

Міністерство освіти і науки України
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

Факультет економіки та менеджменту

(повна назва факультету)

Кафедра управління інноваційною діяльністю та сферою послуг

(повна назва кафедри)

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття освітнього ступеня

«Бакалавр»

(назва освітнього ступеня)

на тему: Удосконалення сервісно-виробничого процесу закладу
ресторанного господарства (на прикладі ресторану «Черчіль»)

Виконав(ла): студент(ка) IV курсу, групи БРзс-41
спеціальності 241

«Готельно-ресторанна справа»

(шифр і назва спеціальності)

	<u>Дзьоник С.В.</u> (підпис)	<u>Дзьоник С.В.</u> (прізвище та ініціали)
Керівник	<u>Малюта Л.Я.</u> (підпис)	<u>Малюта Л.Я.</u> (прізвище та ініціали)
Нормоконтроль	<u>Стойко І.І.</u> (підпис)	<u>Стойко І.І.</u> (прізвище та ініціали)
Завідувач кафедри	<u>Шерстюк Р.П.</u> (підпис)	<u>Шерстюк Р.П.</u> (прізвище та ініціали)
Рецензент	<u>Сороківська О.А.</u> (підпис)	<u>Сороківська О.А.</u> (прізвище та ініціали)

Тернопіль
2022

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
Факультет економіки та менеджменту
Кафедра управління інноваційною діяльністю та сферою послуг

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри управління
інноваційною діяльністю та
сферою послуг

_____ Р.П. Шерстюк
«__» _____ 2022 року

З А В Д А Н Н Я
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ

на здобуття освітнього ступеня БАКАЛАВР
за спеціальністю 241 «Готельно-ресторанна справа»
студенту Дзьоник Софії Віталіївні
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи Удосконалення сервісно-виробничого процесу закладу
ресторанного господарства (на прикладі ресторану «Черчіль»
(W.Churchill).

Керівник роботи д.е.н., професор Малюта Людмила Ярославівна
(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом ректора від 11.04.2022 № 4\7-228

2. Строк подання студентом проекту (роботи) 01.06.2022

3. Вихідні дані до проекту (роботи) Матеріали виробничо-господарської та
фінансової діяльності ресторану «Черчіль»

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно
розробити) А
нотація. Вступ. Теоретичний розділ. Аналітичний розділ. Рекомендаційно-
розрахунковий розділ. Охорона праці і безпека в надзвичайних ситуаціях.
Висновки. Бібліографія.

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень)
Ілюстративні матеріали за змістом кваліфікаційної роботи бакалавра в кількості
1 од.

6. Консультанти розділів проекту (роботи)

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Основи охорони праці, безпека життєдіяльності			

7. Дата видачі завдання 25.01.2022

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів дипломного проекту (роботи)	Строк виконання етапів проекту (роботи)	Примітка
1	Теоретичний розділ	20.02.2022	
2	Аналітичний розділ	20.04.2022	
3	Рекомендаційно-розрахунковий розділ	20.05.2022	
4	Основи охорони праці та безпека життєдіяльності	25.05.2022	
5	Висновки	01.06.2022	
6	Бібліографія	01.06.2022	
	Анотації, вступ, зміст	05.06.2022	
	Графічна частина (ілюстративні матеріали)	10.06.2022	

Студент _____ Дзьоник С.В.
(підпис) (прізвище та ініціали)

Керівник роботи _____ Малюта Л.Я.
(підпис) (прізвище та ініціали)

АНОТАЦІЯ

Дзьоник С.В. Удосконалення сервісно-виробничого процесу закладу ресторанного господарства (на прикладі ресторану «Черчіль» (W.Churchill)).

Кваліфікаційна робота бакалавра: 71 сторінка, _____рисуноків, ___таблиць, 2 додатка, 42 літературних джерела.

Предмет дослідження – сервісно-виробничий процес закладу ресторанного типу.

Об'єктом дослідження виступає ресторанне господарство (ресторан «Черчіль» (W. Churchill)).

Метою роботи є дослідження ефективності надання послуг у галузі ресторанного господарства та удосконалення сервісно-виробничого обслуговування закладу.

Методи дослідження – аналіз і синтез, спостереження, порівняння, групування, графічний, табличний.

У роботі досліджено понятійний апарат щодо визначень «послуга, «ресторанне господарство», «заклад обслуговування»; здійснено порівняльний аналіз зарубіжних та вітчизняних методів оцінки ресторанного обслуговування та ефективності сервісних послуг; проведено аналіз виробничо-господарської діяльності досліджуваного підприємства та виявлення ключових елементів сервісу закладу; розроблено пропозиції щодо удосконалення виробничо-сервісного обслуговування, запропоновано проект удосконалення концепції ведення бізнесу ресторану «Черчіль на основі упровадження нових його напрямів діяльності.

Результати дослідження рекомендовано до впровадження в діяльність досліджуваного підприємства.

Ключові слова: ефективність, заклад, обслуговування, ресторан, послуга, управління, якість.

ANNOTATION

Dzionyk S.V. Improvement of the service-production process of a restaurant business facility (restaurant “W. Churchill” as a case study)

Bachelor's thesis: 71 pages, ____ figures, ____ tables, 2 appendices, 42 references.

The subject of research is the service and production process of a restaurant-type institution.

The object of the study is the restaurant business (restaurant "Churchill" (W. Churchill)).

The aim of the work is to study the effectiveness of services in the field of restaurant business and improve the service and production services of the institution.

Research methods – analysis and synthesis, observation, comparison, grouping, graphical, tabular.

The conceptual apparatus in relation to the definitions "service", "restaurant business", "service establishment" is investigated in the work; the comparative analysis of foreign and domestic methods of estimation of restaurant service and efficiency of service services is carried out; the analysis of production and economic activity of the researched enterprise and revealing of key elements of service of establishment is carried out; developed proposals for improving production and service, proposed a project to improve the business concept of the restaurant "Churchill" on the basis of the introduction of new activities.

The results of the study are recommended for implementation in the activities of the studied enterprise.

Key words: efficiency, institution, service, restaurant, service, management, quality.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	
РОЗДІЛ 1 ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ПОСЛУГ ТА ЕФЕКТИВНІСТЬ НАДАННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ СЕРВІСНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ У ЗАКЛАДАХ ХАРЧУВАННЯ.....	
1.1. Ресторанний бізнес в інфраструктурі торгово-виробничого комплексу. Характеристика основних типів його закладів.....	
1.2. Теоретичні аспекти поняття «послуга», її ознаки, властивості та показники якості у ресторанній сфері обслуговування.....	
1.3. Структуризація сервісно-виробничого процесу у закладах ресторанного типу.....	
РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗУВАННЯ СЕРВІСНО-ВИРОБНИЧОГО ПРОЦЕСУ РЕСТОРАНУ «ЧЕРЧІЛЬ».....	
2.1. Загальна характеристика управлінської діяльності та системи сервісного обслуговування ресторану “Черчіль”	
2.2. Аналізування основних техніко-економічних показників діяльності ресторану “Черчіль”.....	
2.3. Аналіз фінансового стану ресторану “Черчіль” у контексті удосконалення системи виробничо-сервісного обслуговування закладу.....	
РОЗДІЛ 3 УДОСКОНАЛЕННЯ СЕРВІСНО-ВИРОБНИЧОГО ПРОЦЕСУ РЕСТОРАНУ «ЧЕРЧІЛЬ».....	
3.1. Обґрунтування проекту створення чайного салону у структурі ресторану “Черчіль”.....	
3.2. Обґрунтування параметрів ринку для визначення ефективності виробничо-сервісного обслуговування ресторану “Черчіль”.....	
3.3. Розробка концептуального меню проектованого чайного салону у структурі ресторану “Черчіль”	
РОЗДІЛ 4 БЕЗПЕКА ЖИТТЄДІЯЛЬНОСТІ, ОСНОВИ ОХОРОНИ ПРАЦІ....	

4.1. Заходи безпечної життєдіяльності та охорони праці у виробничих приміщеннях закладу ресторанного господарства “Черчіль”

4.2. Протипожежні заходи у ресторані “Черчіль”

ВИСНОВКИ.....

БІБЛІОГРАФІЯ.....

ДОДАТКИ.....

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Соціальні умови життя, науково-технічний прогрес, ріст культурного й освітнього рівня, проявляючись у комплексі, у певній мері видозмінюють потреби людини, розширюють їхній склад, формують нові. Безперервний і постійний розвиток проведення й особистих потреб завжди породжує якісно нові послуги, які для задоволення вимагають відокремлення нових видів суспільної праці.

Рушійною силою розвитку людського суспільства виступає необхідність споживання різноманітних матеріальних благ і послуг. Основою його існування виступає проведення, необхідне для задоволення конкретних потреб окремо взятої особистості.

В сьогоденнішніх умовах господарювання зростає увага та інтерес учених-економістів до проблематики надання послуг, сервісного обслуговування, до визначення сутності цих економічних категорій та обґрунтування показників оцінювання їх якості та ефективності для потенційного клієнта. Серед українських та закордонних науковців активно займаються вивченням даного питання такі вчені як: Андрушків Б.М., Бойко М.Г., Борисова О.В., Калачова І. В., Капустін Є.І., Кирич Н.Б., Кочерга А.І., Сидорова А.В., Співак Л.С., Погайдак О.Б., Ткаченко Л.В. та інші.

Однак окремі аспекти даної проблеми залишаються мало дослідженими і потребують доопрацювань та додаткових визначень і тлумачень.

Метою даного бакалаврського дослідження є дослідження ефективності надання послуг у галузі ресторанного господарства та удосконалення сервісно-виробничого обслуговування закладу.

Об'єктом дослідження відповідно виступає ресторанне господарство.

Власне економічний розвиток ресторанного бізнесу обумовлює необхідність здійснення перетворень, спрямованих на подальший розвиток ринкових відносин, на становлення самоврядування в процесі його розвитку на різних ієрархічних рівнях.

Предметом дослідження виступає сервісно-виробничий процес закладу ресторанного типу – ресторану «Черчіль» (W. Churchill).

Відповідно до сформованої мети, об'єкту та предмету визначено наступні **завдання дослідження:**

- розглянути сутність послуги та її місця в ресторанному бізнесі та в інфраструктурі торгово-виробничого комплексу;
- дослідити питання надання сервісу та ефективного обслуговування клієнтів в ресторанній сфері;
- проаналізувати систему сервісного обслуговування та надання послуг досліджуванім підприємством – рестораном «Черчіль»;
- оцінити результати його виробничо-господарської діяльності та надання послуг;
- запропонувати основні шляхи удосконалення сервісно-виробничого процесу ресторану «Черчіль»
- провести обґрунтування проекту створення чайного салону у структурі ресторану «Черчіль» та визначити показники ефективності по даному проекту.

Методи дослідження. У бакалаврській роботі використовувались такі методи: проектний аналіз; аналіз і синтез; індукція і дедукція; спостереження; порівняння; групування; графічний; розрахунково-аналітичний; графічний.

