково визначається, щоб забезпечити виконання необхідних завдань і кожен співробітник знав, кому звітувати.

Організаційна структура визначає завдання кожного члена команди. У більшості випадків структура буде виглядати приблизно так: власник, або основний акціонер, контролює цю структуру. Ця особа має найбільший контроль над рестораном і його функціонуванням, але часто не делегує завдання нікому, крім бухгалтера та генерального менеджера. Іноді, залежно від ресторану, власник делегує завдання помічнику керівника та керівнику кухні.

Бухгалтер відповідає за фінанси та бухгалтерський облік ресторану. Ця особа має гарантувати, що фінансовий стан ресторану є здоровим, а ресторан відповідає місцевим і федеральним законам. Бухгалтер буде звітувати перед власником і генеральним менеджером.

Генеральний менеджер очолює загальну функцію ресторану. Його або її загальні обов'язки можуть включати:

Наймання, керівництво, інструктаж та наставництво помічників менеджера та керівника кухні.

- Розвиток і підтримка відносин з клієнтами та місцевим бізнесом.
- Створення та моніторинг бюджету ресторану.
- Забезпечення досягнення рестораном фінансових цілей шляхом моніторингу витрат і прибутків.
- Забезпечення дотримання та підтримки політики компанії.
- Впровадження будь-якої нової політики.

Помічники керівника контролюють конкретну роботу в ресторані. Деякі з їх основних завдань включають:

- Наймання, навчання, моніторинг та планування членів команди.
- Відстеження інвентарю локації.

- Замовлення інвентарю за потреби.
- Взаємодія з клієнтами для забезпечення задоволеності.

Організаційна схема ресторану допомагає кожній посаді або відділу, який працює всередині, розуміти свої обов'язки та знати, що вони мають, щоб ресторан був успішним. Це дає керівникам бізнесу необхідну інформацію для прийняття важливих рішень для ресторанів або підприємств.

У ресторані кілька людей працюють на багатьох посадах. Розглянемо деякі найважливіші ролі в ресторані.

1. Менеджер. Менеджер ресторану відповідає за підбір, нагляд і навчання своїх колег. Однак його основним обов'язком є розгляд скарг клієнтів, забезпечення якості їжі та перевірка санітарії місця. Несучи відповідальність за підтримку та розширення успіху ресторану, він повинен був би підтвердити, що ресторан відповідає вимогам ліцензування охорони здоров'я.

2. Виконавчий директор(шеф-кухар). Як шеф-кухар ресторану, він контролює всі кухонні справи. Він відповідає за найм і навчання людей, які працюють на кухні. Шеф-кухари також вирішують додати або виключити конкретну страву в меню, враховуючи сезон, події та популярність. Крім усього цього, кухарі відповідають за інформування завідувача про запаси комори та запасів.

3. Су-шеф. Він є другою за важливістю людиною на кухні після шеф-кухаря. Вони допомагають шеф-кухарю та забезпечують виконання всіх підготовчих робіт на кожній станції до відкриття кухні. Він повинен мати хороші навички керівництва, щоб керувати лінійними кухарями, які працюють під ним.

Су-кухари повинні бути пильними і негайно повідомляти про будь-яку проблему шеф-кухарю. Якщо шеф-кухар не знаходиться на своєму місці, вони повинні взяти на себе командування та розділити його обов'язки.

4. Сервери. Як персонал, сервери є представниками служби обслуговування клієнтів. Вони зобов'язані бути ввічливими та уважними до запитів клієнтів. Залежно від розміру та складності ресторану, сервери можуть

виконувати певні завдання, наприклад, деякі з них керують їжею, а інші просять напої та вибір сирів. Однак, зрештою, у всіх однакова робота – добре презентувати ресторан. У той час як хороший сервер може залучити більше клієнтів, поганий може відвернути їх.

5. Касир(бухгалтер). Завдання бухгалтера – перевіряти та аналізувати всі фінанси ресторану. Він відповідає за управління всіма обмінами готівки та комунальними платежами. Касири повинні бути дуже пильними та чесними щодо своєї роботи та уточнювати всі розрахунки з фінансових звітів.

6. Лінійні кухарі. Лінійні кухарі є важливою частиною кухні, оскільки вся підготовка лягає на їхні плечі. Вони відповідають за нарізку овочів, приготування соусів і за те, щоб кухні були повністю укомплектовані станціями. Вони забезпечують чистоту території і часто призначаються до однієї станції.

Головним принципом управління підприємством, являється процес надання послуг в ресторанах, які вимагають організацію процесу управління. До головних напрямів етапів формування конкурентної спроможності є надання значно якісніших послуг, порівняно з конкурентом. Потрібно надавати такі послуги, які значно перевищують очікування клієнтів.

Ще одним важливим правилом є-дотримання : технічних, естетичних, санітарно-гігієнічних норм, які повністю задовільняють потреби відвідувачів відповідно до їх призначень.

Також якість обслуговування, розглядається як узагальнене поняття. До узагальнюючого показника якості обслуговування відносяться такі показники: комплексність надання послуг ,якісна праця обслуговуючого персоналу, якість продукції, експлуатаційна якість приміщень для споживачів, інтер'єр та екстер'єр.

Обов'язковий стандарт, за рахунок якого визначається якість товару та послуг включає в себе вибір, смак їжі, ціну, імідж, дизайн, місце розташування, що є теж важливим показником, але вони ніколи не компенсують в очах покупця неуважний, не компетентний і недбалий персонал. Ресторан, який задовільнив потреби споживачів і забезпечив відмінний сервіс, отримує найвідчутнішу конкурентну перевагу.

Ресторанні підприємства та послуги які вони надають, мають складну структуру - складаються вони із великої кількості параметрів, компонентів, різних за своєю важливістю та природою для споживача. Це робить складним поліпшення і підтримку якості обслуговування. І зростають складності із розширенням ресторанної мережі.

Існує чотири типи організаційних діаграм ресторану, вони наведені нижче.

Ієрархічна організаційна схема

Весь персонал, що працює в ресторані, представлений в ієрархічній структурі завдяки своїм зв'язкам. Маленький або великий ресторан може реалізувати ієрархічну організаційну схему ресторану. У маленьких ресторанах мало співробітників і відділів, тому всю організаційну структуру можна звести до кількох ієрархій. Великі ресторани можуть використовувати ієрархічну організаційну схему, щоб узагальнити свої десятки відділів.

Функціональна організаційна схема

Функціональні організаційні схеми ресторану використовуються в тих ресторанах, де кілька відділів працюють, щоб ресторан працював. Якщо у ресторані є окремі відділи, такі як фінанси, HR, кухня тощо, то можна реалізувати функціональну організаційну схему ресторану.

Матрична організаційна схема

Матричні організаційні схеми використовуються у тих величезних ресторанах або підприємствах, де відділи працюють міжфункціонально і мають додаткові обов'язки та свою основну відповідальність.

Кругова організаційна схема

Кругова організаційна схема ресторану більше схожа на ієрархічну діаграму організаційної структури, в якій дані представлені по колу. Ядро кола включає найвищі посади або відділи, такі як директори або керівники, а після них включаються інші відділи, які утворюють коло.

Організаційні схеми можуть розвиватися разом із бізнесом у міру його зростання. Вони повинні постійно змінюватися, особливо якщо йдеться про ресторани, які тільки починають свою діяльність і мають плани зростання.

Бувають випадки, коли успіх ресторану спричиняє зміни в організаційній структурі - зазвичай для збільшення чи зменшення кількості співробітників у ресторані.

Не має значення, що саме є вашим сегментом ринку: обслуговування має вирішальне значення для хорошої сфери гостинності.

Ввічлива посмішка, доброзичливе і дбайливе ставлення, а також справжня турбота про досвід ваших клієнтів, є вирішальними для успішної культури ресторану.

Яким чином ресторан створює таку культуру та підвищує якість ресторанного обслуговування? Розпочати варто з тренування. Потім закріплення, спостереження та постійне навчання.

Завданням менеджера або ж власника підприємства - забезпечити все те, щоб в створити теплу та привабливу ресторанну культуру, аби кожен працівник розпочинав свою зміну з чудовим настроєм та думкою про гостя.

Нагадайте персоналу, офіціантам і навіть розпорядникам, який вплив вони мають на враження гостей у вашому ресторані, та безпосередньо впливають на їхнє сприйняття, задоволеність та бажання повернутися знову.

Уявіть час типового клієнта у вашому ресторані, будь то ресторан із повним обслуговуванням або ресторан швидкого обслуговування, і проаналізуйте, як ви можете забезпечити якісне обслуговування на кожному етапі.

Якість обслуговування в закладах ресторанного обслуговування – є цілісним поняттям, яке складається з основних показників, до яких належить: якість продукції, якість послуг, якість управління та контроль.

Якість обслуговування – одна із необхідних та невід'ємних складових, а саме - ефективної роботи закладів харчування, ця сфера мотивує клієнтів повертатися знову і знову, здобути постійних гостей. Адже, обслуговування на високому рівні, є актуальним і важливим в сучасний період.

Головним принципом управління підприємством, являється процес надання послуг в ресторанах, які вимагають організацію процесу управління.

До головних напрямів етапів формування конкурентної спроможності є надання значно якісніших послуг, порівняно з конкурентом. Потрібно надавати такі послуги, які значно перевищують очікування клієнтів.

Ще одним важливим правилом є дотримання: технічних, естетичних, санітарно-гігієнічних норм, які повністю задовольняють потреби відвідувачів відповідно до їх призначень.

Також якість обслуговування, розглядається як узагальнене поняття. До узагальнюючого показника якості обслуговування відносяться такі показники: комплексність надання послуг, якість праці обслуговуючого персоналу, якість продукції, експлуатаційна якість приміщень для споживачів, інтер'єр та екстер'єр.

Коли гість надав вашому закладу перевагу якісне обслуговування часто зводиться до серверного персоналу та офіціантів.

Незалежно від настрою та особистих проблем, коли вони прийшли на роботу, чи хаосу та конфліктів в самому закладі, увесь персонал повинен бути спокійним, врівноваженим та привітними до гостей ресторану. Вони повинні усвідомлювати, що клієнт вибрав їжу та безпосередньо обслуговування в їхньому ресторані, коли міг надати перевагу іншим.

Офіціанти, іноді адміністратор повинні зустрічати гостей ресторану з посмішкою, привітанням та стислим вступом, після щиро запропонувати свою допомогу. Під час оформлення замовлення працівники зобов'язанні знати досконало меню, знати детальний опис страв правильно подати страви, аби виникло бажання замовити.

Також перевагою буде дізнатись переваги клієнта, запропонувати власні рекомендації або, розказати про страви які обирають гості найчастіше. Не менш важливо, щоб місце відвідувачів було комфортним, викликаючи хороші асоціації. Розуміємо що надто обтяжливо, чути, як хтось стукає посудом, коли ви намагаєтеся поїсти.

для ресторану швидкого харчування - час обслуговування, чистоту і якість наявних страв.