Наукова новизна отриманих результатів полягає в тому, що сформовані висновки та положення створюють основу для формування нового бачення щодо вирішення питання удосконалення системи виробничо-сервісного обслуговування закладу ресторанного типу.

Практична значимість роботи. У процесі дослідження запропоновано проект удосконалення концепції ведення бізнесу ресторану «Черчіль» на основі упровадження нових його напрямів діяльності. Даний проект рекомендовано до впровадження у даному закладі.

РОЗДІЛ 1

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ПОСЛУГ ТА ЕФЕКТИВНІСТЬ НАДАННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ СЕРВІСНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ У ЗАКЛАДАХ ХАРЧУВАННЯ

1.1. Ресторанний бізнес в інфраструктурі торгово-виробничого комплексу. Характеристика основних типів його закладів

Становлення торгово-виробничого комплексу в ринкових умовах обумовлює необхідність розглядати його як об'єкт, що має відкритий характер, певну самостійність, цілісність, що й одночасно впливає на економічний розвиток країни в цілому.

У будь-якому регіоні перед виробничо-соціальною інфраструктурою стоїть важливе завдання – більш повне задоволення різних постійно мінливих потреб та створення умов для всебічного розвитку особистості, формування людини «творчої, креативної, розсудливої». Для успішного досягнення поставленої мети необхідно ефективний розвиток галузей соціальної сфери, у тому числі й сфери послуг.

Більшість економістів-класиків розглядаючи сферу послуг вказують на наявність тут саме продуктивного характеру праці. Деякі навіть ставлять знак рівності між поняттями «сфера послуг» і «невиробнича сфера» (Г. Сапів, І. Капустін і ін.). Однак поняття «сфера послуг» і «невиробнича сфера», на нашу думку, зовсім не ідентичні.

Залежно від ролі в процесі відтворення, від характеру задоволення потреб, сфери діяльності поєднуються в наступні групи:

1) сфери, діяльність яких спрямована на задоволення соціально-культурних, духовних, інтелектуальних потреб людини, підтримка його нормальної життєдіяльності: охорона здоров'я, культура, мистецтво, готельний бізнес і ін.;

2) сфери матеріально-побутового обслуговування: житлово-комунальне господарство, побутове обслуговування, пасажирський транспорт, роздрібна торгівля, ресторанний бізнес і ін. [18, с.45].

Звичайно, такий розподіл є досить умовним, оскільки галузі першої групи створюють умови для активної життєдіяльності людей, а галузі другої – у значній мірі впливають на задоволення духовних потреб і здоров'я населення (відтворення працездатності), вивільняючи час для відпочинку й подальшого розвитку особистості.

Як зазначає у своїх дослідження Погайдак О.Б. правомірність такого розподілу обумовлена специфікою галузей матеріально-побутового обслуговування в порівнянні з галузями соціально-культурної сфери. Ці особливості полягають, по-перше, у тому, що послуги матеріально-побутового характеру «проводяться» галузями як матеріального проведення (виробничі види побутового обслуговування, роздрібна торгівля, ресторанний бізнес), так і тем комплексом галузей, які повністю ставляться до сфери послуг. По-друге, галузі матеріально-побутового обслуговування населення є, як правило, платними. Група соціально-культурних галузей розбудовується й сьогодні в основному за рахунок суспільних фондів споживання, утворюючи матеріальну основу реалізації основних соціально-економічних прав громадян України [28].

Сфера послуг охоплює ряд галузей матеріального споживання. Одночасно не всі галузі невиробничої сфери є складовими елементами сфери послуг. Наприклад, діяльність із матеріально-технічного постачання, збуту займається практично тільки обслуговуванням здебільшого виробничих галузей. Виходячи з цього поняття сфери послуг набагато ширше просто невиробничої сфери, адже воно охоплює частково і виробничу сферу.

Як бачимо, сфера послуг включає галузі, які обслуговують особисте споживання, побут людей, задовольняють широке коло матеріальних і духовних потреб людини, і внаслідок цього є необхідними для забезпечення всебічного розвитку особистості, відтворення роботоздатності. Таким чином, наш висновок збігається з точкою зору професора Андрушківа Б.М. Це дозволяє розглядати

сферу послуг як групу галузей матеріального й нематеріального проведення, що обслуговують особисте споживання матеріальних і духовних послуг, невід'ємним структурним елементом якої є ресторанний бізнес.

Створення матеріальних благ дійсно виступає основною умовою, без якого не може існувати жодне суспільство. У якості невід'ємного складового матеріального життя людей і ефективного економічного розвитку на перший план виступає харчування. Науково-організоване харчування не є винятково особистою потребою, від задоволення якої залежить як фізичний, так і моральний стан людини. Якість задоволення потреби в харчуванні позначається на загальному розвитку людини, відображається на стані її здоров'я, тривалості життя, здатності до фізичної й розумової праці, на продуктивності праці і як наслідок – на ефективності розвитку економіки держави в цілому [13, с.56].

Діяльність із організації харчування як особлива форма недомашнього готування й споживання їжі займає особливе місце в системі розширеного відтворення. Функціонування ресторанного бізнесу пов'язане з виконанням усіх фаз відтворення: матеріального забезпечення (проектування, розробка, впровадження), розподілу (обіг, обмін, реалізація) продуктів праці, споживання (продукції й послуг) і виховання високорозвиненого й культурного члена суспільства.

Основним призначенням ресторанного бізнесу є надання послуг з організації харчування населення за місцем роботи, навчання й в інших умовах. У процесі організації харчування, з одного боку, споживаються продукти, з іншого боку – відтворюється робоча сила, і тим самим створюються умови для початку нового етапу виробництва споживання. Таким чином, виступаючи складовою частиною заключної фази відтворення, ресторанний бізнес має важливе соціально-економічне значення [25,с.54].

Матеріальне забезпечення створює товар для споживання, визначає обсяг, структуру й спосіб виробництва й споживання. Таким чином, виробництво створює споживання тим, що виробляє для нього продукт, стимулює у споживача виникнення потреби, обумовлює зайнятість робочої сили. Споживання,

використовуючи зроблені продукти праці, перетворює їх, по-перше, у предмети споживання; по-друге, їхнє використання в споживанні створює необхідність у новому виготовленні продуктів замість спожитих; по-третє, у процесі особистого споживання здійснюється відтворення робочої сили; по-четверте, рівень, структура й характер процесу споживання, а також відмінність у споживанні окремих членів суспільства, впливають на відношення людей до праці, на їхні запити й інтереси і, природно, на їхню трудову активність і участь у виробництві матеріальних благ [39].

Організаційно-структурною одиницею у сфері ресторанного бізнесу є відповідний заклад. Згідно певних класифікаційних характеристик він здійснює виробничо-торговельну діяльність: виготовляє, продає і організовує споживання продукції власного виробництва і покупних товарів, а також може організовувати дозвілля споживачів [21, с.64].

Вибір типу закладу (підприємства) ресторанного господарства і класу ресторану чи бару здійснюється суб'єктом господарської діяльності самостійно з урахуванням вимог чинного законодавства України.

Національним стандартом ДСТУ4281-2004 "Заклади ресторанного господарства. Класифікація" встановлено класифікацію закладів ресторанного господарства, загальні вимоги до підприємств різних типів і класів [17].

Класифікація закладів ресторанного господарства здійснюється за такими ознаками: за типом закладу, за класом закладу, за місцем розміщення, за видами економічної діяльності.

Тип закладу ресторанного господарства – це сукупність загальних характерних ознак виробничо-торгівельної діяльності закладу ресторанного господарства.

До сфери ресторанного господарства входять такі типи закладів: ресторан, бар, кафе, кафетерій, їдальня, закусочна, буфет, фабрика-заготівельня, фабрика-кухня, домашня кухня, ресторан за спеціальним замовленням (catering). Розглянемо коротко характеристику кожного із вказаних видів та особливості

функціонування в сучасному ринковому середовищі надання послуг ресторанного типу (таблиця 1.1).

Таблиця 1.1

Характеристика основних закладів ресторанного господарства та їх послуг

№ п.п	Назва закладу	Визначення та характеристика послуг, що надаються відповідним закладом
1	2	3
1	Ресторан	заклад ресторанного господарства з різноманітним асортиментом продукції власного виробництва і покупних товарів, високим рівнем обслуговування та комфорту в поєднанні з організацією відпочинку і дозвілля споживачів.
2	Бар	заклад ресторанного господарства, в якому алкогольні, безалкогольні, змішані напої, страви до них і закупні товари продають через барну стійку. Цей заклад є спеціалізованим підприємством, що стало прототипом корчми, де персонал відгороджувався від відвідувачів бар'єром і напої виставлялися на масивну стійку. Бари розміщують в адміністративно-культурних і торговельних центрах, в мікрорайонах, при готелях, ресторанах, кафе, засобах пересування, вони можуть бути і самостійними підприємствами.
3	Пивні-садки (beer gardens)	різновид бару, що продає і організовує споживання різноманітного асортименту пива і має озеленений торговельний зал.
4	Пивоварний бар (brew pub)	різновид бару, в якому варять, продають і організовують споживання пива на місці.
5	Бар-закусочна (snack-bar)	різновид бару із спеціалізацією за асортиментом закусок та сандвічів (закритих бутербродів).
6	Кафе	заклад ресторанного господарства, із обмеженим в порівнянні з рестораном асортиментом страв, виноградних напоїв, тютюнових, булочних, кондитерських виробів.
7	Закусочна, шинок	заклад ресторанного господарства само-обслуговування, де переважає асортимент гарячих і холодних закусок, страв нескладного приготування, призначений для швидкого обслуговування споживачів.
8	Кафетерій	заклад ресторанного господарства з самообслуговуванням та асортиментом страв нескладного приготування і напоїв, відмінною ознакою якого є наявність у торговельному залі торговельно-технологічного устаткування, призначеного для роздавання їжі.

Продовження таблиці 1.1

1	2	3
9	Їдальня	заклад ресторанного господарства для обслуговування певного контингенту споживачів з різноманітним асортиментом продукції власного виробництва і закупних товарів, в якому страви можуть надавати у вигляді скомплектованих раціонів харчування.
10	Буфет	заклад ресторанного господарства з обмеженим асортиментом готових страв і напоїв, розміщений у спеціально обладнаному приміщенні або у приміщеннях залізничного, авто-, аеровокзалів тощо, де їжу споживають стоячи чи продають на винос.
11	Фабрика–заготівельня	це заклад ресторанного господарства призначений для механізованого виробництва власної продукції та централізованого забезпечування нею інших закладів ресторанного господарства та об'єктів роздрібної торгівлі.
12	Фабрика–кухня	заклад ресторанного господарства, призначений для централізованого приготування і постачання готової їжі для споживання у різних місцях: у авіакомпаніях, у пунктах "їжа на колесах", буфетах, закладах швидкого обслуговування тощо.
13	Домова кухня	заклад ресторанного господарства, призначений для виготовлення кулінарної продукції та продажу її домашнім господарствам. Цей заклад приймає від споживачів замовлення на кулінарну продукцію, булочки та борошняні кондитерські вироби, організовує консультації з питань готування їжі, може організовувати споживання їжі на місці.

Розвиток і вдосконалювання ресторанного бізнесу сприяє постійному росту ролі організації споживання. Удосконалювання його діяльності нерозривно пов'язане з подальшим поглибленням процесу поділу праці. Ресторанний бізнес виступає специфічною сферою діяльності. На сьогоднішній день і надалі залишається дискусійним і відкритим питання про його місце в системі національної економіки. Дослідження з даної проблеми проводилися багатьма вченими, але й нині так і не сформувалася єдина точка зору із даного питання [4;

8; 13; 21; 24; 42 та ін.].

На відміну від послуг, утримування діяльності по обслуговуванню полягає, в основному, у створенні умов для оптимального, найбільш повного задоволення потреб населення в повноцінному товарі ресторанного бізнесу. А якість обслуговування включає сукупність умов, які забезпечують організацію процесів реалізації й організації споживання з метою найбільш повного задоволення конкретних потреб у кулінарній продукції й послугах [13, с.64]. Воно багато в чому визначається рівнем кваліфікації працівників ресторанного бізнесу [3, с.76]. Але для вивчення розподілу працівників за рівнем їх кваліфікації необхідні спеціальні дослідження через відсутність статистичної інформації, що займає досить багато часу для збору даних і стримує застосування керівниками цього показника в управлінні розвитком підприємства.

Використовуючи дані статистичних досліджень [35], можна сказати, що показники число місць і кількість зайнятих у ресторанному бізнесі на 10 тис. жителів характеризують рівень потенціалу галузі, тобто перспективні можливості в пропозиції послуг з організації харчування й дозвілля населення (табл. 1.2).

Дані таблиці показують, що зберігається тенденція до зниження щільності мережі. Швидкість зниження в 2010 р. становила (-2,53%) до попереднього року, до кінця 20014 р. – (-4,24%), а в 2020р. досягла (10,38%). Із статистичних даних це свідчить про постійне скорочення мережі й забезпеченості населення об'єктами ресторанного бізнесу.

Невисокими темпами збільшується середня місткість підприємств ресторанного бізнесу до 2018 р. включно, однак далі прослідковується тенденція зниження, яка зберігається й дотепер, це можна пояснити пандемією коронавірусу, коли за останні два роки заклади ресторанного бізнесу закрились, через збиткову діяльність, деякі перепрофілювались на виніс продукції, а інші просто збанкрутували.

Таким чином, отримані результати не можуть позитивно характеризувати результативність управління розвитком ресторанного бізнесу. У розрізі окремих типів підприємств і форм власності поки відсутня така інформація, що обмежує

можливість застосування в аналізі даного показника.

Таблиця 1.2

Потенціал ресторанного бізнесу України 2000-2020р.р.

Роки	Щільність мережі на 10 тис. населення, місьць	Середня місткість підприємства, місьць	Кількість зайнятих у ресторанному бізнесі, тис. чол.	Число зайнятих у ресторанному бізнесі на 10 тис. чол.	Число зайнятих у ресторанному бізнесі в загальній кількості працездатного населення, %	Забезпеченість мережею, одиниць
2000	677	58	7	1	0,16	6,8
2007	647	58	6	1	0,14	6,6
2008	616	59	9	2	0,20	6,4
2009	591	60	9	1	0,20	6,1
2010	589	61	9	1	0,19	5,9
2011	580	62	9	2	0,20	5,8
2012	574	63	9	2	0,21	5,8
2013	466	64	9	2	0,20	5,6
2014	542	66	9	2	0,20	5,4
2015	522	67	9	2	0,19	5,2
2016	496	70	9	1	0,19	5,1
2017	478	71	8	1	0,18	5,0
2018	474	70	9	1	0,18	4,7
2019	453	67	9	1	0,18	4,5
2020	406	56	9	1	0,18	4,2

* Розраховано по даними Державної служби статистики [35]

Як бачимо із даних таблиці потенціал ресторанного господарства протягом 20 останніх років суттєво не змінювався. У загальній чисельності економічно активного населення частка працівників ресторанного бізнесу упродовж останніх чотирьох років поки залишається незначною – 0,18%. У порівнянні з базовим 2000 р. збільшення даного показника склало лише 0,02%, а з 2007 р. – 0,04%. Найбільшим показник був у 2012 році, це пояснюється активізацією надання послуг, у т. ч. й у готельній і ресторанній сфері, в момент проведення в Україні Євро-2012.

1.2. Теоретичні аспекти поняття «послуга», її ознаки, властивості та показники якості у ресторанній сфері обслуговування

Як відомо, послуга – це певна специфічна категорія, яка відображає з однієї сторони відносини праці, а з іншої є ключовим пунктом для правильного розуміння сутності процесів обслуговування.

Найбільшого поширення отримало формулювання послуги як економічної категорії. Термін “послуга” був уперше розглянутий Ж.Б. Сеем у його праці “Graite d’Economic Politique”, ще у 1803 році [7, с.19].

На початку ХІХ століття французький економіст Фредерік Бастіа прийшов до висновку, що суспільний розвиток складається із послуг, які люди надають один одному.

Як зазначають науковці у своїх дослідженнях, Послуга має наступні властивості, і характеризується такими показниками:

- показники призначення;
- показники безпеки;
- показники надійності;
- показники професійного рівня персоналу [21, с.26].

Такий склад показників якості застосуємо для більшості видів послуг і орієнтований не тільки на проведення оцінки задоволеності споживачів, він також дозволяє використовувати його для проектування послуг і внутрішньої оцінки діяльності. Разом з тим у стандарті є певні дискусійні моменти. Зокрема, до показників призначення віднесений цілий ряд показників, що характеризують інші споживчі властивості послуги, такі як сумісність, ергономічність, надійність, а також показники, що характеризують основні можливості підприємства по наданню послуг, серед яких матеріально-технічна база підприємства; санітарно-гігієнічні й ергономічні умови обслуговування споживачів; етика спілкування й можливість одержання додаткових послуг. На наш погляд, їх необхідно розмежовувати.

Наведені три групи підходів визначено як альтернативні, але такими, по суті,

не є. На цій підставі можна відзначити роботи деяких авторів, підходи яких можна об'єднати в четверту групу за назвою «інтегральні».

Елізабет Гуммесон висунула ідею про те, що послуга складається з трьох елементів – обслуговування, матеріального елемента й інформаційних технологій. Якість кожного із цих елементів може бути охарактеризоване певним складом споживчих властивостей послуги (табл. 1.3).

Таблиця 1.3

Типологія споживчих властивостей послуги

Елемент	Споживчі властивості елемента		
Обслуговування	Надійність, чуйність, упевненість, емпатія		
Матеріалізація	Якість результату послуги: -надійність; -ефективність; -наявність додаткових властивостей; -відповідність технічним вимогам; - ремонтпридатність; - естетичність.	Психологічне сприйняття якості: -візуалізація; -керованість; -універсальність; -обмеження використання; -контрольованість; -простота в використанні; -відповідна реакція.	Якість фізичного оточення: -сховані фактори; -функціональність; -естетичність; -обслуговуючий персонал; -інші споживачі; -інші люди.
Інформаційні технології	Надійність, адаптованість, захищеність, простота у використанні		

Переваги такого підходу очевидні, тому що він дозволяє ідентифікувати не тільки об'єкти управління ресторанного закладу, але також їх ключові властивості, які повинні відповідати вимогам споживача. Подальша деталізація такого підходу можлива шляхом визначення конкретних показників, що характеризують окремі властивості.

Більшість підходів до визначення споживчих властивостей і показників якості послуг готельно-ресторанної сфери орієнтована на дослідження думки споживачів [24].

Послуги, що пропонуються споживачам на підприємствах громадського харчування різноманітних типів і класів згідно ГОСТР 50764-95 “Послуги громадського харчування”, поділяються на:

- послуги харчування;
- послуги по виготовленні кулінарної продукції та кондитерських виробів;
- послуги по організації споживання та обслуговування;
- послуги по реалізації кулінарної продукції;
- послуги по організації дозвілля;
- інформаційно-консультативні послуги;
- інші послуги.

Якість послуг залежить від розбіжності очікування та сприйняття клієнтів щодо фактично наданої послуги у розрізі наступних 11 складових: надійність; оперативність; здатність ефективно управляти; кастомізація; довіра; компетентність; доступність; ввічливість; безпека; комунікативність; матеріальність; знання клієнта і розуміння його потреб.

Вище зазначені елементи є тісно взаємозалежними, що дає можливість об'єднати їх у п'ять критеріїв: матеріальність, надійність, оперативність, упевненість і співпереживання.

Склад споживчих властивостей послуги ресторанного закладу наступний:

- професіоналізм і навички, що містять не тільки компетентність персоналу, але також забезпеченість ресурсами та систему управління;
- поведінка та відношення персоналу, що відображають дружнє відношення працюючих і готовність до вирішення проблем клієнта;
- доступність і гнучкість, що характеризують відповідність місця розташування й організації роботи ресторану можливостям доступу до послуг, а також можливостям його адаптації до індивідуальних вимог клієнта;
- надійність і довіра, що поєднують надійність усього закладу у цілому, його процесів і персоналу;
- відновлення послуги, що відображає здатність підприємства ресторанного господарства задовольняти скарги клієнта та виправляти недоліки послуги;

- репутація, яка дозволяє судити про прагнення ресторану до надання високоякісних послуг з урахуванням інтересів покупців при збереженні розумної ціни [21, с. 26].

На наш погляд, наведений підхід відображає лише характеристики якості надаваного обслуговування, що мають особливе значення для оцінювання послуг ресторанів, які мають так звані властивості довіри. Однак, незважаючи на певні переваги, зазначений склад показників якості послуг є не повним, і не достатньо систематизованим. Він відвертає акцент від сутності самої послуги та оцінки якості її результатів.

1.3. Структуризація сервісно-виробничого процесу у закладах ресторанного типу

Робота будь-якого закладу ресторанного господарства насамперед спрямована на задоволення потреб споживачів як у повноцінному харчуванні, так і в організації дозвілля. Оскільки саме від споживачів залежить успішність та прибутковість закладу. Виходячи з цього, анімаційна діяльність є важливою сферою забезпечення ефективного комунікування та розвитку будь-якого підприємства досліджуваної галузі [25, с. 34].

Слід зазначити, що сьогодні ресторанне господарство України набуває відносно нового поштовху у розвитку. Це стосується не лише питань дизайну, концепції, організації споживання, а й процесу приготування їжі, подачі та основних складників (інгредієнтів) складу страв.

Таким чином, ресторанна справа стає все більш креативною і залежить вже не лише від наявності асортименту страв у меню. Сучасний заклад ресторанного господарства – це складна система, у якій повинні працювати люди енергійні, цілеспрямовані, комунікабельні, повні ідей та інновацій, здатні змінювати концепцію бізнесу та адаптуватись до цих змін. Створення нового бізнесу чи

удосконалення існуючого – кропіткий процес, який пов'язаний із дослідженнями, розрахунками, аналізом та розробкою нових ідей.