Головною вимогою, при покращенні якості обслуговування - є створення єдиних стандартів, котрі не містять двох значень. Основою стандартів обслуговування, яка є фундаментом для навчання робочих осіб. Протягом комплексного навчання затверджують певні стандарти для отримання якісних послуг, а також, самостійно можна обрати форму навчання відштовхуючись від стандартів.

Також, бувають випадки коли всі стандарти та компетентний персонал не гарантом якісних послуг для споживачів. Ефективну роботу у цій сфері можна досягти за допомогою програми уважного контролю та виконання стандартів, а також, зворотній зв'язок між клієнтом та керівником та працівником.

Найважливішою функцією також являється контроль, який повинен бути об'єктивним і системним.

Регулярний контроль якості обслуговування, потрібен коли:

- мережа підрозділів компанії доволі велика і продовжує рости;
- процес обслуговування простий - потреби споживачів і сценарії обслуговування досить не складні, стандартні;
- надаються масово послуги, великий попит споживачів;
- компанія визначає як одну зі своїх переваг-якість обслуговування,;
- конкуренція компаній в області асортименту чи цін, зміщенням в сферу якості обслуговування.

1.2. Основні поняття культури та якості обслуговування.

Якість обслуговування - це доволі складна категорія, яка характеризується сукупністю умов, що надають замовнику в момент отримання послуги, максимально зручні обставини при мінімальних затратах часу.

Забезпечення якості - своєчасне виконання запланованих заходів, потрібних для переконливості того, що продукція або послуга задовольняють всі вимоги показників якості на дану продукцію.

Управління якістю - координоване функціонування, яке відноситься до спрямування та контролювання діяльності організації для забезпечення якості товарів та послуг .

Організаційною культурою являється культура обслуговування, котра спрямована на обслуговування клієнтів на основі визначення певних процедур, правил, практичних навичок та вмінь. Культура обслуговування керується правилами ресторанного господарства, які опираються на систему мотивації колективу.

Культурне обслуговування, вважається складним, комплексним поняттям, яке має певні риси:

- екологічність та безпека при обслуговуванні;
- комфортність умов, естетика інтер'єру,
- достатня кількість столового посуду, приборів, столової білизни і приладів;
- знання ознак пов'язаних з психологією та особливостей особистості, процесу обслуговування;
- знання і дотримання етики, надання послуг;
- знання і дотримання правил, про порядок і черговість обслуговування гостей;
- подача їжі, напоїв та умов їх пропозицій;
- знання головних правил сервірування столу.

Безпека споживачів супроводжується шляхом приділення уваги чистоті, посуду та столових приборів, що дезинфікується шляхом миттям в посудомийних машинках тільки при високій температурі з певними миючими засобами. Певні вимоги безпеки пред'явленні до працівників закладу ресторанного господарства. Персонал, обов'язково повинен пройти спец-підготовку по безпечних методах роботи, а також знати і сумлінно дотримуватись правил пожежної безпеки, охорони праці та техніки безпеки. Всі працівники ресторану повинні проходити медичний огляд із певною періодичністю.

Оцінювання якості у ресторанах під час обслуговування порівнюють реальні якісні показники з тими, які внесені в бази порівнянь. За рахунок порівняння допомагає дізнатися рівень виконання процесу, його можливість задовільнити очікування клієнтів.

Потрібно розуміти, що до якості обслуговування відносять, деякі властивості, за своєю структурою зазначені в системі. Нульовим рівнем є складне значення, яке описує процес обслуговування у загальному виді.

Головний фактор якісного колективу вважається показник, який характеризує якість праці колективу ресторану є їх професіоналізм та рівень кваліфікаційних знань, які необхідні для якісного обслуговування.

Головним показником якості обслуговування вважається: комплексність надання послуг та якісна праця обслуговуючого колективу, Максимальний комфорт у залі.

Комфорт відіграє важливу роль у показниках якості обслуговування. Він оцінюється однозначно, з суворим виконання санітарних вимог і правил особистої гігієни всім робочим колективом ресторану, а також, необхідні естетичні санітарні та гігієнічні умови для гостей у ресторані. Включаючи в себе розважальні програми, музичний супровід та створення сприятливої атмосфери.

Якісність послуг та продукції закладу зростають до відношення достатку споживачів, вимоги до рівня культури безперервно росте.

Гості обирають ті заклади ресторанного господарства, котрі мають чудово оформлений інтер'єр, дизайн екстер'єру, де продукція безперервна. Тому, важливо для клієнтів закладу є місце розташування і робочий графік.

Останнім часом є популярним відкриття сучасних, "незвичних" закладів ресторанного обслуговування, де інтер'єр ;меню та посуд, є сучасними, а форма офіціантів відповідають підприємству, музика фоново доповнює покращує настрій та враження. Обслуговування надається на високому рівні.

Сучасне ресторанне господарство виконує не лише одну функцію - надання послуг харчування, але й створення фізичного та душевного спокою.

Умовами успіху сучасного теперішнього ринку досягають тільки такі підприємства, на найвищому організаційному рівні ,які здатні створювати і проводити, принаймні, довгострокові стратегії обслуговування. Досягнути такий функціонал можна за рахунок якісного надання послуг компетентними працівниками та управлінням ними.

Наведені цілі можуть реалізовуватись за певний час. Тому, процес контролю над культурою якістю обслуговування складається з трьох етапів:

1. Використати всі форми стандартів. Які визначені масштабами якості та культури, та безпосередньо пов'язані з умовами роботи та їх обсягом, а також підготовка працівників, яка є основою успіху, має бути доступна та актуальна.

2. Проводити власне анкетування та тестування серед клієнтів. Потрібно визначити питання, котрі визначають рівень культурного обслуговування.

3. Розробити посадові інструкції на основах стандартів обслуговування, модернізувати їх на основі проведеного опитування серед гостей. Щоб покращити взаємодію різних підрозділів, а також можна провести опитування серед персоналу ресторанного обслуговування..

Зараз ринок ресторанного господарства очолюють лише професіональні керівники. Основною діяльністю ресторану мають стати розробка покращення якості надання послуг:

- забезпечити колективну участь;
- заохочувати осіб керівних посад ;
- покращення культури та якості обслуговування ,створенням ради;
- залучення всього персоналу в процес поліпшення обслуговування;
- забезпечити колективну участь;
- забезпечення індивідуальну участь;
- створити групи для покращення систем;
- забезпечити якісне обслуговування та системне функціонування управління ;
- розробити та реалізувати плани при довгостроковій стратегії покращення

- якості обслуговування та культури;
- створити систему заохочень.

Однією з основних потреб для закладів розроблення необхідної програми якості. Програма-повинна містити визначення основних орієнтирів, структурно подібний документ презентують у схеми, на досягнення яких будуть спрямовані заходи змістовної частини цього документа. Структурно подібний документ можна представити у вигляді схеми.

Тому, щоб створити програми контролю за якістю і культурою надання послуг потрібно використовувати такі правила:

- пов'язаних із якістю пропозиції виникнення проблем, можна вирішити завдяки зворотньому зв'язку з гостем;
- комплексний контроль за заходами, прийнятими для підвищення культури і якості обслуговування;
- забезпечити навчання для підвищення професійних якостей працівників закладу.
- провести оцінку, що вплине на культурне та якісне обслуговування в ресторані;
- особливе бережне відношення наявних гостей, адже саме вони рекомендуючи залучають нових клієнтів

1.3. Стан культури та якості обслуговування у підприємствах ресторанного господарства в Україні та за кордоном.

У час переходу до ринкової економіки зменшилась загальна кількість закладів громадського харчування, а саме в місцях роботи, навчання населення, погіршення показників трудових, матеріальних, фінансових ресурсів, збільшення плинності кадрів, зниження загального рівня їх кваліфікації. Але поступово виникають нові тенденції розвитку об'єктів ресторанного бізнесу які зумовлені потребами ринку та економічними інтересами зацікавлених сторін.

Тепер ресторанний бізнес виступає як перспективна, самостійна господарська діяльність, яка в ринковій економіці мета, якої - отримувати дохід за рахунок задоволення потреб людей шляхом організації виробництва, реалізації та споживання певних товарів і послуг.

Суттєві зміни відбулися серед функцій, які виконують на ринку товарів та послуг об'єкти ресторанного бізнесу. Коли в командно адміністративній економіці головними ознаками вважалися виробничі, торговельні функції та організація споживання їжі, то в сучасних умовах формується нова функція - створення дозвілля відвідувачів, що задовольняє потреби спілкування, культури та розваг.

Розвиток ринкових відносин в Україні та глобальні процеси у світовій економіці завжди вимагають уточнення місії ресторанного бізнесу – задоволення очікувань потреб споживачів в наданні кейтерингових послуг, екологічно безпечних, якісних власних продуктах, формування обслуговування високого рівня та культура харчування, відпочинок та дозвілля населення.

Державна Служба Статистики України презентує тенденцію до скорочення об'єктів мережі ресторанного бізнесу. За 2018-2019 роки кількість об'єктів ресторанного бізнесу зменшилась до 14,5 тис., а кількість місць у них - до 1238 тис., що визначено кількома причинами: основна стратегія соціальної невизначеності економічного та політичного розвитку; різке зниження доходів населення; використання в ресторанах старого, енергоємного обладнання, тощо [2].

За цей час значно зменшилась мережа закритих закладів в організаціях, підприємствах, школах, порівняно з загальнодоступною мережею через нестачу державної фінансової підтримки та неможливість підтримувати належний рівень тільки за рахунок основних суб'єктів бізнесу.

Належні висновки про адекватність існуючих об'єктів і місця обслуговування населення дають змогу скласти індекси щільності мереж.

У середньому по Україні у 2020 р. до 10 тис. грн. населення припадало на 5 об'єктів громадського харчування та 324 місця. У Європі на одне місце в громадському харчуванні припадає 8 осіб, а в Україні – 30, що свідчить про

великі перспективи галузі. Порівняно з базовим роком пропозиція об'єктів ресторанного бізнесу скоротилася на 28,6%, а місць у них зменшилася на 17,3% [3].

Ресторанний бізнес є дуже важливою ланкою в індустрії гостинності. Незамінним фактором у розвитку та становленні європейської мережі послуг, є популяризація туризму. Україна має багаті туристично-рекреаційні ресурси, розвинену мережу туристичних зв'язків, розташована в центрі Європи. У процесі економічного розвитку туризм стає масовим, охоплює всі верстви населення, приваблює іноземних відвідувачів. Ця тенденція збережеться і в майбутньому, через глобалізацію, входження України у світову економіку.