Тому, у процесі нашого дослідження, ми запропонуємо проект удосконалення концепції ведення бізнесу на основі упровадження нових його напрямів у загальній діяльності досліджуваного підприємства, який буде відрізнятися від конкурентів, матиме свої неповторні особливості та цінності. З цією метою проводитимуться науково-практичні дослідження, розрахунки, аналіз результатів та впровадження проектних рішень щодо створення чайного салону на базі діючого підприємства.

Як відомо, проектування організації роботи закладу ресторанного господарства починається зі створення моделі виробничо-сервісного процесу та визначення його внутрішньої структури [31, с. 126].

У закладах ресторанного сервісу, як правило, виділяють складські приміщення двох видів: охолоджувані та неохолоджувані. Охолоджувані збірні камери передбачені для зберігання молочно-жирових продуктів, напівфабрикатів (з м'яса, птиці, риби та морепродуктів), фруктів, овочів, напоїв. Неохолоджувані приміщення складаються з комори сухих продуктів, де зберігають сипучі продукти, смакові товари та ін., комори овочів і фруктів і комори вино-горілчаных виробів.

За типовою структурною схемою виробничо-технологічний процес із виготовлення продукції ресторанного типу здійснюється у виробничому цеху, який поділяється на заготівельну ділянку (овочевий, м'ясо-рибний відділ) і доготівельну ділянку (гарячий і холодний цех), в окремих виробництвах окремо виділяють ще спеціалізований (кондитерський) цех.

У кожному цеху організуються технологічні лінії. Технологічною лінією називається ділянка виробництва, оснащений необхідним обладнанням для певного технологічного процесу. Крім цехів на виробництві є допоміжні приміщення: мийна столового посуду, мийна та комора тари тощо. Співвідношення окремих підрозділів підприємства (цехів, відділень, допоміжних приміщень) визначають структуру виробництва [30, с. 44].

Для більшості сучасних підприємств ресторанного типу характерною є також безцехова структура виробничо-сервісного обслуговування, при якій для розмежування різних технологічних процесів за видами оброблюваної сировини і способам кулінарної обробки цехи виділяються умовно.

Важливим фактором успішної роботи зазначених цехів певних закладів ресторанного обслуговування є правильна організація робочих місць. На підприємстві з безцеховою структурою виробництва організуються універсальні робочі місця, де здійснюється декілька неоднорідних технологічних операцій. У кожному виробничому цеху організують кілька робочих місць, розташованих по ходу технологічного процесу. Кожне робоче місце повинне бути забезпечене достатньою кількістю інструментів, інвентарю та посуду. Посуд та інвентар підбирають відповідно до норм оснащення.

Алгоритм здійснення ключових операцій у закладах ресторанного сервісу такий: сировина – овочі, фрукти та напівфабрикати (з м'яса, птиці, риби та морепродуктів) поступають до складських приміщень, потім на механічну кулінарну обробку і виготовлення напівфабрикатів у заготівельних цехах. Завершальним етапом є приготування готових страв і виробів у доготівельних ділянках (відділах) і реалізація їх у залах обслуговування клієнтів у відповідних закладах: ресторанах, барах, кафе, піцеріях тощо [31, с. 128].

Структурно-технологічна схема закладу формується на підставі окремих складових загального виробничого процесу кожного закладу зокрема. Розглянемо основні складові (підсистеми) традиційного логістичного ланцюга у контексті постачання- виробництво-збут.

Зокрема підсистема матеріального забезпечення (складські приміщення) має важливе значення у забезпеченні виробництва сировиною, напівфабрикатами, предметами матеріально-технічного призначення, енергетичними ресурсами.

Виробнича підсистема (заготівельні та доготівельні цехи) посідає центральне місце в системі виробничо-торгової діяльності закладу ресторанного типу, у ній сировина і напівфабрикати перетворюються на готову для потенційних клієнтів продукцію, відповідно до їх запитів, побажань і смаків.

Для приймання та зберігання сировини заклади ресторанного сервісу використовують складські приміщення та комори із стелажми. Для продукції, яка потребує відповідних умов зберігання щодо температурного режиму, зокрема напівфабрикати із м'яса, птиці, риби та морепродуктів, молочна продукція, зелень, фрукти, овочі, ягоди тощо використовуються комори, що охолоджуються або обладнані холодильним устаткуванням (холодильними та морозильними камерами).

Організаційно-обслуговуюча підсистема (торговельна мережа – торгівельні зали, оптова торгівля) здійснює функції реалізації та організації споживання готової продукції.

Управлінська підсистема, використовуючи ключові функції менеджменту, координує взаємозв'язки між усіма підсистемами закладу, намагаючись забезпечити ефективність їх функціонування у контексті реалізації замовлень потенційних споживачів з врахуванням умов фірмового сервісу та якісного надання відповідних послуг [30, с. 44].

Наступним чинником успішної роботи в цеху є правильна організація праці працівників цеху. До основних вимог організації праці на виробництві можна віднести: правильне складання виробничої програми з урахуванням специфіки продукції, що виготовляється, виробничої потужності цеху, чисельності та кваліфікації працівників; чіткий розподіл обов'язків між працівниками відповідно до їх кваліфікації і виробничим будівлею; правильний облік руху продукції і своєчасна звітність про виконану роботу.

Виробничі приміщення розташовуються, як правило, в наземних поверхах і орієнтуються на північ і північний захід. Висота виробничих приміщень повинна бути не менше 3,3 м. Стіни на висоту 1,8 м від підлоги облицьовують керамічною плиткою. У виробничих приміщеннях створений оптимальний мікроклімат (температура, вологість, швидкість руху повітря). Оптимальна температура в заготівельних та холодному цехах 16–18С °, а в гарячому 23–25С °. Відносна вологість повітря в цехах 60–70 %. Дані мікрокліматичні умови в закладі створюються шляхом влаштування припливно-витяжної вентиляції. У цехах

передбачено природне освітлення, щоб не знижувалась стомлюваність працівників і щоб запобігти травматизму.

Виробничі приміщення мають підведення гарячої і холодної води до мийних раковин. Каналізація забезпечує видалення усіх стічних вод після миття посуду та кухонних предметів і інвентарю [31, с.158].

Загалом слід зазначити, що система організації виробничо-сервісного обслуговування зі сторони закладу повинна гарантувати надання таких послуг відвідувачам, щоб вони неодмінно повертались в цей заклад знову й знову. Для цього повинна бути забезпечена бездоганна якість страв та напоїв, що пропонуються клієнтам, привітне та гостинне обслуговування зі сторони персоналу, яскравий дизайн приміщень, вишуканий посуд, організація дозвілля, можливість придбання функціональних продуктів та отримання консультацій щодо раціонів харчування, тощо.

Таким чином, все вище зазначене характеризує одну ціль – це вплив на відвідувачів, наявність якого забезпечить постійний попит на продукцію відповідного закладу ресторанного типу та складає передумови для успішного подальшого його стратегічного розвитку на ринку надання відповідних послуг в умовах формування сприятливого конкурентного середовища ведення бізнесу даного виду.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗУВАННЯ СЕРВІСНО-ВИРОБНИЧОГО ПРОЦЕСУ РЕСТОРАНУ «ЧЕРЧІЛЬ»

2.1. Загальна характеристика управлінської діяльності та системи сервісного обслуговування ресторану “Черчіль”

Ресторанний бізнес є сферою діяльності, що дуже чутливою реагує на зміни економічного клімату навіть за відносно стабільної економіки, а у випадку виникнення кризи, він зазнає значних втрат, така ситуація характерна власне для даного сегменту ринку надання послуг, особливо в умовах світової пандемії Covid-19. За статистичними даними, на сьогоднішній день, ресторанне господарство України перебуває у кризі, що відбивається на негативній динаміці показників його функціонування та розвитку.

В умовах кризових явищ та непередбачуваних обставин кожне підприємство старається втриматись на плаву, продовжувати працювати для своїх потенційних клієнтів, шукати шляхи для свого розвитку. Досліджуване підприємство – ресторан «Черчіль», брендова назва якого «W. Churchill» є відомим у місті Тернополі закладом сфери ресторанного бізнесу, яке працює на даному ринку понад 10 років. Місцезнаходження підприємства: м. Тернопіль, вул. Бродівська, 5А.

Даний ресторанний заклад – це особливе місце, куди можна прийти великою дружньою сім’єю з дітьми, галасливою компанією друзів, провести романтичне побачення, і просто відпочити у чудовій атмосфері.

У меню закладу запропоновано широке розмаїття страв європейської кухні, з перевагою власне англійських страв, які стали домінувати після реорганізації і зміни власника у цьому році. Тут кожен клієнт може знайти для себе щось смачненьке: і вегетаріанці, і любителі м’яса, і поціновувачі вишуканих десертів. Серед страв, які завжди схвалюють і залишають позитивні відгуки справжні поціновувачі кулінарних шедеврів, є закуска « Карпаччо з телятини», лосось у

сметанковому мусі з червоною ікрою, мікс салат з креветками, томатами черрі і авокадо під апельсиновим соусом, соковите м'ясо від Шефа, фірмовий шоколадний десерт «Лавакейк», який подається із морозивом та інші із загального та спеціального (додаткового) меню закладу.

Організаційно-правова форма здійснення підприємницької діяльності ресторану «Черчіль» на ринку надання послуг ресторанного господарства – приватне підприємство, яке очолює фізична особа (в даному випадку ресторатор), яка відповідно: володіє відокремленим майном, має самостійний баланс, від свого імені набуває майнові та особисті немайнові права, несе обов'язки, може бути позивачем та відповідачем у суді, арбітражному суді, має право укладати угоди.

Слід зазначити, що ресторан «Черчіль» – це організаційно-структурна одиниця у сфері ресторанного господарства, яка здійснює виробничо-торговельну діяльність: виробляє і (або) доготовляє, продає й організовує споживання продукції власного виробництва та закупних товарів, може організовувати дозвілля споживачів.

Головними особливостями ресторанного продукту є:

1. Часовий інтервал надання послуги. В умовах сучасної ринкової конкуренції швидке і якісне обслуговування є запорукою успіху. Саме якість обслуговування служить основним критерієм вибору підприємства ресторанного бізнесу відвідувачем.

2. Невідчутність. Ресторанні послуги не можна виміряти й оцінити до того, як вони представлені споживачеві.

3. Невіддільність персоналу. Персонал закладу розглядається споживачем як його невід'ємна частина. При взаємодії споживача й персоналу формується замкнений цикл відносин. Тут особливо важливо надати клієнтові якісну послугу з метою його повторного залучення в обслуговування.

4. Обмежений час зберігання. Ресторанні послуги розраховані на задоволення потреб клієнта в певний проміжок часу.

Не продана вчасно послуга вже не приносить потенційного доходу, тому що не може бути збережена в часі й просторі.

5. Сезонність попиту. Попит на продукцію ресторану є постійним, його пік попиту припадає на святкові та вихідні дні.

Ресторатор повинен обов'язково брати до уваги нерівномірність попиту, створюючи резерви основних, оборотних й інших коштів.

Ще однією особливістю ресторанних послуг, що відрізняє їх від послуг промисловості, де більшою мірою використовуються машини й автомати, є широка участь людей у ресторанному процесі. Саме вплив людського фактору на процес надання послуг викликає одну з більших проблем ресторанного бізнесу – мінливість якості та пов'язаний з нею недолік стандартизації. Для вирішення цієї проблеми у більшості підприємств розробляють власні стандарти обслуговування – систему обов'язкових для виконання норм обслуговування клієнтів, покликаних гарантувати необхідний рівень якості надаваних послуг. Стандартизація допомагає визначити критерії оцінки рівня обслуговування й діяльності персоналу.

Таким чином, однією з найважливіших складових успіху для підприємств ресторанного бізнесу є наявність кваліфікованого й гарне навченого персоналу. Від якості взаємодії працівників, їх здатності створити певну атмосферу для клієнтів прямо залежить прибуток.

1. Залежність від зовнішнього середовища. На рівень продажів і ефективність ведення бізнесу сильно впливає зовнішнє середовище підприємства ресторанного бізнесу.

2. Висока частка постійних витрат. У сфері ресторанного бізнесу високі витрати на: оренду, технічне постачання, ремонт, обслуговування встаткування, витрати на енергію, заробітну плату персоналу – не залежні від обсягу виробництва. Більша частка власного капіталу йде на розвиток, пов'язане з довгостроковою перспективою.

Специфіка ресторанного бізнесу така, що власник підприємства найчастіше є його керуючим. Саме він формує концепцію, визначає спрямованість і

стиль. Контроль над виробничими процесами, що відбуваються на кухні, здійснює шеф-кухар та су-шеф. Він підпорядковується безпосередньо керівнику або його заступнику.

Звичайно, що шеф-кухар має відношення лише до одного підприємства ресторанного бізнесу, його ім'я асоціюють власне з місцем, де він працює, і вся майстерність, якою він володіє, скеровується для розкручування бренду закладу і забезпечення його відомості, популярності, іміджу на ринку ресторанних послуг регіону. Навіть якщо найнятий шеф-кухар ще не знаменитий, але дуже працюючий, володіє майстерністю, креативністю та іншими позитивними характеристиками ресторатор може посприяти його професійному розвитку. Це буде гарний внесок в основного співробітника підприємства ресторанного бізнесу, що піднімає престиж та імідж усього закладу.

Своє враження про підприємство ресторанного бізнесу клієнт формує в значній мірі від рівня обслуговування, де важлива роль приділяється офіціантові. Багато в чому саме від його професіоналізму залежить враження, яке складеться у клієнта про заклад, де його обслуговували. І саме він є одним з найважливіших джерел інформації про клієнтів – чудово орієнтується у їх запитках і побажаннях.

Будь-яке ресторанне підприємство, у т. ч. й досліджуване – ресторан “Черчіль”, повинно періодично удосконалювати систему виробничо-сервісного обслуговування. Постійне вдосконалювання ресторанних технологій здійснюється з метою втримання конкурентних позицій на ринку та забезпечує відповідний конкурентний статус. Новітнє устаткування дозволяє суттєво скоротити процес приготування їжі, зберігаючи при цьому всі корисні властивості продуктів і збільшуючи строки зберігання готових страв. Окрім того, сучасне обладнання та інвентар допомагають в оптимізації процесу обслуговування, роблячи його більш швидким і якісним.

Однак деякі ресторатори свідомо не використовують новітнє устаткування, тому що вважають, наприклад, що необхідно зберегти традиції домашньої кухні, у цьому випадку додаткова конкурентна перевага здобувається за рахунок іміджу

закладу чи окремих його так би мовити «родзинок» в меню, технології приготування страв чи обслуговування.

Ресторатор, маючи на руках бізнес-план підприємства, і збираючись приступити до практичної реалізації будь якого проекту щодо удосконалення виробничо-сервісного обслуговування приходять до висновку, що наявні в продажі або оренді приміщення необхідно допрацьовувати, відкривати щось нове, втілювати в життя новації. В іншому випадку заклад просто з часом стає непопулярним, знижується його імідж, статус, а відповідно й прибутки. Він стає інвестиційно непривабливим і не цікавим для відвідувачів. Є загальні правила впливу на людську психіку: у закладі ресторанного бізнесу треба створити майже домашню обстановку, комфорт і затишок. Не даремно використовується, наприклад, невимушене світло, яке створює так би мовити відчуття замкнутості приміщення, захищеності, при цьому багато недоліків архітектури не видні. Облаштування закладу та меблів, наприклад із деревини, цегли, з товстого бруса також створюють враження надійності, стабільності й заспокоюють клієнта, щоб він думав тільки про своє замовлення й одержував задоволення від обслуговування, їжі та перебування у даному місці.

Формуючи систему виробничо-сервісного обслуговування ресторанного закладу, над його загальним виглядом, дизайном, інтер'єром слід подумати завчасно, ще стадії проекту створення чи оновлення (удосконалення).

Професійно-кваліфікаційний склад працівників виробництва й обслуговуючого персоналу має забезпечувати виконання усіх вимог згідно з посадовими інструкціями та штатним розписом закладу. Інформацію про тип і клас закладу, належність, режим його роботи потрібно розміщувати на фасаді приміщення.

Працівники у даному закладі працюють чесно та сумлінно, дотримуються дисципліни праці, своєчасно та точно виконують розпорядження власника, підвищують продуктивність праці, поліпшують якість продукції, дотримуються технологічної дисципліни, вимог по охороні прані, техніці безпеки та виробничій санітарії. Доповненням до режиму роботи, встановленого на підприємстві, є

графіки змінності, графіки відпусток та інші нормативні документи, що регулюють час роботи та відпочинку працюючих.

Завітавши у ресторан “Черчіль”, тут кожен знаходить собі страву до душі. Гостей приваблює тепла атмосфера, незмінна якість страв, спокійна, затишна обстановка. Багато місцевих мешканців та гостей міста Тернопіль люблять заходити у цей заклад.

Структура управління ресторану “Черчіль” є функціональною. Кожен орган управління спеціалізується на виконанні окремих видів управлінської діяльності. Виконання вказівок функціональних підрозділів є обов’язковим для виробничих підрозділів. Перевагою такої структури є висока компетентність функціональних керівників. Організаційна структура управління ресторану “Черчіль” є адаптивною, оскільки, здатна пристосовуватись до змін, які відбуваються у зовнішньому середовищі та адекватною, оскільки, має в собі відповідність параметрам керованої системи. Проте, їй притаманна спеціалізація, оскільки існує обмеження та конкретизація сфери діяльності кожної керуючої ланки. Не виникають труднощі для персоналу у розумінні та пристосуванні до такої форми управління.

Послуга – це трудова доцільна діяльність, результати якої відображаються у корисному ефекті, особливій споживчій вартості. Особливістю послуги є збіг у часі та в просторі процесів виробництва, реалізації і споживання її споживчої вартості. Виробництво послуг може бути, а може і не бути пов’язане з товаром в його матеріальному вигляді.

Послугам у ресторанній сфері притаманні чотири характеристики:

1. Послуги невідчутні. Їх неможливо побачити, спробувати на смак, почути чи понюхати до моменту придбання. Покупець змушений просто вірити продавцю на слово.

Для зміцнення довіри до себе з боку клієнтів постачальник послуг може прийняти ряд конкретних заходів. По-перше, він може підвищити відчутність свого товару. По-друге, для підвищення ступеня довіри підприємство може придумати для своєї послуги марочну назву, наприклад, обслуговування “На

червоному килимі” (тобто як високих почесних гостей) тощо. По-третє, для створення атмосфери довіри підприємство ресторанного господарства може залучити до пропаганди своєї послуги яку-небудь знаменитість.

2. Послуга невід’ємна від свого джерела, чи то людина або машина, тоді як товар у матеріальному вигляді існує незалежно від присутності або відсутності його джерела.

3. Непостійність якості. Якість послуг коливається в широких межах залежно від їх постачальників, а також від часу і місця їх надання. Для забезпечення контролю якості послуг, фірми можуть провести такий захід, як виділити кошти для залучення і навчання по-справжньому гарних фахівців. Ресторани та готелі витрачають значні суми на навчання обслуговуючого персоналу мистецтву надання добротних послуг.

4. Незбереженість. Послуги неможливо зберегти. В умовах постійності попиту не збереженість послуги не є проблемою, тому що можна завчасно належним чином скомплектувати організацію. А от якщо попит коливається, перед фірмами послуг постають серйозні проблеми. Наприклад, з урахуванням потреби в перевезеннях замовлених обідів в офіс у години пік підприємствам ресторанного господарства доводиться мати набагато більше транспортних засобів, ніж це було б необхідно при незмінному рівні попиту протягом усього дня.

У нормативних документах наведений перелік послуг ресторанного господарства та основні вимоги щодо їх надання. Послуги, що надаються споживачам на підприємствах ресторанного господарства, визначаються як:

- послуги харчування;
- послуги з виготовлення кулінарної продукції і кондитерських виробів;
- послуги з організації споживання й обслуговування;
- послуги з реалізації кулінарної продукції;
- послуги з організації дозвілля;
- інформаційно-консультативні послуги тощо [34, с. 41].

Послуги ресторанного господарства визначаються виконавцем (підприємством ресторанного господарства) відповідно до його типу (а для ресторанів і барів – їх класом), і якщо це передбачено нормативними актами України – підтверджуються органом сертифікації відповідно до державного стандарту. Підприємства ресторанного господарства, які реалізують алкогольні, тютюнові вироби, зобов'язані мати ліцензію на цей вид діяльності. У випадку тимчасового припинення надання послуг (для проведення планових санітарних днів, ремонту та в інших випадках) підприємство зобов'язане своєчасно надати споживачу інформацію про дату та терміни припинення своєї діяльності та повідомити органи місцевого самоврядування.

Послуги ресторанного господарства незалежно від типу підприємства повинні:

- відповідати цільовому призначенню;
- точно та своєчасно надаватися;
- бути безпечними й екологічними;
- бути ергономічними та комфортними;
- бути естетичними;
- відповідати культурному обслуговуванню;
- бути соціально адресованими;
- бути інформативними [34, с. 44].

Виробник продукції, послуг ресторанного господарства повинен знати, що його діяльність регламентується низкою нормативних документів, законодавчих актів, правил. Нормативні документи закріплюють обов'язки за окремими підрозділами та службами, посадовими особами підприємства ресторанного господарства, визначають порядок їх взаємодії та субординації, регламентують процес виконання різних операцій під час надання послуг ресторанного господарства. Стратегія високої якості та безпеки послуг на підприємстві ресторанного господарства передбачає постійну й особисту участь керівництва у виробничих питаннях. З цією метою кожне підприємство ресторанного господарства як правило, незалежно від типу і класу та форми приналежності,

розробляє та впроваджує стандарт обслуговування. Це підтвердить та забезпечить заявлений рівень якості та безпеки послуг, які воно надає, з метою захисту інтересів споживачів.