Індустрія гостинності відіграє вирішальну роль у загальній економіці України. У 2019 р. ринок ресторанів оцінюється в 1,8 млрд доларів, з яких 35% цієї суми належить столиці України Києві Національна асоціація ресторанів, 2019. За кожного споживача на ринку України конкурують понад 7500 ресторанів - Національна асоціація ресторанів, 2020. Щоб отримати конкурентну перевагу і підвищення організаційної ефективності, заклади харчування повинні намагатися покращувати якість обслуговування. [1]

Київ, як столиця України, має приблизно 3500 закладів харчування та обслуговування: близько 180 барів, 1300 кафе, 680 ресторанів, 170 закладів швидкого харчування Національна асоціація ресторанів, 2019. Є понад 500 вишуканих їдалень, які перебувають у підпорядкуванні Міністерства туризму Міністерства туризму України. Багато ресторанів розташовані в центрі міста або за межами столиці. Переважно ресторани візуально доволі привабливі і пропонують своїм гостям високоякісне обслуговування. Середня кількість клієнтів у дорогих їдальнях становить приблизно 400-600 клієнтів на день - Національна асоціація ресторанів, 2019. Ресторани, які розташовані в центрі міста, орієнтовані на клієнтів, які приїжджають з діловими цілями або туристів. Розташовані за містом, більше орієнтуються на сімейне обслуговування, цілі відпочинку. Ці ресторани мають безліч переваг, таких як велика озеленена територія та зручна стоянка, пропонують різні типи кухні: місцева, українська, французька, італійська тощо. Кожен тип кухні має своїх лідерів.

Власники ресторанів в Україні розуміють, що сьогодні для успіху та виживання в глобальному конкурентному середовищі вони змушені надавати найкращі послуги.

Однак, у ресторанній індустрії нашої країни є декілька проблем, які не реалізовані, як-от: послуга надається не так, як обіцяють за її ціною. Результати окреслюють ряд корисних наслідків для менеджерів, щодо сприйняття гостей щодо якості обслуговування.

Що ж стосується закордону, безпосередньо Америки та Німеччини, то маркетингові послуги на міжнародному рівні вимагають, аби компанії були знайомі зі ставленням клієнтів у різних умовах обслуговування в різних культурах. Використовуючи показники встановлених для якісного надання послуг, обслуговування.

Німецькі кореспонденти мали менші сподівання щодо обслуговування та загалом нижчі очікувані результати обслуговування, ніж американські. П'ять параметрів обслуговування: надійність, емпатія, чуйність, впевненість.

Відчутні характеристики пояснюють 54% загальної якості послуг у німецькій вибірці та 67% в американській вибірці. Інші важливі відмінності та деяка подібність між зразками помічена, під час дослідження факторів обслуговування в різних установах.

Сучасне обслуговування – головна причина, що впливає на вибір закладу харчування, адже на ринку можна знайти подібні послуги в інших ресторанах, тому при виборі закладу вирішальним фактором не є страва чи ціна, а саме якість наданого сервісу. Для того, аби здивувати відвідувача, персонал має володіти необхідними знаннями та практичними навичками, тобто, стандартами обслуговування, обізнаності продуктів, уміння їх зарекомендувати і продати.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІТИЧНЕ ОЦІНЮВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ LOUNGE BAR «Za Sklom»

2.1. Загальна характеристика Lounge bar «Za Sklom».

Лаунж-бар «Za Sklom» – це підприємство приватної власності, яке розташоване у м. Тернопіль по вул. 15 Квітня 1Е.

Лаунж-бар «Za Sklom» - це атмосферний заклад з сучасним інтер'єром, де ви можете гарно відпочити та провести час з друзями. Наш заклад оформлений у стильних фіолетових тонах та поділений на різні відпочинкові зони. Заклад налічує місця для проведення часу в загальному залі, а також VIP-кабінки.



Рис.2.1 Інтер'єр закладу Lounge bar «Za Sklom »

Пропонує такі послуги:

- скуштувати сніданки та обіди;
- зіграти в PlayStation;
- покурити димні кальяни;
- спробувати оригінальні коктейлі та алкогольні напої.

Завітавши, ви зможете гарно відпочити, забувши про всі проблеми та негаразди, адже тут лунає сучасна музика, а димні кальяни створюють неймовірну атмосферу розслаблення. Повний комфорт гостей, тому подбають, щоб ви відчували себе затишно й ніщо не могло зіпсувати ваш відпочинок. Приготування лише зі свіжих та відбірних продуктів й створення коктейлів лише з якісного алкоголю. Щоб ви поверталися знову і знову.

Переваги:

- сучасний інтер'єр;
- чудовий дружній колектив;
- ввічливе обслуговування;
- широкий вибір алкогольних коктейлів;
- смачні страви.

Лаунж-бар «ZA SKLOM » - це підприємство ресторанного господарства першого класу. Будівля комплексу виконана у стилі модерн. Ресторанний комплекс має один поверх. Бар та ресторан знаходяться на другому поверсі ТРЦ Golden Ring. Територія не має огороження, знаходиться на території ТЦ безпосередньо займаючи увесь 2 поверх, вистелена плиткою. Вхід має великий дах, який захищає гостей закладу у непогоду. На фасаді комплексу знаходиться логотип підприємства.

Для проведення обслуговування у весняно-літній період до складу комплексу входять альтанки які розміщені на дальньому пляжі Тернопільського озера. Альтанки розраховані на різну кількість відвідувачів. Територія оздоблена квітами у великих вазонах. Біля кожної альтанки установлені вуличні ліхтарики.

Для дотримання працівниками підприємства правил трудового розпорядку адміністрацією закладу розроблено та затверджено положення про дотримання правил внутрішнього трудового розпорядку.

До працівників, які порушують трудову дисципліну, застосовуються дисциплінарні стягнення. Правила є обов'язковими для виконання всіма учасниками трудових відносин. Питання, пов'язані з виконанням Правил, регулюються власником підприємства.

Таблиця 2.1

Проект практичної філософії Lounge bar «Za Sklom»

Ознаки	Характеристика ознак
Характеристика регіону розміщення	
Географічне положення	м.Тернопіль , Україна
Характеристика регіону розміщення (природно-кліматичні умови та інші природні фактори, рівень пейзажної різноманітності, рівень розвитку інфраструктури регіону розміщення, транспортні сполучення, комунікаційні мережі, еколого-санітарний стан тощо)	Природно-кліматичні умови розміщення закладу є помірними, рівень пейзажної різноманітності-урбаністичний, інфраструктура розвинена добре, транспортні сполучення є зручними для відвідувачів, екологічно-санітарний стан - в нормі.
Характеристика населення регіону розміщення (чисельність, густота населення, ментальність, національність, віросповідання, рівень доходів та освіта)	Чисельність населення приблизно 216т осіб, освіта загальноосвітня, національність-українці, рівень доходів високий.
Характеристика туристичних потоків (обсяги туристичних потоків, сезонність туризму, характерні види (типи) туризму, тощо)	Туристи відвідують заклад круглорічно, сезонності немає.
Кількість та характеристика основних конкурентів	-
Асортиментна політика	-
Цінова політика	Від 50 грн до 444 грн
Рекламна політика	-
Цільова аудиторія споживачів та обсяги реалізації послуг	переважно особи проїжджаючі транзитом, туристи, місцева молодь
Конкурентні переваги проєктованого готельного підприємства	зручність положення (при в'їзді в місто, замиський)
Характеристика цільової аудиторії (контингенту споживачів)	
Стать	жінки/чоловіки
Вік	переважно 18-40років

Ознаки	Характеристика ознак
Рід занять	переважно власники та керівники підприємств
Освіта	переважно вища освіта
Рівень доходів	вище середнього
Мета подорожі	переважно проїзні туристи, гості міста, підприємці
Інтереси (зона мотиваційних інтересів потенційних споживачів)	ведення бізнесу, підприємництво, ознайомлення з місцевістю)
Структура потреб	туристичні потреби, харчування
Концепція загальної атмосфери готелю	
Логотип	Lounge bar Za Sklom
Тематична спрямованість	харчування, відпочинок, підвищення культурного рівня. тематика-сучасна
Фірмова кольорова гама (переважні кольори форми персоналу, інтер'єру)	переважають такі кольори: фіолетовий чорний, сірий.
Загальні вимоги до архітектури готельної будівлі	заклад гармонійно вписується в навколишнє середовище, відповідає загальним вимогам та правилам. при проектуванні враховано всі умови: природно-кліматичні, санітарно-гігієнічні.
Загальні вимоги до дизайну ландшафту	навколо закладу є велика паркувальна зона
Загальні вимоги до кольорового і декоративного оздобленням стін, стелі та підлоги	стіни та підлога в стилі є гармонійними за кольорами, все вписується в загальну картину та виглядає привабливо.
Особливі елементи внутрішнього декору	особливими елементами внутрішнього декору є стиль електрик в якому використано неонові деталі
Вимоги до бажаної атмосфери	В цілому заклад є доволі затишним та привабливим.
Філософія закладу (основна концептуальна ідея, місія)	Головною ідеєю закладу є отримання прибутку, залучення нових та наявність постійних клієнтів
Тип засобу розміщення	Ресторан
Призначення	Туристичне, місцеве дозвілля

Запропонований підхід до визначення сутності практичної філософії готельного підприємства відкриває можливості для створення конкурентних

переваг для готельних підприємств шляхом впровадження адекватних їй сучасних механізмів управління, впровадження унікальних послуг, забезпечення високоякісного сервісу.

При цьому конкурентними перевагами готельного продукту можуть бути:

- переваги місця розташування готелю;
- наявність особливо цінних та унікальних природних лікувальних ресурсів, природних пейзажів, пам'яток культури та мистецтва, тощо;
- індивідуальний технічний проект закладу;
- унікальний дизайн інтер'єру та екстер'єру, садово-паркової зони;
- рівень комфорту (наявність максимальної кількості зручностей для споживача, більшої, ніж у підприємств-конкурентів);

2.2. Оцінка якості та культури надання ресторанних послуг у досліджуваному підприємстві.

Всі працівники закладу Lounge bar «Za Sklom» згідно правил внутрішнього розпорядку на роботу приходять вчасно, готують своє робоче місце, роботу починають вчасно.

Кожен працівник в повному обсязі виконує якісно завдання, які стоять перед ним протягом дня. Згідно правил завжди виконують накази та розпорядження адміністрації Lounge bar «Za Sklom». Офіціанти та бармени підпорядковуються адміністратору залу.

В процесі роботи дотримуються безпеки на робочому місці, робоче місце утримують у чистоті згідно із санітарно-гігієнічними вимогами. В разі непередбачуваних ситуацій, пошкодження устаткування чи інших матеріальних цінностей негайно повідомляють про це керівництво ресторану. Працівники раціонально використовують устаткування, інвентар та інструменти, сировину, продовольчі та інші товари.

Адміністрація закладу Lounge bar «Za Sklom» роботу працівників організовує правильно, так як за кожним закріплено своє робоче місце, яке є

безпечним. Згідно правил всі робочі місця забезпечено матеріалами та ресурсами, інструментами, інвентарем та устаткуванням, сировиною, продуктами.

Адміністративні працівники, керівник ресторану для профілактики виробничого травматизму працівників вживають необхідних заходів.

Менеджер закладу вживає заходів для своєчасного усунення причин і умов, дотримується вимог законодавства про працю, які можуть перешкоджати звичній роботі, з забезпеченням періодичної професійної кваліфікації персоналу для підвищення їх вмінь.

На підприємстві розроблено заходи щодо матеріальної зацікавленості працівниками. За високі досягнення, підвищення якості праці, розробку та впровадження новітніх технологій керівництво ресторану оголошує працівникам:

- подяки,
- нагороджує грошовими преміями,
- додатковими днями до відпустки,
- цінними подарунками.