Між рівнями та ланками управління ресторанного підприємства поступово налагоджуються раціональні зв'язки, інформація передається вчасно, точно та достовірно, оскільки існує внутрішньо фірмова мережа. Кожен орган управління ресторану “Черчіль” спеціалізується на виконанні окремих видів управлінської діяльності. Виконання вказівок функціональних підрозділів є обов'язковим для виробничих підрозділів. Перевагою такої структури є висока компетентність функціональних керівників. На підприємстві існує демократичний стиль управління, якому притаманні високий ступінь децентралізації влади, самоконтроль у процесі роботи та контроль керівника по її завершенні, невимушеність у спілкуванні, активна участь підлеглих у прийнятті рішень, вплив переконання, влада винагороди.

Господарські операції відображені в обліку методом суцільного та безперервного документування. Основні засоби відображені в обліку за фактичними витратами на їх придбання, доставку встановлення, спорудження або виготовлення. Нарахування амортизації основних засобів проводиться у відповідності з податковим законодавством України. Амортизація нараховувалась методом зменшення залишку, шляхом використання встановлених норм до залишкової вартості основних засобів на початок звітнього періоду.

Запаси включають сировину та матеріали, паливо, запасні частини, готову продукцію, малоцінні та швидкозношуючі продукти на складі. Вони обліковуються за собівартістю, яка включає витрати на придбання, доставку.

У ресторані “Черчіль” застосовується обслуговування персоналом, так як комфорт грає, більш важливу роль, ніж чинник часу обслуговування. Сучасна технологія, обладнання та організація обслуговування дозволяють забезпечити приготування їжі протягом декількох хвилин і високу пропускну спроможність залу. В умовах зростаючої конкуренції значний розвиток одержує нова технологія масового обслуговування.

На даний момент заклад успішно працює і має грандіозні плани щодо удосконалення системи виробничо-сервісного обслуговування. Серед визначених напрямів удосконалення увагу слід звернути на зміну окремих постачальників продуктів харчування, алкогольних напоїв, посуду тощо. Зараз проводиться косметичний ремонт закладу, планується розширення діяльності за рахунок облаштування одного із залів під чайний салон в англійському стилі.

Внутрішня система обслуговування та розрахунків в закладі, здійснюється за допомогою програми "TRIO". Заклад систематизований на отримання замовлень через притер, які стоять на кожному процесі, які зв'язані між собою внутрішньою мережею інтернет, з допомогою цього легко прослідкувати весь процес в он-лайн. Корекція меню у програмі може здійснювати головний адміністратор закладу. Також є свої розподілення можливостей в програмі, згідно займаної посади. Кожні дві неділі проходить переоблік продукції в закладі. З допомогою програми "TRIO" можемо бачити фактичні залишки продукції та їх прихід у товарному вигляді. Якщо є мінуси по процесам, тоді вони вираховуються з робітників. Тут не має системи, яка списує мінуси на рахунок підприємства, так як це приватний бізнес тут спостерігається все до дрібниць.

Важливою проблемою є кваліфікований персонал, зі знанням іноземних мов. Також на організацію обслуговування впливає не своєчасне постачання товару, неправильний розрахунок коштів на закупку чи розрахунок самого товару. В наш час інколи не можливо розрахувати скільки тобі треба того чи іншого, завжди робиш запаси сировини з врахуванням можливих термінів поставок.

Можна перерахувати, ще багато причин, які впливають власне на організацію виробничо-сервісної роботи, але в кожному закладі вони свої, можна було б додати зміну кадрів, недостатню заробітну плату, некоректний графік роботи, невідповідна кваліфікація персоналу і інші, проте на даному підприємстві ці питання стоять наразі не на першому місці.

2.2. Аналізування основних техніко-економічних показників діяльності ресторану “Черчіль”

З метою удосконалення системи виробничо-сервісного обслуговування попердньо проведемо аналіз основних техніко-економічних показників досліджуваного підприємства та оцінимо його фінансовий стан.

Основні результати виробничо-господарської діяльності ресторану “Черчіль” подано у таблиці 2.1.

Таблиця 2.1

Аналіз показників ефективності виробничо-господарської діяльності ресторану «Черчіль» за 2020-2021 роки

№ н/п	Показники	2020 рік	2021 рік	Відхилення	
				+/-	%
1	2	3	4	5	6
1.	Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції, надання послуг, грн.	852840	624510	-228330	-26,8
2.	Собівартість реалізованої продукції, грн.	593 560	493 140	-62370	-13,8
3.	Прибуток від реалізованої продукції, грн.	259280	131370	-127910	-49,3
4.	Рентабельність реалізованої продукції, % $p.3/p.2 * 100\%$	43,68	26,63	-17,05	-39,1
5.	Чистий прибуток, грн.	191540	101830	-89710	-46,8
6.	Вартість активів, грн.	698300	784580	86280	12,4
7.	Рентабельність виробництва, % $p.5/p.6 * 100\%$	27,4	13,0	-14,4	-52,5
8.	Рентабельність продукції, % $p.5/p.3 * 100\%$	42,4	26,2	-16,2	-38,2
9.	Середньорічна вартість основних фондів, грн.	343690	343340	-350	-0,2
10.	Чисельність працівників, чол.	23	17	-6	-26,1
12.	Фондоозброєність основними фондами, тис. грн./чол. $p.9/p.10$	14943	20196	14943	35,2

Продовження табл.2.1

1	2	3	4	5	6
13.	Фондовіддача основних фондів	4,95	3,63	-1,32	-26,7
14.	Фондомісткість продукції	0,21	0,28	0,07	33,3
15.	Продуктивність праці, грн.	37080	36 736	-344	-0,9
16.	Середньомісячна заробітна плата 1-го працівника, грн.	11600	12700	1100	9,5
17.	Дебіторська заборгованість, грн	22700	30170	7470	32,9
18.	Кредиторська заборгованість, грн	20170	7990	-12180	-60,4

З даних таблиці 2.1 можна зробити висновок, що результати господарської діяльності ресторану «Черчіль» за 2021 рік дещо погіршилися у порівнянні з 2020 роком. Зокрема бачимо, що чистий дохід (виручка) від реалізації продукції зменшилася на 190280 грн. (26,8 %). При цьому собівартість реалізованої продукції зменшилась на 62370 грн. (13,8%).

Прибуток від реалізації продукції зменшився на 127910 грн. (49,3%), а отже, і рентабельність реалізованої продукції зменшилась на 39,1 %, у порівнянні з базовим роком 2020 роком.

Однак бачимо, що у 2020-2021 рр. підприємство було прибутковим, хоча прибуток зменшився на 89710 грн. у порівнянні з 2020 роком.

Вартість активів збільшилась на 86280 тис. грн. (12,4%), проте, через зменшення прибутку, рентабельність виробництва зменшилась на 14,4%. Зменшилась також рентабельність продукції підприємства на 16,2%.

Чисельність працівників за 2021 рік також зменшилась на 6 чоловік, зменшилась і продуктивність праці на 344 грн.(0,9%).

Середньорічна вартість основних фондів зменшилась на 350 тис. грн. (0,2%), зменшилась відповідно й фондівіддача на 1,32 (26,7%), збільшилась відповідно фондомісткість продукції на 0,07 (33,3%).

Позитивним явищем для роботи підприємства стало зниження кредиторської заборгованості на 12180 тис. грн. (60,4%), однак зросла дебіторська заборгованість на 7470 тис. грн. (32,9%).

2.3. Аналіз фінансового стану ресторану «Черчіль» у контексті удосконалення системи виробничо-сервісного обслуговування закладу

Аналіз фінансового стану та прибутковості ресторану «Черчіль» проведемо в розрізі його платоспроможності за допомогою показників ліквідності, зокрема: коефіцієнту абсолютної ліквідності, коефіцієнту поточної ліквідності, коефіцієнту загальної ліквідності, використовуючи відповідні формули для розрахунку. Вихідними даними для здійснення обчислень є фінансова звітність підприємства – баланс та звіт про фінансові результати станом на 01.01.2022.

Динаміку зазначених показників простежимо у таблиці 2.2 та рис. 2.1.

Таблиця 2.2

Показники ліквідності ресторану «Черчіль» за 2020-2021 рр.

№ п/п	Показники	Рекомендоване значення	2020 рік	2021 рік	Відхилення (+/-)
1.	Коефіцієнт абсолютної ліквідності	> 0,2	16,2	44,9	28,7
2.	Коефіцієнт поточної ліквідності	> 1	16,3	49,9	33,6
3.	Коефіцієнт загальної ліквідності	2	25,3	76,7	51,4

З проведених розрахунків видно, що у ресторані «Черчіль» за звітний період 2020-2021 років усі показники ліквідності є високим і значно перевищують нормативи вказаних значень.

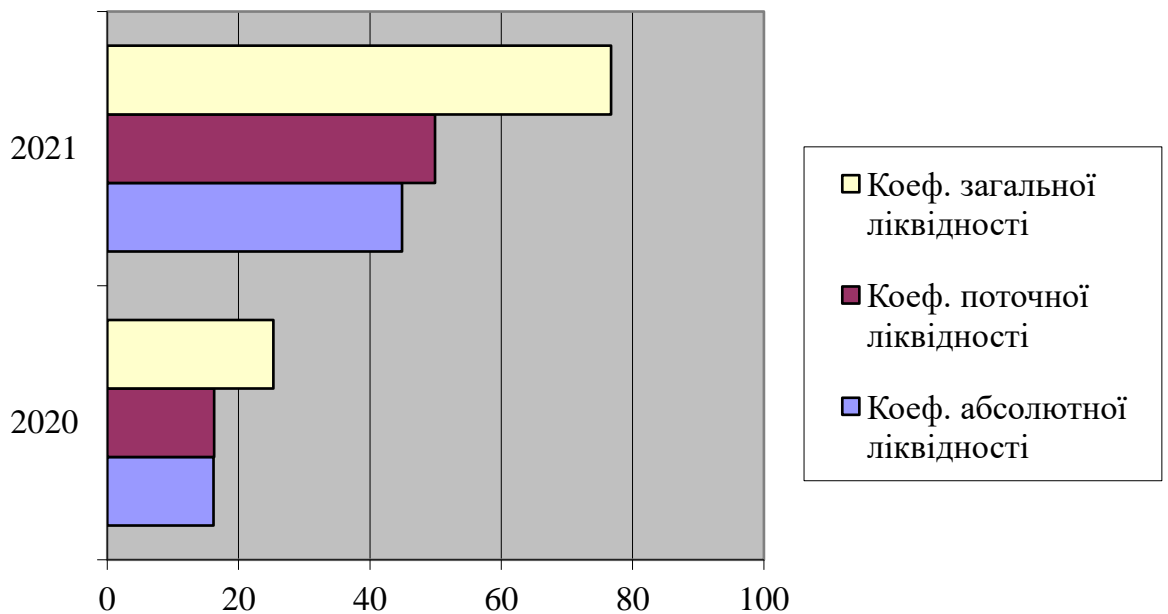


Рисунок 2.1. Показники ліквідності ресторану «Черчіль» за 2020-2021рр.

Аналіз фінансової стійкості ресторану «Черчіль» проведемо за показниками: фінансової незалежності (автономії); фінансової залежності; фінансової стабільності; фінансового ризику; коефіцієнта загальної заборгованості; концентрації власного капіталу; концентрації позиченого капіталу; співвідношення позиченого і власного капіталу, розрахунок яких проведемо за відомими формулами.

Детальний аналіз за вказаними вище показниками представлено у таблиці 2.3. Виходячи з її даних можна зробити висновок, що фінансовий стан підприємства є стійким. Коефіцієнт фінансової незалежності за останній рік є більшим за рекомендоване значення 0,5, це означає, що підприємство володіє власними коштами в достатній кількості. За 2021 рік цей коефіцієнт збільшився на 0,02. Відповідно коефіцієнт фінансової залежності за останній рік є меншим рекомендованого значення 0,5, за 2021 рік він зменшився на 0,02. Такі тенденції у фінансовому стані підприємства є позитивними на сьогоднішній день і свідчать, що підприємство є фінансово стійким. Коефіцієнт фінансової стабільності є більшим за 1, у 2021 році він збільшився на 64,5. Це означає, що власний капітал є більшим від позиченого.

Показники фінансової стійкості ресторану «Черчіль» за 2020-2021 рр.

№ н/п	Показники	Рекомендоване значення	2020 рік	2021 рік	Відхилення (+/-)
1.	Коефіцієнт фінансової незалежності	>0,5	0,97	0,99	0,02
2.	Коефіцієнт фінансової залежності	<0,5	0,03	0,01	-0,02
3.	Коефіцієнт фінансової стабільності	1:1	32,7	97,2	64,5
4.	Коефіцієнт фінансового ризику	1:1	0,03	0,01	-0,02
5.	Коефіцієнт загальної заборгованості		0,03	0,01	-0,02
6.	Коефіцієнт концентрації власного капіталу	max	0,97	0,99	0,02
7.	Коефіцієнт концентрації позиченого капіталу	min	0,03	0,01	-0,02
8.	Коефіцієнт позиченого і власного капіталу	min	0,03	0,01	-0,02

Як бачимо із даних таблиці, коефіцієнт фінансового ризику є доволі низьким, за 2021 рік він зменшився на 0,02. Це означає, що частка позиченого капіталу зменшується в загальному капіталі, а отже, зменшується поступово і ризик.

Коефіцієнт загальної заборгованості за останній рік також має тенденцію до зниження. Цей коефіцієнт у 2021 році також зменшився на 0,02.

Коефіцієнт концентрації власного капіталу є більшим за коефіцієнт концентрації позиченого капіталу, він збільшився за 2021 рік на 0,02.

Коефіцієнт співвідношення позиченого і власного капіталу має тенденцію до зниження, він зменшився на 0,002 за 2021 рік. Це є позитивним явищем для роботи підприємства. Отже, підприємство володіє власним капіталом в достатній кількості для того, щоб бути незалежним в здійсненні своєї діяльності.

Загалом, аналізуючи фінансовий стан підприємства ресторану «Черчіль» за 2020-2021рр. слід відмітити, що простежується тенденція стабілізації і покращення фінансового стану підприємства загалом, воно є фінансово стійким.

Аналіз ділової активності підприємства за останні роки проведемо з врахуванням таких показників як: загального коефіцієнта ділової активності; коефіцієнта використання фінансових ресурсів; коефіцієнта оборотності оборотного капіталу; частки оборотного капіталу в структурі капіталу підприємства, скориставшись при цьому відповідною методикою .

Детальний аналіз з врахуванням вище вказаних показників проведено в наступній таблиці.

Таблиця 2.4

Показники ділової активності ресторану «Черчіль» за 2020-2021 рр.

№п/п	Показники	2020 рік	2021 рік	Відхилення (+/-)
1.	Коефіцієнт ділової активності	1,22	0,80	-0,42
2.	Коефіцієнт ефективності використання фінансових ресурсів	1,02	0,66	-0,36
3.	Тривалість обігу фінансових ресурсів, днів	257	363	105
4.	Коефіцієнт оборотності оборотного капіталу	1,63	1,02	-0,61
5.	Тривалість 1-го обороту оборотного капіталу, днів	224	358	134
6.	Доля оборотного капіталу, %	74,9	78,1	3,2

З даних таблиці 2.4 можна зробити висновок, що ділова активність підприємства є досить високою. Однак за 2021 рік деякі показники дещо знизилися. Коефіцієнт ділової активності зменшився на 0,42, коефіцієнт ефективності використання фінансових ресурсів на 0,36, коефіцієнт оборотності оборотного капіталу на 0,61.

Тривалість обігу фінансових ресурсів та тривалість 1-го обороту оборотного зросли відповідно на 105 та 134 дні.

Позитивною тенденцією в діяльності підприємства є збільшення частки оборотного капіталу в загальній сумі його капіталу, зокрема за 2021 рік вона зросла на 3,2%.

Загалом, на підприємстві простежується тенденція щодо стабілізації і покращення фінансового стану.

Крім аналізу фінансового стану підприємства слід провести аналіз його прибутковості. За методологічну основу такого аналізу на підприємствах будь-якої форми власності беруть чинну модель формування та використання прибутку. Аналіз структурних складових прибутку представлений у наступній таблиці.

Таблиця 2.5

Аналіз прибутковості ресторану «Черчіль» за 2020-2021 р.р.

№ н/ п	Показники	2020 рік	2021 рік	Відхилення	
				+/-	%
1.	Прибуток від реалізації продукції, послуг	259280	131370	-127910	-49,30
2.	Прибуток від операційної діяльності	213460	83580	-129880	-60,8
3.	Прибуток від звич. діяльності:	258460	138490	-119970	-46,4
	- до оподаткування - після оподаткування	191540	101830	-89710	-46,8
4.	Чистий прибуток	191540	101830	-89710	-46,8

Якщо проаналізувати структуру складових прибутку підприємства, то можна зробити висновок, що у ресторані «Черчіль» у 2021 році усі складові прибутку зменшились: прибуток від реалізації продукції та послуг на 127910 грн. (49,3%), прибуток від звичайної діяльності до оподаткування на 119970 грн. (46,4%), чистий прибуток на 89710 грн. (46,8%).

Таким чином, необхідно провести заходи для покращення ефективності діяльності досліджуваного підприємства та покращення його системи виробничо-сервісного обслуговування.

РОЗДІЛ 3

УДОСКОНАЛЕННЯ СЕРВІСНО-ВИРОБНИЧОГО ПРОЦЕСУ РЕСТОРАНУ «ЧЕРЧІЛЬ»

3.1. Обґрунтування проекту створення чайного салону у структурі ресторану “Черчіль”

Майбутня робота досліджуваного нами закладу ресторанного господарства – ресторану «Черчіль» буде постійно вдосконалюватися. Тому, на момент відкриття оновленого закладу і у подальшій його діяльності, необхідно сформувати стратегічні орієнтири розвитку та обрати стратегію щодо розширення сфери діяльності даного підприємства у контексті використання інструментарію стратегічного управління.

Як відомо, стратегічне управління здійснюється в контексті місії організації, і його основна задача полягає в тому, щоб забезпечити взаємозв'язок місії з основними цілями організації в умовах змінного економічного середовища. Стратегічне управління стосується й цілей, і засобів. У площині цілей воно вимальовує загальні контури майбутнього організації; в якості засобів – показує, як ця ціль повинна досягатися. Отже, стратегічне управління – це прогнозоване управління, пов'язане з розробкою і концептуалізацією уявлень про те, куди прямує підприємство. Стратегічне управління повинне суміщатися з практикою поточного управління. З огляду на це, завжди необхідно пам'ятати, що стратегія – це засіб для створення додаткової вартості [1, с.65].

Виходячи з цього, робота із розроблення стратегії для нашого досліджуваного підприємства, яке буде в майбутньому функціонувати як ресторанний заклад, що поєднує діяльність діючого ресторану та проєктованого чайного салону включатиме три ключові стадії.

Суть першої стадії полягає у опрацюванні проєкту для втілення нової ідеї, який починається з розробки концепції створення нового бізнесу і прийняття рішень і дій рішень, які закладаються в його основу. У межах роботи над

концепцією майбутнього бізнесу: а) здійснюється пошук інноваційної підприємницької ідеї; б) вибирається сфера діяльності для реалізації ідеї; в) обґрунтовується доцільна форма організації бізнесу; г) вирішується спосіб здійснення бізнесу у запропонованому комплексному форматі.

Суть другої стадії полягає у наявності концепції власної ідеї, що ставить перед людиною велику кількість запитань. Чим його бізнес відрізнятиметься від бізнесу конкурентів? Що сприятиме або заважатиме його становленню та розвитку? Якими мають бути програми дій та пріоритети діяльності майбутнього бізнесу? Отримати відповіді на них – це завдання підготовчої стадії розробки проекту, що реалізовується у такій послідовності:

- збирається та аналізується маркетингова, виробнича, фінансова й загальноекономічна інформація про майбутній бізнес;
- з'ясовуються сприятливі можливості та загрози розвитку бізнесу в зовнішньому середовищі;
- оцінюються сильні та слабкі сторони підприємства;
- визначається місія фірми, тобто головне призначення;
- формулюються конкретні цілі діяльності фірми, тобто чітко визначається те, чого фірма хоче досягти за певний проміжок часу;
- аналізуються стратегічні альтернативи та вибирається стратегія діяльності підприємства.

Суть третьої стадії полягає у безпосередньому опрацюванні розробленого проекту. Основна мета даного етапу – довести економічну доцільність створення обраного бізнесу, переконливо показати, як саме гроші чи інші ресурси потенційного інвестора забезпечать йому очікуваний прибуток. Сформульовані на першому і другому етапах концепція, місія, цілі та стратегія майбутнього бізнесу утворюють «каркас» проекту, визначають його спрямованість, логіку побудови і зміст відповідних рішень.

З огляду на це доцільним у даному розділі буде моделювання фірмового виробничо-сервісного обслуговування на основі реалізації запропонованого інноваційного проекту розвитку досліджуваного підприємства.

У концепції удосконалення сервісно-виробничого процесу досліджуваного підприємства – ресторану «Черчіль» пропонуємо інноваційний напрямок його розвитку – створення чайного салону у традиційному англійському стилі.

Для цього першочергово нами було проведено аналіз існуючого ринку, його цільової аудиторії, на предмет його місткості, сегментації потенційних споживачів за вподобаннями відносно запропонованого оновленого меню даного закладу, сподівань та побажань щодо удосконалення і надання нових послуг у сфері виробничо-сервісного обслуговування.

З цією метою було проведено також опитування потенційної аудиторії споживачів запропонованих послуг, результати якого відображені у таблиці 3.2.