Таблиця 2.2

Штатний розпис підприємства

№	Посада	Кількість штатних одиниць	Місячний оклад (грн)	Річний фонд оплати праці (грн)
1.	Директор	1	15 000	180 000
2.	Заступник директора	1	13 500	162 000
3.	Адміністратор	2	12 500	300 000
4.	Бухгалтер	1	11 000	132 000
5.	Офіціант	3	10 000	360 000
6.	Прибиральниця	1	4 000	48 000
Разом		9	66 000	1 182 000

До працівників, які порушують правила трудової дисципліни адміністрація

застосовує стягнення, але при цьому завжди враховує думку всього колективу.

Оплату за виконання своїх обов'язків працівники закладу завжди отримують вчасно у встановлений договором час.

Аналіз штатного розпису є доволі важливим, адже аналізуючи персонал можна зокрема оцінити якість надання послуг.

Графік роботи закладу зазначає початок щоденного робочого дня, обідню перерву і закінчення виробничої діяльності з врахуванням посади.

Початок роботи о 11:00, поява на робочому місці не пізніше ніж 10хв. до початку робочого графіку. Перерва на обід триває одну годину. Час обіду для кожного відділу визначений окремо. На роботу заборонено з'являтися у відкритому взутті та у відвертому одязі, а теж з іншими габаритними предметами.

Прийом клієнтів які завітали для вирішення службових, робочих питань ведеться книга обліку. Кожен працівник має власну службову картку для пропуску до робочого місця. При втраті штраф 200грн. Відлучатись в робочий час покидаючи робоче місце, можна тільки за дозволом керівника.

Паління, палити можна тільки під час обіду в спеціально відведеному місці. Також заборонено викидати недопалки в не призначеному для цього місці. Робота у святкові дні переважно з 11:00 до 20:00.

Співробітники повинні проходити медичний огляд кожних пів року, та мати медичну карту із необхідними щепленнями. Кожен працівник має власного сімейного лікаря, який оглядає працівника під час захворювань.

При захворюванні працівники отримують оплачувану лікарняну відпустку. Про те якщо працівник захворів повинен пред'явити довідку, яка засвідчує хворобу. Кожен із персоналу несе відповідальність за недотримання трудового порядку. Після чого застосовуються методи дисциплінарного спілкування.

Також для забезпечення якості культури надання послуг кожен із колективу має уніформу яка завжди повинна бути чистою та мати презентабельний вигляд. Для зручного обслуговування усі офіціанти мають зібрану зачіску, сучасний і водночас стриманий вигляд який чудово підходить під тематику закладу. Взуття охайне та закрите, кожен працівник носить бейджик з власним ім'ям. Весь персонал дотримується санітарно гігієнічних норм і чистоти. Волосся та нігті завжди повинні бути доглянуті.

Щодо культури поведінки, то усі повинні бути доброзичливі, турботливі, ввічливі, з привітною посмішкою та з професійною компетентністю.

Правила внутрішнього етикету. Спілкування по телефоні. У закладі здійснюється адресна доставка їжі, а також є можливість забронювати столик під час телефонного дзвінка. Порядок дій у Lounge bar «Za Sklom» визначено наступним чином:

1. Під час розмови з клієнтом обов'язково представляються називаючи посаду та ім'я.

2. Після цього працівник запитує ім'я клієнта (під час розмови необхідно часто згадувати)

3. Приймає замовлення, консультує щодо обраних продуктів.

4. Замовлення фіксує одразу у систему 1С, відмічаючи все, щоб не упустити деталей.

5. Тоді дізнається адресу доставки, кількість персон та яким чином буде здійснюватися оплата (у Lounge bar «Za Sklom» можна здійснити оплату як готівкою, так і банківською картою).

6. Повідомляє приблизний час очікування замовлення та бажаємо смачного та гарного настрою.

7. Наступного дня телефонує щоб дізнатись про якість надання послуг.

Для більш якісного обслуговування Lounge bar «Za Sklom» використовує автоматизовану систему 1С, для швидкого оформлення замовлень. Для ведення бухгалтерії та обліку робочих днів працівників а також для нарахування заробітної плати працівникам.

Меню у закладі представлено у друкованому та електронному варіанті QR коду, який можна сканувати смартфоном. Lounge bar «Za Sklom» дуже цінує та поважає своїх клієнтів, тому постійні відвідувачі мають дисконтні карти зі знижками від 5% до 10%.

Розрахунок основних показників що визначають рівень економічної безпеки підприємства Lounge bar «Za Sklom»

На основі «Балансу» та «Звіту про фінансові результати» оформимо вихідні дані до таблиці 2.3 для подальших розрахунків основних показників економічної безпеки підприємства.

Таблиця 2.3

Вихідні дані для розрахунків показників діяльності Lounge bar «Za Sklom»

№п/п	Показники	За 2020 р.	За 2021 р.	Відхилення
Фінансова складова економічної безпеки				
1	Власний капітал тис. грн	-56904	-48990	-7914
2	Сума господарських коштів(валюта балансу).тис грн	119421	167916	48495
3	Власні кошти тис. грн	25381	24320	-1061
4	Дострокові зобов'язання. тис. грн	99617	159903	60286
5	Необоротні активи тис. грн	18041	19925	1884
6	Залучений капітал тис. грн	0	0	0
7	Чистий прибуток тис. грн	6516	-59799	59734
8	Сума виплачених дивідендів. тис. грн	0	0	0
9	Амортизаційні відрахування. тис. грн	3383	2280	-1103
10	Виручка від реалізації продукції. тис. грн	148237	76151	-72086
Інтелектуальна й кадрова складова діяльності підприємства, тис . грн				
11	Кількість прибулих (набраних) працівників, осіб	183	190	7
12	Кількість вибулих (звільнених) працівників, осіб	223	213	-10
13	Середньо списова чисельність працюючих осіб	1066	1066	0

14	Кількість працівників відповідного розряду, осіб			
	- перший розряд	33	23	-10
	- другий розряд	46	49	3
	- третій розряд	44	43	-1
	- четвертий розряд	100	106	6
	- п'ятий розряд	68	71	3
	- шостий розряд	43	43	0
15	Фонд оплати праці	672	712	40
Техніко-технологічна складова діяльності підприємства				
16	Повна вартість основних засобів, що надійшли, тис. грн		1872	
17	Повна вартість основних засобів на початок періоду, тис. грн.	15543	17420	1877
18	Повна вартість основних засобів на кінець періоду, тис. грн	18454	23264	4810
19	Обсяг вибулих основних засобів, тис. грн	1505	1600	95
20	Обсяг випущеної продукції, тис. грн	18461	19153	692

Отже, на основі даних цієї таблиці, по кожній складовій, визначимо основні показники, що визначають рівень економічної безпеки підприємства за окремими функціональними складовими

Таблиця 2.4

Функціональний аналіз діяльності Lounge bar «Za Sklom»

Функціональні складові діяльності підприємства та назва показника, який аналізується	Негативні впливи (+ негативний вплив має місце, - коефіцієнт перебуває в межах оптимального значення)	Заходи для усунення негативних впливів
Фінансова складова діяльності підприємства		
Концентрації власного капіталу (автономії, незалежності)	+	Збільшити частку власного капіталу шляхом випуску додаткових акцій
Фінансової залежності	-	
Маневрування власного капіталу	-	
Структури довгострокових вкладень	-	

Довгострокового залучення позичених коштів	+	Зменшення позикових ресурсів
Співвідношення власних і залучених коштів	+	Збільшити частку власних коштів
Співвідношення необоротних і власних коштів	+	Збільшити власні кошти для фінансування оборотних коштів.
Стабільності економічного зростання	-	
Чистої виручки	+	Спростити розподіл ресурсів
Інтелектуальна і кадрова складова діяльності підприємства		
Плинності кадрів	-	
Середній тарифний розряд	-	
Зміни фонду оплати праці	-	
Техніко-технічна складова діяльності підприємства		
Загальний коефіцієнт надходження основних засобів	-	Придбати або оновити діючі виробничі потужності.
Загальний коефіцієнт вибуття основних засобів	+	
Коефіцієнт приросту основних засобів	+	
Фондовіддача	-	
Фондомісткість	-	
Фондоозброєність	-	

На основі таблиці, проведено функціональний аналіз діяльності підприємства, виділено відхилення від оптимального значення і запропоновані можливі шляхи вирішення наміченої проблеми.

Теж потрібно розуміти, що якісне в закладах обслуговування харчування, має відповідати системі вимог: інноваційна та сучасна техніка, організування сучасного обслуговування та процес виготовлення, моральні, етичні та правові норми, санітарно-гігієнічні, старанне відношення до роботи.

З огляду літератури про якість було виявлено, що ранні дослідження були зосереджені на визначенні та вимірюванні якості у виробничому секторі.

Хоча систематичні зусилля щодо якості розпочалися у виробничому секторі в 1920-х роках, дослідження у сфері послуг почали зростати наприкінці

1970-х років у кількох частинах світу. Якість послуг не може бути об'єктивно виміряна, як і промислові товари, і тому вона залишається відносно невловимою та абстрактною конструкцією.

Оцінка якості послуг є більш складною, ніж для продуктів, через їхню внутрішню природу гетерогенності, нерозривності виробництва та споживання, швидкопсувності та нематеріальності.

Індустрія гостинності є вимогливим сектором, який наголошує на забезпеченні високого рівня обслуговування клієнтів і постійному покращенні якості. Розвиток чіткої картини якості обслуговування в контексті індустрії гостинності важливий для більш точного визначення «що» та «як» покращення якості обслуговування, як у повсякденному, так і в неординарному контексті.

Численні дослідження стосуються вимірювання якості обслуговування в індустрії гостинності. Сприйняття якості послуг є результатом порівняння очікувань клієнтів і фактичних результатів, тому дуже важливо використовувати інструменти для вимірювання якості послуг, щоб виявити прогалини.

2.3. Дослідження проблем якості та культури надання ресторанних послуг Lounge bar «Za Sklom».

Стосовно проблем якості та культури надання послуг Lounge bar «Za Sklom». Складністю управління, якістю обслуговування є те, що клієнту складно оцінювати якість наданих послуг, тому, що вона містить невідчутний характер. У таких послуг оцінки зводяться до оцінювання поведінки персоналу, який здійснює послугу. Розглядаючи проблему управління якістю надання послуг у ресторані з боку ресторанних підприємств існує 3 етапи: перед присутністю гостя; під час присутності гостя; після присутності гостя.

1. Етап – дистанційні контакти між клієнтом та рестораном. Наприклад: пости, публікації в соціальних мережах, відгуки, спостереження.

2. Етап – фізична зустріч із закладом. Процес обслуговування безпосередньо замовлення їжі, напоїв, обслуговування, формулювання думки (найбільш результативний етап).

3. Етап – кінець візиту між клієнтом і закладом формуються стосунки сформовані на основі наданих послуг та їх якістю.

Зустріч і розміщення клієнтів закладу. Як правило, гостей у закладі зустрічає офіціант або адміністратор, та пропонують зайняти вільний столик. Кожен гість цінує свій час який тратиться на прибуття до закладу. Тому клієнти обирають заклади, які знаходяться неподалік свого місця перебування.

Час на вирішення організаційних питань це час, який клієнт тратить на замовлення або оплату чеку. Тому хоч отримати швидке та якісне обслуговування а також можливість скористатись кредитною картою або електронним гаманцем для економії часу.

Час, коли здійснюється послуга вважається найбільш важливим, адже складається з спілкуванням із працівником (здійснення замовлення). Час очікування (щоб розуміти потужність виробництва). Та звичайно під час очікування клієнт помічає усі деталі інтер'єру, чистоту закладу та загальну атмосферу.

У Lounge bar «Za Sklom » доволі об'ємне меню, в якому є страви Європи та Азії. Окрім великого списку страв у закладі доволі смачні напої: чай, кава, вода, а також різноманітні алкогольні та безалкогольні коктейлі. Страви та напої знайдуться для будь якого клієнта з непереносимості лактози чи вегетаріанців або тих, хто любить гостру їжу.

Визначити якість послуг можна за допомогою технологічних вимог результату виконаних робіт. В сучасних умовах ринку проблема з якістю зустрічається доволі часто. Про те Lounge bar «Za Sklom » користується великим попитом та повністю відповідає стандартам якості та нормам. У закладі відмінний рівень професіоналізму та компетентність персоналу. Менеджер зважає на розробку і впровадження стандартів якості, проводячи постійне навчання персоналу, здійснює комплексний контроль та працює над постійним вдосконаленням у всіх ділянках Lounge bar «Za Sklom», що є найважливішим у

якості обслуговування. Заклад повністю відповідає документам ДСТУ 4281:2004 заклади ресторанного господарства.

Цей заклад має три невеликих приміщення: зал із музичним супроводом, де проводяться вечірки, а також два інших приміщення, ВІП кімната та ділянка відділена від залу з музикою.

Враховуючи що у закладі доволі часто відбуваються вечірки, гості можуть обрати більш тихе приміщення для себе як ВІП кімната або другий зал.

В закладі чудове технологічне обслуговування, яке відповідає за порядок і способи прибирання приміщень.

Стан матеріально технічної бази Lounge bar «Za Sklom» зручне планування і якісне облаштування. Меблі доволі комфортні, а також високоякісне кухонне обладнання та прибори.

Один із недоліків, який було помічено – відсутність гардеробу у закладі. Про те, власник закладу вже шукає вирішення цієї проблеми. Усі інші державні, санітарні, будівельні правила і норми, а також правила виробництва і реалізації виготовленої продукції та послуг здійснене на відповідність вимогам встановленим в законодавчих актах.

Керуючись правилами роботи закладів ресторанного типу книга відгуків та пропозицій відповідного зразка знаходиться на помітному та доступному для клієнтів місці, де вказана інформація для споживачів.

Lounge bar «Za Sklom » часто використовує акції та спеціальні пропозиції, які чудово приваблюють нових гостей та отримують задоволених постійних клієнтів. Ці акції чудово створені, відмінно працюють на користь ресторанного підприємства.

Перевагами даного закладу є невимушена атмосфера, де можна чудово провести час із друзями, доповненням чого стануть фірмові авторські кальяни. Lounge bar «Za Sklom » відноситься до тих ресторанних закладів, які завжди мають великий попит, хоча відноситься до середнього сегменту.

Власник створив чудовий, якісний проект, який привертає велику аудиторію, має оригінальну концепцію, та сучасний дизайн і це все в поєднанні з чудовим обслуговуванням, смачними стравами та з доступною ціною.

РОЗДІЛ 3. ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ І КУЛЬТУРИ ОБСЛУГОВУВАННЯ У LOUNGE BAR «ZA SKLOM»

3.1. Напрямки підвищення якості обслуговування у Lounge Bar «Za Sklom».

Забезпечення покращення якості обслуговування – процес, доволі складний та тривалий. Успішність реалізації якого залежить від компетентності фахівців із менеджменту у компанії, ретельного планування для забезпечення якісного обслуговування, а також залучення професіоналів для виконання вузьких специфічних задач

Якість вважається всебічним комплексом, яке характеризує та покращує всі сторони діяльності: організацію виробництва, розробку стратегії, , маркетинг тощо. Головною складовою системи якості - є якість процесу обслуговування, продукції.

Ресторанна індустрія постійно розвивається у всьому світі. Зі збільшенням кількості ресторанів у людей з'являється багато варіантів вибору ресторану. Коли гості обідають у ресторані, вони оцінюють те, що вони відчувають. Серед потенційних кандидатів уявлення про якість було загально визнаним як основний показник задоволеності клієнтів

Як і більшість галузей обслуговування, важливість усвідомленої якості була визнана і в ресторанній індустрії.

У ресторанній індустрії гості зазвичай використовують їжу, середовище та послуги співробітників як ключові компоненти ресторанного досвіду при оцінці ресторанного обслуговування.

Правильне поєднання цих життєво важливих властивостей має призвести до сприйняття гостей високої якості ресторанного обслуговування, що, у свою чергу, має підвищити їхнє задоволення та лояльність.

Різноманітні дослідження підтвердили, що задоволеність клієнтів безпосередньо пов'язана з прибутковістю організації.

Підвищення якості, а також розробка заходів є передумовою виживання сучасних ринкових умов та досягнення успішних результатів бізнесу.

Ресторани ж залежать від належного керівництва, чия система освіти та навчання стає все більш важливою для того, щоб задовольнити потреби, потреби та очікування гостей, і таким чином забезпечити їхнє задоволення. Незважаючи на важливість якості харчування, менеджери відносно мало знають про те, як сукупний вплив якості обслуговування в ресторані (середовище, їжа та обслуговування) цінність та задоволення гостей, що, у свою чергу, впливає на поведінку гостей, та є актуальним як для України так і інших

Хоч якість культури надання послуг Lounge bar «Za Sklom» доволі непогана, але як і кожен інший заклад, цей хоче здобути першість.

Для цього ми виділили декілька корисних порад для покращення обслуговування, надання якісних послуг та впізнаваність бренду. На нашу думку, необхідно:

1. Створити робочу атмосферу для фрілансерів. Для того, щоб кафе або ресторан став улюбленим місцем для фотографів, дизайнерів, таргетологів чи інших осіб, робота яких дистанційна, надайте комфортне середовище для праці – WI-FI хороше рішення, але щоб можна було без проблем ввімкнути для живлення будь яких гаджетів. Фрілансери самі залучать клієнтів в ресторан або кафе – коли покличуть на зустріч своїх замовників або партнерів! Це дуже цінний ресурс.

2. Отримати групу лояльних клієнтів. Головне – отримати клієнтів, які приносять прибуток, введення в меню страв та напоїв на виніс допоможе сьогодні вони купили каву з собою, а згодом-відвідали заклад на кілька годин з друзями., адже це відмінний спосіб підвищення якості кафе.

3. Проекційний дизайн. Необхідно слідкувати за трендами в сфері, відвідувати виставки ресторанного бізнесу та впроваджувати нові технології в своєму закладі. Одне з таких нововведень – це проекційний дизайн, повноцінний інструмент для PR ресторанів і кафе. розмістите у себе таке обладнання, виділитеся серед інших на ринку ресторанних послуг.

Використання, інновацій в технології підвищить рівень професіоналізму в очах клієнтів, підкреслить інноваторство та сучасність.

Для ресторанів це принесе наступні переваги:

- 1) створює ексклюзивний дизайн кафе, ресторану або іншого закладу,
- 2) дивує відвідувачів ресторану, кафе,
- 3) дозволяє заробляти більше на весіллях та інших святах.
- 4) дає можливість рекламувати страви, акції та пропозиції,

4. Продаж наздогін. Разом з рахунком принести невеликий буклет або листівку з позиціями, які Ваш клієнт може купити з собою зі значною знижкою. Пропонуйте те, що люди можуть з'їсти по дорозі або вдома за чашкою чаю / кави. Це може бути чізкейк, тістечка, печиво або щось в цьому роді. У професійній термінології це звучить, як крос-продаж (cross-sales). Ваші клієнти вже готові оплатити свою трапезу, а додаткова витрата на тлі загального рахунку не здаватиметься велика. Це же це буде істотна надбавка до виручки, навіть якщо кожен п'ятий клієнт буде здійснювати покупку наздогін. Це спосіб, що дозволяє збільшити прибуток кафе чи ресторану.

5. Програми лояльності. У закладах громадського харчування не прийнято мати програми лояльності (знижки, бонуси та інше), тому введення знижок або якихось бонусів якісно виділить Вас серед конкурентів. Наприклад, можна видавати невеликий стікер, який дає право на отримання 5-ї чашки кави безкоштовно за куплені раніше чотири чашки (5-й бізнес-ланч безкоштовно і т.д.). При цьому не потрібно обмежувати дію акції за часом, так як не всі люди готові відвідати кілька разів заклад протягом тижня або місяця, і ефективність цього інструменту для PR ресторану буде знижена. Необхідно давати додаткову знижку іменинникам (наприклад, тиждень до Дня народження і тиждень після). Як правило, це збільшує прибуток ресторану, кафе. Добре продумана програма лояльності прекрасно впорається з просуванням ресторану або кафе., якщо тільки Ваш заклад не користується великою популярністю кожен день. Не забудьте придбати проектор і програму для щоб, наприклад, молодята могли здивувати гостей, зробивши 3D проекцію на весільну сукню або торт.

6. Батьки з дітьми – Ваші нові клієнти. Багато кафе і ресторанів не приділяють належної уваги або взагалі ігнорують таку категорію, як “батьки з дітьми”, втрачаючи через це багато потенційних клієнтів. Щоб заклад став улюбленим місцем для відвідування батьками з дітьми, то, перш за все, позбудьтеся від стереотипу, якщо такий є, про те, що у даній категорії немає грошей, тому вони не варті уваги. Два батька і одна дитина – це, як мінімум, 2,5 клієнта, а частіше 2,75 і навіть повноцінних 3. Щоб переконатися в цьому, потрібно звернути увагу на те, що замовляють батьки для своїх дітей. При цьому потрібно розуміти, що якщо батькам з дитиною було десь не комфортно, то вони туди вже навряд чи підуть навіть будучи без дитини. Іншими словами, не створюючи умов для перебування у Вашому кафе або ресторані відвідувачів з дітьми, з великою часткою ймовірності заклад викреслює себе зі списку потенційних місць для таких клієнтів, а значить, надає вкрай негативний вплив на просування ресторану або кафе.

7. Надати майданчик для майстер-класів. В останні кілька років придбали велику популярність всілякі майстер-класи – фотографів, стилістів, бізнесменів і фінансистів, особистісного розвитку і т.д. На такі майстер-класи ходить величезна кількість людей, деякі мають за плечима не один десяток відвіданих заходів. При цьому середня відвідуваність майстер-класу становить 10-20 осіб, яких можна ідеально розмістити в практично будь-якому кафе і тим більше ресторані. Організатори майстер-класів завжди відчують великі проблеми з пошуком приміщення для проведення свого заходу. Утримувати окреме приміщення – надто дорого, так як майстер-класи не проходять щодня, а орендувати місце де-небудь – дуже дорого. Створюється унікальна ситуація – є продукт, який багатьом цікавий, але немає місця, де його можна було б “продавати”, тобто – проводити. Надаючи свій майданчик безкоштовно, Ви отримаєте потужний інструмент PR ресторану або кафе, оскільки організатори будуть рекламувати місце для проведення заходу. З групи людей, що зібралися на майстер-клас, приблизно половина замовить у Вас напої або легкий сніданок, вечерю. Створення майданчика для майстер-класів – це відмінний спосіб з просування кафе в середовищі прогресивної частини суспільства.

9. Цінуйте час клієнтів. І ні в якому разі не виганяйте Ваших клієнтів, що засиділися, не створюйте у них враження того, що їм не раді, так як вони сидять за столиком вже 3-ю годину, а замовили всього одну каву.

10. Безкоштовний Wi-Fi. У Вас обов'язково повинен бути хороший WI-FI, адже на дворі вік гаджетів і мобільних пристроїв. Пароль від WI-FI повинен бути написаний на спеціальному буклеті, який буде на кожному столику. Не змушуйте своїх клієнтів питати про WI-FI у Ваших офіціантів, не робіть пароль, що складається з 20 символів.

11. Особлива увага вбиральням. Цей пункт більше підходить для утримання, ніж просування і PR ресторану, кафе. Приділіть особливу увагу стану Ваших вбиралень. Тільки несмачна і дорога їжа, а також дуже повільне обслуговування може посперечатися з брудними туалетами за ступенем негативного впливу на клієнтів. При цьому важлива не тільки чистота вбиралень, але і їх функціональний стан – наявність туалетного паперу, одноразових рушників і мила, робочий стан сантехніки і фена, а також якість функціонування механізмів, блокуючих двері кабінки. Також подбайте про наявність великого дзеркала, яке не буде спотворювати відображення (якщо дзеркало “буде повнити” то, повірте, це не кращим чином позначиться на емоційному стані Ваших відвідувачок, а значить і на їх сприйнятті Вашого закладу). Не поспішайте на придбання якісного туалетного паперу і спеціальних паперових накладок на сидінні унітазу. Велика частина відвідувачок вбиралень – це жінки, а вони вкрай педантичні до чистоти. Якщо Ваші туалети будуть брудними, то навряд чи Ви отримаєте постійних клієнтів. Тому встановіть хорошу зарплату для Ваших прибиральниць і контролюйте чистоту вбиралень.

12. Утримуйте старих клієнтів. Яку б акцію Ви не запускали, який би захід не проводили, ніколи не нехуйте своїми постійними клієнтами. У світі склалася практика, коли на залучення клієнтів в кафе витрачається 95% рекламного бюджету, на утримання постійних – решта 5%. Поважайте тих, хто дозволяє Вам працювати і існувати – Ваших постійних клієнтів. Ваші акції,

бонусні програми і в цілому політика повинна перш за все орієнтуватися на поточних клієнтів, а не на нових.

13. **Благодійність.** Зробіть позначку до кожної страви в меню, що певний відсоток від Вашого прибутку йде на благодійність. Щомісяця вибирайте нову організацію або фонд, куди Ви жертвуєте гроші. Розміщуйте на столиках буклети з інформацією про те, яку суму пожертвували в ту чи іншу організацію Ваші клієнти. Зробіть Ваших клієнтів причетними до добрих справ.

14. **Їжа з собою.** Окремо позначте в меню або на видному місці на кожному столику, що недоїдену їжу можна взяти з собою. Не змушуйте клієнтів їсти через силу або шкодувати про залишену їжу, а запропонуйте їм забрати залишки з собою. За запитом приносьте контейнери, які Ви використовуєте для продажу їжі на винос.

15. **Бізнес-ланч.** Зараз люди стали економити на бізнес-ланчі, тому доведеться неабияк “попотіти”, щоб скласти якісне і недороге меню. Тут можна тільки порадити змиритися з невеликою часткою прибутку від бізнес-ланчів заради отримання постійних клієнтів. У вас обов’язково має бути пропозиція бізнес-ланчу, тому що вони складають досить велику частку виручки ресторану і кафе. Включіть в меню бізнес-ланч, якщо Ви не зробили це раніше – це приверне нових клієнтів в кафе або ресторан.

3.2. Культура обслуговування у Lounge Bar «Za Sklom» як чинник популяризації ресторану.

Надання послуг є невід’ємною частиною ресторанного продукту, і продуктивність і ставлення співробітників відіграють вирішальну роль у цьому процесі. Співробітники ресторанного господарства мають життєво важливе значення для ресторанних організацій, оскільки організації залежать від їхнього ентузіазму та здатності надавати продукти та послуги.

У успішних ресторанах працюють менеджери та співробітники, які працюють на високому рівні та працюють для досягнення цілей ресторану, 40–80% задоволеності та лояльності клієнтів залежить від відносин із співробітниками. Задоволеність співробітників мала значний позитивний вплив на задоволеність.

Очікується, що працівник ресторану буде компетентним, уважним, швидким, доброзичливим, корисним, оперативним,

Індустрія гостинності є вимогливим сектором, який наголошує на забезпеченні високого рівня обслуговування клієнтів і постійному покращенні якості. Розвиток чіткої картини якості обслуговування в контексті індустрії гостинності важливий для більш точного визначення «що» та «як» покращення якості обслуговування, як у повсякденному, так і в неординарному контексті. Численні дослідження стосуються вимірювання якості обслуговування в індустрії гостинності.

Сприйняття якості послуг є результатом порівняння очікувань клієнтів і фактичних результатів, тому дуже важливо використовувати інструменти для вимірювання якості послуг, щоб виявити прогалини. Детальний аналіз аргументів, які сприяли високому позиціонуванню моделі SERVQUAL серед різних способів вимірювання якості послуг. Вона стверджувала, що менеджери готелів не знають очікувань своїх гостей, тому що розміри якості обслуговування, які вони вважають найважливішими, не відповідають тим, які є найбільш важливими для клієнтів.

Потрібно навчати співробітників для відмінного обслуговування клієнтів. Клієнти завжди помічають персонал ресторану, менеджерів та сервіс. Вони бачать, коли офіціанти більш уважні до своїх знайомих, або коли більш уважні до своїх розмов з своїми колегами-офіціантами. Якщо працівник бачить гостя, який потребує, вони повинні запропонувати допомогу. Уся команда повинна показати, що являються професіоналами та піклуються про гостя та їх враження від ресторану.

Обов'язковим стандартом, за рахунок якого визначається якість товару та послуг. Сюди відносять - вибір, смак їжі, ціну, імідж, дизайн, місце

розташування, що є теж важливим показником, але вони ніколи не компенсують в очах покупця неухажний, не компетентний і недбалий персонал. Ресторан, який задовільнив потреби споживачів і забезпечив відмінний сервіс, отримує найвідчутнішу конкурентну перевагу.

Ресторанні підприємства та послуги які вони надають, мають складну структуру - складаються вони із великої кількості параметрів, компонентів, різних за своєю важливістю та природою для споживача. Це робить складним поліпшення і підтримку якості обслуговування. І зростають складності із розширенням ресторанної мережі.

Розглянемо, наприклад - ступінь та якість надання послуг дорогими, вишуканими ресторанами. Тут теж є потреба в постійному системному контролі сервісу, однак стандарти обслуговування відрізнятимуться - акцентуючи на особистій увазі до гостя, чіткому з'ясуванні потреб, консультуванні.

Напрямок кожного сервісного бізнесу повинен мати власні критерії якісного обслуговування, стандарти галузі. У роздрібній торгівлі під поняттям сервіс, розуміють компетентність і доброзичливість у процесі консультування,

Беззаперечним фактом є те, що відмінне обслуговування клієнтів є обов'язковим для будь-якого ресторану, і якщо ресторан не надає надійного обслуговування клієнтів, є ймовірність, що можна втратити цінних клієнтів.

Власник ресторану зобов'язаний навчити персонал таким чином, щоб вони мали на меті зробити своїх клієнтів щасливими. Краще переконатися, що кожен із ваших співробітників пройшов необхідну підготовку та усвідомив очікування, яких очікують клієнти від обслуговування ресторану.

У кожному ресторані, незалежно від будь-якого формату, необхідно дотримуватися належного етикету для забезпечення кращого обслуговування клієнтів.

Їжу слід подавати та прибирати зліва від закусочної. Однак наливати і наповнювати напої слід справа. Щоразу, коли будь-який співробітник повинен перервати клієнтів, вони повинні бути ввічливими. Краще очистити таблички, принесіть чек і негайно обробіть його.

Потрібно заохочувати та навчати їх думати про обслуговування клієнтів, що виходить за рамки базового обслуговування. Концепція догляду включає такі прості кроки, як посміхатися своїм клієнтам і миттєво привітати їх і зрозуміти їхні потреби, перш ніж вони скажуть, як-от наповнювати склянки з водою та зберігати додаткові серветки.

Потрібно бути переконаним, що чітко визначено тип послуг, які будуть надаватися всім співробітникам, а потім пропоную створити посібник або навчальний посібник. Навчальний посібник гарантує, що всі співробітники знають, які послуги від них очікуються, і щоб вони могли надавати їх більш ефективно.

Коли відбувається прийом на роботу, а також краще навчити працівників закладу, зосередитись на таких якостях, як-от емпатія, терпіння, ясність, щоб швидко реагувати, коли вони взаємодіють зі своїми клієнтами. Це також може бути реальним шансом представити та зміцнити корпоративну культуру, навчаючи співробітників дотримуватися вибраних керівником протоколів етикету та працювати у складних конкретних ситуаціях.

Найважливішим принципом будь-якого чудового ресторанного обслуговування є послідовне та ефективне спілкування між усіма співробітниками. Вони повинні бути навчені професійному спілкуванню. Повинні відбуватися регулярні збори персоналу, щоб усі співробітники були на одній сторінці.

Між офіціантом і кухонним персоналом має бути хороший зв'язок, який забезпечить своєчасне обслуговування, як тільки їжа буде приготована. Якщо роботу розподілити між людьми, координація стає легшою. Нехай тільки одна особа виконує замовлення та визначає позицію продажу квіткових та забезпечує, щоб замовлення надходило до офіціантів.

Коли співробітники міняються змінами, це повинно бути з письмового дозволу менеджера ресторану. Це запобіжить будь-які непорозуміння між двома співробітниками та скорочення штату.

Однією із значущих перешкод, які призводять до поганого обслуговування ресторанів, є затримки. Будь то затримка з розсадкою клієнтів,

пропозицією меню, прийняттям замовлення, принесенням їжі чи рахунком; затримки в часі можуть зіпсувати клієнтський досвід. Для відмінного обслуговування в ресторані час очікування має бути точним.

Якщо вже є черга клієнтів, і розуміючи, що для посадки нових клієнтів може знадобитися ще година, краще повідомити їм про це. Завжди краще здивувати своїх клієнтів коротшим часом очікування, ніж розчарувати їх довшим. Сервер повинен заздалегідь повідомити клієнтів, якщо конкретна страва займає багато часу для приготування.

Багато ресторанів пропонують безкоштовний хліб або легкі закуски для клієнтів, поки вони очікують замовлення. Хорошим варіантом може бути телевізор в зоні очікування, щоб клієнти не нудьгували і ніколи не хотіли повертатися. Також треба бути впевненим, що зона очікування має доступ до Wi-Fi. А ще можна влаштувати настільні ігри у ресторанах, щоб клієнти були зайняті під час очікування.

«Клієнт завжди правий» - відоме прислів'я серед усіх людей, пов'язаних із ресторанами. Будь-яке питання або занепокоєння будь-якого клієнта слід розглядати в пріоритеті. Проте в цифровому світі клієнти вважають за краще публікувати свої скарги в соціальних мережах. Але щоразу, коли клієнт публікує свої скарги в Інтернеті, керівництво має бути достатньо чуйним і відповідати ввічливо та ввічливо.

Якщо хтось із клієнтів не задоволений обслуговуванням ресторану, потрібно дозволити йому/її вільно висловити свої занепокоєння та звернути повну увагу їхнім словам. Часто допомагає повторювати слова клієнта, щоб переконатися, що повністю зрозуміло, і показати, що добре слухали їх.

Співробітники повинні мати повноваження вирішувати суперечки клієнтів, тому що це найкращий і найефективніший спосіб вирішення проблеми. Негайно потрібно вибачитись перед клієнтом і вжити ефективних заходів. Головна увага має бути зосереджена на тому, щоб зберегти спокій і будь-яким чином не допускати ескалації ситуації.

Пропозиція компенсації - це найкращий вид вибачення, який можна надати. Навіть за невелику пропозицію, як-от безкоштовний десерт або

крихітний амузе-буш, можна отримати величезні бали обслуговування клієнтів. Завдяки цим невеликим вчинкам клієнти відчують, що цінують обслуговування, і вони викликають позитивні асоціації з ресторанами.

Після трапези клієнтів рекомендовано запитати їхні відгуки та пропозиції. Запит на зворотній зв'язок також допомагає уникнути поганих відгуків клієнтів у соціальних мережах. Клієнти рідше опублікують поганий відгук на сайтах з оглядами ресторанів і в соціальних мережах, якщо їхні проблеми вже вирішені.

Також можна проаналізувати відгуки клієнтів і зробити висновок про те, що клієнтам не подобається у цьому ресторані та тому ж. Суворо оцінюючи відгуки клієнтів, можна приймати рішення щодо покращення загального обслуговування ресторану.

Використання технологій багаторазово збільшується в усіх галузях, і в цю цифрову епоху та з відкриттям великої кількості нових ресторанів ресторанна індустрія стає конкурентоспроможною на кожному кроці.

Автоматизація роботи ресторану допомагає підвищити його ефективність, що, у свою чергу, покращить обслуговування вашого ресторану.

Технології сьогодні відіграють важливу роль як щодо контролю витрат, так і щодо крадіжок.

Усі ресторани, з якими зараз всі співпрацюють є хмарними POS-системи. Кожен рецепт визначається в системі. Консистенція їжі зберігається, навіть якщо кухаря немає. Якщо використовувати технології правильно, все може працювати добре.

Краще розглянути, як технологію можна використовувати для покращення якості обслуговування любого ресторану.

Якщо у ресторані обмежена кількість місць, цьому ресторану буде вигідно, якщо клієнти зможуть забронювати столики онлайн заздалегідь. Клієнтську базу ресторанів можна збільшити, якщо процес онлайн-бронювання столиків буде оцифрований.

Тепер з управлінням бронюванням ресторани можуть переглядати всю інформацію про гостей за допомогою єдиного інтерфейсу. Ресторани можуть

вказати точні терміни очікування як для відвідувачів, так і для тих, хто зробив попереднє бронювання.

Впроваджена система замовлення планшетів може покращити якість харчування клієнтів, оскільки:

Зроблені замовлення точніші, і немає шансів на помилки вручну. Швидкість та ефективність обслуговування ресторану покращується, що в цілому сприяє кращому досвіду клієнтів. Збільшення швидкості та ефективності обслуговування означає більший оборот столів, що дозволить вашим ресторанам обслуговувати більше гостей.

Якщо клієнти будуть щасливі та задоволені, це призведе до більш рекомендацій з усних слів. Технологія CRM тепер стала ключем, який допомагає покращити залучення клієнтів у ресторані за допомогою програм лояльності та інших. Централізована CRM ресторану дає змогу збирати дані про клієнтів, пов'язані з контактними даними клієнта, частотою відвідувань, їхніми вподобаннями та середніми витратами на відвідування.

Інтегрована в POS CRM дає чудове уявлення про вимоги та поведінку клієнтів і дозволяє приймати зважені рішення на основі зібраних даних, що покращить обслуговування клієнтів. Офіціанти можуть переглядати цю інформацію в POS, а також продавати та пропонувати товари на основі історії замовлень клієнтів.

Як згадувалося раніше, запит на зворотний зв'язок має вирішальне значення для покращення обслуговування вашого ресторану, і тому можна використовувати технологію для кращого збору та аналізу відгуків клієнтів.

Замість звичайної форми зворотного зв'язку краще використовувати додаток для керування відгуками, який запитує конкретні відгуки від клієнтів на основі конкретного замовленого товару, атмосфери та обслуговування в ресторані. Цей детальний звіт також допомагає визначити ефективність страв у меню. Програма зворотного зв'язку автоматично оновлює дані клієнта в CRM, таким чином усуваючи потребу в ручному оновленні даних та масштабах помилок.

Гігієна в ресторанах є важливою не тільки для забезпечення здоров'я та безпеки ваших співробітників і клієнтів, але й тому, що вона відіграє важливу роль у сприйнятті ресторану.

Клієнти можуть бути дуже розчаровані, якщо тарілки, в яких їм подають їжу, брудні. Однією з найпомітніших скарг відвідувачів є брудні вбиральні. Для будь-якого ресторану важливо дотримуватися стандартів чистоти та гігієни, щоб забезпечити загальне позитивне враження у клієнта про ваш ресторан. FSSAI виклав рекомендації щодо чистоти в ресторанах, яких повинен дотримуватися кожен ресторан.

Обов'язково потрібно звертати увагу на дрібні деталі, оскільки вони можуть значно змінити уявлення гостей про ресторан.

Будь-який клієнт, якщо він вибрав ресторан для обіду, має попередні очікування на чудову їжу та відмінне обслуговування клієнтів, і якщо вони не нададуть і того, й іншого, любий ресторанний бізнес може серйозно постраждати. Якщо клієнт задоволений ресторанним обслуговуванням, він, швидше за все, розповість про свій досвід з іншими і, швидше за все, повернуться. Переваги задоволених клієнтів незаперечні. Задоволені клієнти починаються з відмінного обслуговування клієнтів, а відмінне обслуговування клієнтів починається з ефективного найму та навчання.

Також настійно рекомендовано мати контрольний список керівництва ресторану, який допоможе упорядкувати роботу та забезпечити краще обслуговування.

Оскільки спосіб життя змінюється, а обіди в ресторані стають все більш звичними, клієнти прагнуть нових смаків, комфортної атмосфери та приємних спогадів. Більше того, вони віддають перевагу відмінному загальному обіду. Існує багато факторів, які можуть вплинути на оцінку клієнтами якості ресторану, і оператори ресторанів повинні знати кожен з них.

Їм слід звернути увагу на ключові якості, які викликають задоволення клієнтів і сприяють повторному відвідуванню ресторанного бізнесу. Якість їжі, якість обслуговування та атмосфера мають значний вплив на задоволеність гостей

ресторану. Якість їжі, надійність обслуговування та чистота навколишнього середовища були трьома ключовими аспектами успіху китайських ресторанів.

Точніше, безпека харчових продуктів і екологічна чистота були передумовами, коли клієнти обирали китайський ресторан. Якість їжі (особливо смак) та якість обслуговування (особливо надійність обслуговування) були ключовими атрибутами успіху китайських ресторанів. Атмосфера харчування, автентичність їжі та справедлива ціна також внесли значний внесок у задоволеність клієнтів і їх поведінкові наміри.

Вчені досліджують вплив сприйняття клієнтами ландшафту обслуговування на відчуття задоволення та якість обслуговування, а також вплив цих двох конструкцій на намір повернутися. Результати показують, що прямий зв'язок між сервісом і наміром повторного відвідування виявився незначним. Тому вони припустили, що сприйняття сервісу безпосередньо впливає на емоції клієнтів і, у свою чергу, опосередковано впливає на їхні поведінкові наміри. Також встановлено чіткий зв'язок між задоволеністю їжею та напоями як ключовою рушійною силою PWOM (позитивне передання з уст в уста).

ВИСНОВКИ

Сприйняття клієнтами якості обслуговування є важливим елементом стійкості ресторану, а отже, і необхідності постійно стежити за їх задоволенням від обслуговування. Якість обслуговування має велике значення в кожній сфері послуг. Точніше, сфера послуг є однією з галузей, де якість послуг відіграє важливу роль для розвитку та просування.

Тому якість послуг має три дуже важливі характеристики: якість обслуговування набагато складніше виміряти, ніж якість товарів; якість сприйняття підвищується на основі очікувань клієнтів і сприйняття фактичної послуги; а якість обслуговування відображається в розриві між очікуваннями та сприйняттям досвіду обслуговування. Проведено небагато досліджень щодо якості обслуговування в готельній індустрії. Оскільки кількість підприємств гостинності щорічно збільшується, а також зайнятість у ньому, необхідність такого дослідження необхідна. Враховуючи, що кількість закладів гостинності в Україні у 2010 р. становила 1914, а у 2015 р. – 2084, можна констатувати, що об'єкти гостинності зросли на 8,9%. Це сприяє великій конкуренції, що передбачає необхідність постійного моніторингу якості обслуговування та задоволеності клієнтів як важливого елемента виживання на ринку.

Вибір і якість їжі, обслуговування, ціна, а також атмосфера часто розглядаються як головна увага в ресторанах. І все-таки заклади харчування не зосереджуються лише на цих атрибутах, а натомість пропонують цілісний досвід харчування. Важливим елементом такого досвіду є якість обслуговування (SQ), яка за своєю природою є нематеріальною, індивідуалізованою та суб'єктивною. Тому ресторани намагаються оптимізувати досвід клієнтів, керуючи конкретними факторами загального управління якістю.

У сучасному конкурентному бізнес-середовищі задоволеність клієнтів є ключем до успіху ресторану. Особливо тому, що їх значення у впливі на

поведінку після покупки, задоволеність клієнтів давно привертає інтереси багатьох людей.

Важко сказати, що тільки сприйнятої якості достатньо, щоб пояснити все задоволення клієнтів, це необхідно у конкурентному ресторанному бізнесі. Якщо ресторатори небережні під час вимірювання чи фокусування на задоволеність клієнтів, вони можуть призвести до невдач у бізнесі. Тобто ігнорування задоволеності клієнтів може призвести до зниження задоволеності клієнтів і зменшення повторного бізнесу.

4. БЕЗПЕКА ЖИТТЄДІЯЛЬНОСТІ, ОСНОВИ ОХОРОНИ ПРАЦІ

4.1. Вимоги пожежної безпеки до електрообладнання у Lounge bar “Za Sklom”.

Найбільш розповсюдженим джерелом загорання, як уже говорилося, є електроустаткування. Тому розглянемо умови безпечного його застосування у Lounge bar “Za Sklom”.

На підприємстві наказом (або розпорядженням) адміністрації із числа спеціально підготовленого електротехнічного персоналу призначається особа, яка відповідає за загальний стан експлуатації всього електрогосподарства підприємства і зобов’язана забезпечувати виконання «Правил технічної експлуатації електроустановок споживачів» і «Правил техніки безпеки при експлуатації електроустановок споживачів».

Весь інший електротехнічний персонал підприємства несе відповідальність за дотриманням вищевказаних правил у відповідності з покладеними на нього обов’язками. Без наявності відповідного електротехнічного персоналу експлуатація електроустановок забороняється.

До призначення на самостійну роботу або при переводі на другу роботу (посаду), яка пов’язана з обслуговуванням електроустановок, а також при перерві в роботі більше 6 місяців персонал зобов’язаний пройти виробниче навчання на робочому місці.

Для виробничого навчання адміністрацією Lounge bar “Za Sklom”. представлений строк, який буде достатнім для набуття практичних навиків, ознайомлення з обладнанням, апаратурою і одночасним вивченням:

- «Правил технічної експлуатації електроустановок споживачів» і «Правил техніки безпеки при експлуатації електроустановок споживачів»;
- правил влаштування електроустановок в необхідному об’ємі для даної посади;

- виробничих інструкцій;
- додаткових правил та інструкцій в залежності від виду виконуваної роботи і займаної посади.

Після закінчення строків навчання, особа, що навчалась, повинна пройти в спеціальній комісії перевірку знань. Об'єм правил, знання яких обов'язкове тим або іншим особам електротехнічного персоналу, встановлюється відповідальним за електрогосподарство даного підприємства.

Періодична перевірка знань по вище приведених Правилах та інструкціях повинна проводитись в такі строки:

- 1 раз в рік – для персоналу, що безпосередньо працює з електрообладнанням;
- 1 раз в три роки – для інженерно-технічних працівників, які не відносяться до попередньої групи.

Для створення умов безпеки на підприємстві виконуються спеціальні Правила техніки безпеки і виробничої санітарії.

Застосовані в електроустановках електрообладнання і матеріали повинні відповідати вимогам державних стандартів або технічним умовам, затверджених у встановленому порядку.

Конструкція, виконання, спосіб установки і клас ізоляції застосовуваних машин, апаратів, приладів і іншого обладнання, а також кабелів і проводів повинні відповідати параметрам мережі або електроустановки, умовам навколишнього середовища і вимогам ПУЕ.

Застосовані в електроустановках електрообладнання, кабелі і проводи по своїх нормованих і допустимих характеристиках повинні відповідати умовам роботи даної електроустановки.

Електроустановки і зв'язані з ними конструкції повинні бути стійкими у відношенні впливу навколишнього середовища або захищеними від його впливу.

Будівельна і санітарно-технічна частини електроустановок (конструкції будинку і його елементів, опалення, вентиляція, водопостачання й ін.)

виконуються відповідно до дії будівельних норм і правил (СНіП) при обов'язковому виконанні додаткових вимог, приведених в ПУЕ.

Електроустановки повинні задовольняти вимоги діючих директивних документів про заборону забруднення навколишнього середовища, шкідливого впливу шуму, що заважає, вібрації й електричних полів.

В електроустановках повинні бути передбачені збір і видалення відходів: хімічних речовин, масла, сміття, технічних вод і т.п. Відповідно до діючих вимог по охороні навколишнього середовища повинна бути виключена можливість попадання зазначених відходів у водойми, систему відводу дощових вод, яри, а також на території, що не призначені для цих відходів.

У вибухонебезпечних приміщеннях і біля вибухонебезпечних зовнішніх установок (у зоні від 3 до 5 м по вертикалі і горизонталі від технологічного устаткування) дозволяється застосовувати тільки вибухозахисне електроустаткування, що забезпечує безпеку його застосування у вибухонебезпечних середовищах (тобто не допускає запалення вибухонебезпечного середовища).

До вибухозахисного відноситься наступне електроустаткування: вибухонепроникне, підвищеної надійності проти вибуху, маслонаповнені, що продувається під надлишковим тиском, іскробезпечне, спеціальне. Вибухонепроникне електроустаткування – коли оболонки електроустаткування можуть витримати найбільший тиск вибуху при попаданні всередину оболонок горючих газів, парів і пилу, а також не допускають передачі вибуху в зовнішнє середовище.

4.2 Методи боротьби з монотонністю праці як важливий фактор охорони праці у Lounge bar “Za Sklom”.

Монотонною називають таку роботу, характерними рисами якої є одноманітність робочих дій, їх багаторазове повторення та невелика тривалість. Треба мати на увазі, що тривала операція, яка складається з однакових циклів

дій, також може бути монотонною. Все залежить від структури самої операції: кількості, змісту та характеру складових елементів.

Основні ознаки монотонних робіт такі: малоелементний склад, тобто структурна одноманітність і простота трудових дій; незначна тривалість виконання однотипних трудових операцій і дій; висока повторюваність трудових операцій і дій за одиницю часу.

У зв'язку з наявністю різних гіпотез про фізіологічні механізми стану монотонії доцільно звернутися до конкретних критеріїв монотонності, використовуваним різними дослідниками. Можна виділити 7 таких критеріїв:

- 1) мала тривалість операції, велика кількість повторюваних операцій протягом години, протягом робочого дня;
- 2) невелике число елементів в операції;
- 3) заданий темп і ритм роботи;
- 4) обмежене число сенсорних і м'язових систем, що беруть участь в операції;
- 5) змушена робоча поза;
- 6) мала емоційна насиченість трудового процесу;
- 7) роз'єднаність працівників.

Якщо операція зводиться до виконання вузького кола дій (кількість різноманітних елементів невелика), то вона є монотонною навіть при значній тривалості. Монотонна робота накладає на функціональний стан людини певний відбиток. Її негативний вплив проявляється у втраті цікавості до виконуваної роботи. У виконавця виникає гнітючий стан, з'являється "виробнича нудьга". Монотонна робота викликає переоцінку тривалості часу роботи: робочий день здається значно довшим, робітник з нетерпінням очікує кінця зміни, його хилить до сну, іноді він дійсно засинає. Відмічено, що особливо сильно монотонність відчувається працюючими всередині робочого дня (зміни). До кінця робочого дня її дія дещо послаблюється. Надмірно виражена монотонність може викликати нервові виснаження. Робота на конвеєрах, що відрізняється одноманітністю та високим темпом, дуже часто

робить робітників завчасними інвалідами праці: вони до 35-40 років вже не в змозі виконувати задану роботу.

Монотонна праця в кінцевому результаті негативно впливає і на економічні показники роботи організації: знижується виробіток, збільшується брак в роботі, росте плинність кадрів. Монотонна робота різко знижує творчу активність працівників, підриває їх інтерес до виконуваної роботи.

Раціональне проектування всього виробничого процесу і кожної трудової операції – найважливіший напрям попередження монотонності в організації. Це забезпечує змістовність кожної операції, що викликає інтерес у виконавців, і сприяє розвитку творчого підходу до праці. Мало змістовні операції об'єднуються в більш складні і різноманітні.

Виявився ефективним та знайшов широке застосування в управліннях такий напрям усунення негативного впливу монотонності, як чергування роботи на різних виробничих операціях, кожна з яких при тривалому її виконанні виявляється монотонною. Суть напрямку полягає в тому, що працівники протягом дня, а іноді робочого тижня, переходять з однієї ділянки роботи на іншу. Чергування виконання простих, але різних операцій робить працю цікавою і змістовною та веде до підвищення продуктивності праці та покращення якості послуг.

Ефективним методом усунення негативних результатів монотонної роботи у ресторанному господарстві є впровадження науково обгрунтованих режимів праці і відпочинку із застосуванням музичних пауз по радіо і локальній комп'ютерній мережі.

При розробці на підприємстві режимів праці і відпочинку можна використовувати методіку розробки нормативів часу на відпочинок і особисті потреби робітників. Міжгалузеві рекомендації з розробки раціональних режимів праці і відпочинку. Форма і раціональний розподіл відпочинку протягом робочого часу встановлюються з урахуванням важкості і напруженості праці, умов виробничого середовища.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Comparative service quality: German and American ratings across service settings URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0148296301002065?via%3Dihub>
2. The Vital Components of Restaurant Quality that Affect Guest Satisfaction URL: <https://scindeks-clanci.ceon.rs/data/pdf/1450-6661/2013/1450-66611304166G.pdf>
3. Turnover's relationships with sales, tips and service across restaurants in a chain URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0278431902000269>
4. Бейкер, Д., і Кромптон, Дж. (2000). Якість, задоволення та поведінкові наміри. Аналізи дослідження туризму, 27(3), 785-804.
5. Берсон А., Сміт С. і Терлінг К. (2000). Створення додатків для аналізу даних для CRM. McGraw-Hill.: США.
6. Габбі, О., і О'Ніл, М. (1996). SERVQUAL та готельний сектор Північної Ірландії: Порівняльний аналіз. Управління якістю послуг, 6(6), 25-32.
7. Дюб, Л., Ренаган, Л. М., і Міллер, Дж. М. (1994). Вимірювання задоволеності клієнтів для стратегії управління. Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly, 35(1), 39-47.
8. Ківела Дж., Інбакаран Р. і Піс Дж. (1999). Дослідження споживачів у ресторанному середовищі, Частина 1: Концептуальна модель задоволеності обідом і зворотного патронажу. Міжнародний Journal of Contemporary Hospitality Management, 11(5), 205-222.
9. Мохсін, А. (2005). Сприйняття якості обслуговування: оцінка відвідувачів ресторану та кафе Гамільтон, Нова Зеландія. The Business Review, 3(2), 51-57.
10. О, Х. (1999). Якість обслуговування Задоволеність клієнтів і цінність клієнта: цілісна перспектива. Менеджмент гостинності, 18(1), 67-82.
11. Стівенс П., Кнутсон Б. і Паттон М. (1995). DineServ: інструмент для вимірювання якості обслуговування в ресторанах. Cornell Hotel and Restaurant Administrative Quarterly, 36(3), 56-60.

12. Цейтамль, В. А. (1988). Сприйняття споживачами ціни, якості та вартості: модель «засоби-цілі» і синтез доказів. Журнал маркетингу, 52(3), 2-22.
13. Чен, Дж. С. (2003). Сегментація ринку за настроями туристів. 30(1), 178-193