У даному контексті ми першочергово проаналізували ринок споживачів досліджуваного мікрорайону (на основі коефіцієнту внутрішньоміської міграції та забезпеченості) та визначили основний сегмент потенційних клієнтів.

Коефіцієнт внутрішньоміської міграції розраховуємо за формулою [1]:

$$Q = [(N_1 - (N_3 + N_2)) * K_1] / N_1, \quad (3.1)$$

де N_1 – відповідно чисельність проживаючого в районі населення (близько 15200 чол. - район між Центром та Новим Світом, за даними Головного управління статистики в Тернопільській області станом на кінець 2021 року);

N_2 – прибулі на даний час особи (3000 чол.);

N_3 – вибулі з району (2000 чол.);

K_1 – коефіцієнт, який враховує співвідношення самодіяльного та несамодіяльного населення (0,3 -1).

Підставивши дані у формулу 3.1 отримуємо:

$$Q = (15200 - (3000 + 2000) * 0,67) / 15200 = 0,78$$

Необхідну кількість місць у закладах ресторанного господарства визначаємо за формулою 3.2:

$$P = \frac{N \cdot Q \cdot n}{1000} \quad (3.2)$$

де P – необхідна кількість місць в мережі закладів ресторанного господарства;

N – населення, що мешкає у мікрорайоні, осіб – 15200;

Q – коефіцієнт внутрішньо міської міграції – 0,78;

n – норматив місць на 1000 жителів, місць – 40.

Підставивши дані у формулу 3.2, отримуємо:

$$P = 15200 \cdot 0,78 \cdot 40 / 1000 = 470 \text{ місць}$$

Розраховані дані кажуть нам про те, що для задоволення потреб жителів досліджуваного мікрорайону потрібно 470 місць у закладах ресторанного господарства. На основі власних маркетингових досліджень, було встановлено, що загальна кількість місць у закладах ресторанного господарства на сьогодні є меншою і становить десь біля 300 місць. Отже, можна з упевненістю стверджувати, що серед жителів даного району незадоволений попит на місця у закладах ресторанного господарства і він становить 170 місць ($470 - 300 = 170$).

Виходячи з цього, удосконалений заклад ресторанного господарства у складі ресторану «Черчіль» із 70 посадковими місцями та запропонований чайний салон місткістю 30 посадкових місць в англійському стилі зможе частково задовольнити потребу населення у закладах ресторанного господарства даного району.

Окрім кількості необхідних місць ми також визначили, що саме потрібно потенційним споживачам, тобто яким вони хотіли б бачити оновлений заклад і чи відповідає запланована нами концепція очікуванням населення. Тому ми провели дослідження думки потенційних споживачів шляхом анкетного опитування.

Для цього першочергово визначено величину репрезентативної вибірки і необхідна кількість таких опитувань, за формулою 3.3:

$$n = \frac{z^2 \cdot p \cdot q}{e^2}, \quad (3.3)$$

де n – обсяг вибірки;

z – нормоване відхилення, обране виходячи зі ступеню довіри (табл. 3.1);

p – прийнята варіація для вибірки (наприклад 50%);

q = (100-50);

e – допустима похибка ($\pm 10\%$).

Таблиця 3.1

Значення нормованого відхилення оцінки (z) від середнього значення

Ступінь довіри, %	60	70	80	85	90	95	97	99	99,7
z	0,84	1,03	1,29	1,44	1,65	1,96	2,18	2,58	3,0

Розрахована ступінь довіри становить 90%; відхилення буде складати 1,65. Отже, згідно формули 3.3, обсяг вибірки складе:

$$n = 1,65^2 \times (50 \times 50) / 10^2 = 68 \text{ чол.}$$

Таким чином, ми визначили, що на 1000 потенційних споживачів даного району нам потрібно провести опитування у 68 осіб.

Розроблена анкета щодо опитування населення у досліджуваному районі представлена у додатку А. За її змістом ми провели опитування у 68 осіб м. Тернополя. Узагальнюючі результати анкетування зведено у таблицю 3.2

Таблиця 3.2

Аналіз анкетного опитування щодо необхідності створення чайного салону

Запитання	Варіант відповіді	Кількість		Частка якісних відповідей, %
		осіб	%	
1	2	3	4	5
1. Ваш вік	18-25	19	28	89
	25-35	17	25	80
	35-45	14	21	91
	45-55	13	19	79
	більше 55	5	7	80

Продовження табл. 3.2.

1	2	3	4	5
2. Ваша стать	Чоловіча	32	47	100
	Жіноча	36	53	100
3. Освіта	Без освіти	6	9	70
	Середня	18	26	69
	Незакінчена вища	19	28	82
	Вища	25	37	90
4. Чим Ви займаєтесь (вид зайнятості)?	Студент	14	21	96
	Турист	8	12	85
	Офісний працівник	25	37	90
	Домогосподарка	7	10	74
	Безробітний	5	7	100
	Підприємець	9	13	92
5. Як часто Ви відвідуєте заклади ресторанного господарства?	Кожен день	9	13	89
	3-4р. на тиждень	24	36	84
	3-4р. на місяць	18	26	80
	Менше 1р. на місяць	17	25	95
6. В який час Ви найчастіше відвідуєте заклади ресторанного господарства?	До 12 години	4	6	65
	З 12 до 15 години	34	50	79
	З 15 до 18 години	12	18	82
	З 18 до 24 години	18	26	54
7. З якою метою Ви відвідуєте заклади ресторанного господарства?	Харчування	22	32	68
	Відпочинок	23	34	49
	Ділова зустріч	10	15	67
	Святкова подія	13	19	57
8. Ваше відношення до технологічних інновацій у сфері закладів ресторанного господарства?	Позитивно	60	88	78
	Негативно	8	12	38
9. Які Ваші доходи в місяць?	5000-10000	8	11	85
	10000-15000 грн.	31	46	56
	15000-20000 грн.	16	24	86
	більше 20000 грн.	8	12	46
	не відповіли	5	7	75
10. Скільки грошей Ви можете дозволити за 1 відвідування закладу ресторанного господарства? (в середньому на 1 людину)	до 200 грн.	17	25	94
	200-500 грн.	31	46	84
	500-700 грн.	12	18	47
	700-1000 грн.	6	9	86
	більше 1000 грн.	2	3	94

Продовження табл.3.2.

1	2	3	4	5
11. Якого закладу ресторанного господарства не вистачає у Вашому мікрорайоні?	Ресторан	13	19	75
	Кафе	5	7	89
	Бар	10	15	70
	Закусочна	2	3	86
	Чайний салон	21	31	74
	Кав'ярня	17	25	75
12.Заклад ресторанного господарства з якою кухнею Ви хотіли б відвідати?	Німецька	10	15	88
	Англійська	21	31	88
	Французька	13	19	88
	Китайська	9	13	88
	Українська	15	22	88
13. Чи хотіли б Ви щоб з'явився чайний салон у Тернополі?	Так	47	69	74
	Ні	8	12	69
	Байдуже	13	19	78

Отже, за результатами анкетного опитування, можна зробити наступні висновки:

- основна група потенційних споживачів знаходиться у віковій групі 18-25 років (28%); за видом зайнятості – офісні працівники (37%); за середньомісячним доходом – 10 000-15 000 грн. (46%);

- на основі опитування, ми дізнались, що 36% респондентів відвідують заклади ресторанного господарства 3-4 рази на тиждень, 50% роблять це у звичний обідній час у проміжку 12-15 год, основною метою таких відвідувань, крім задоволення потреб у харчуванні (32%), є відпочинок (34%);

- на питання відносно впровадження технологічних інновацій у сферу закладів ресторанного господарства більшість респондентів відповіла позитивно (88%);

- стосовно цінової політики, то за одне відвідування закладу ресторанного господарства, 46% опитуваних згодні витратити на 1 особу від 200 до 500 грн. (рис 3.1);

- на питання стосовно появи нового чи оновленого закладу ресторанного господарства, 31% опитаних відмітили, що хотіли б відвідати чайний салон

(рис.3.2). А стосовно вподобань відносно кухні, то 21% опитаних позитивно ставляться до англійської кухні (рис.3.3).

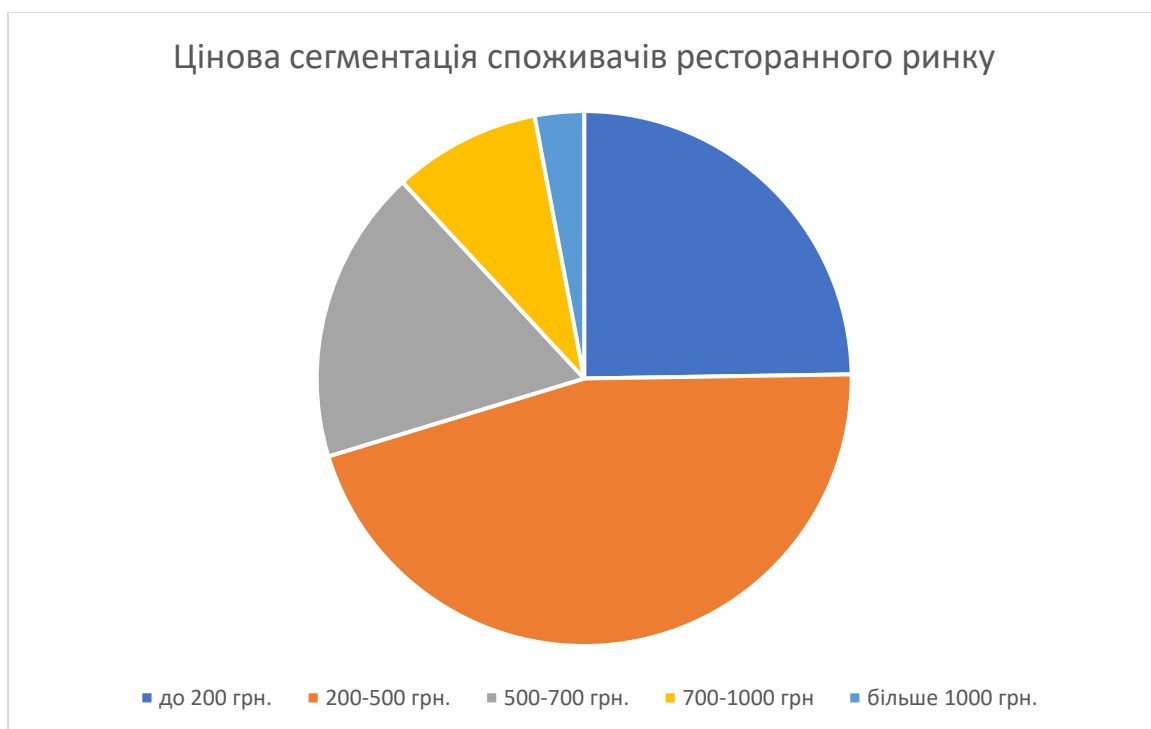


Рисунок 3.1. Сегментація потенційних споживачів за витратами у закладах ресторанного господарства

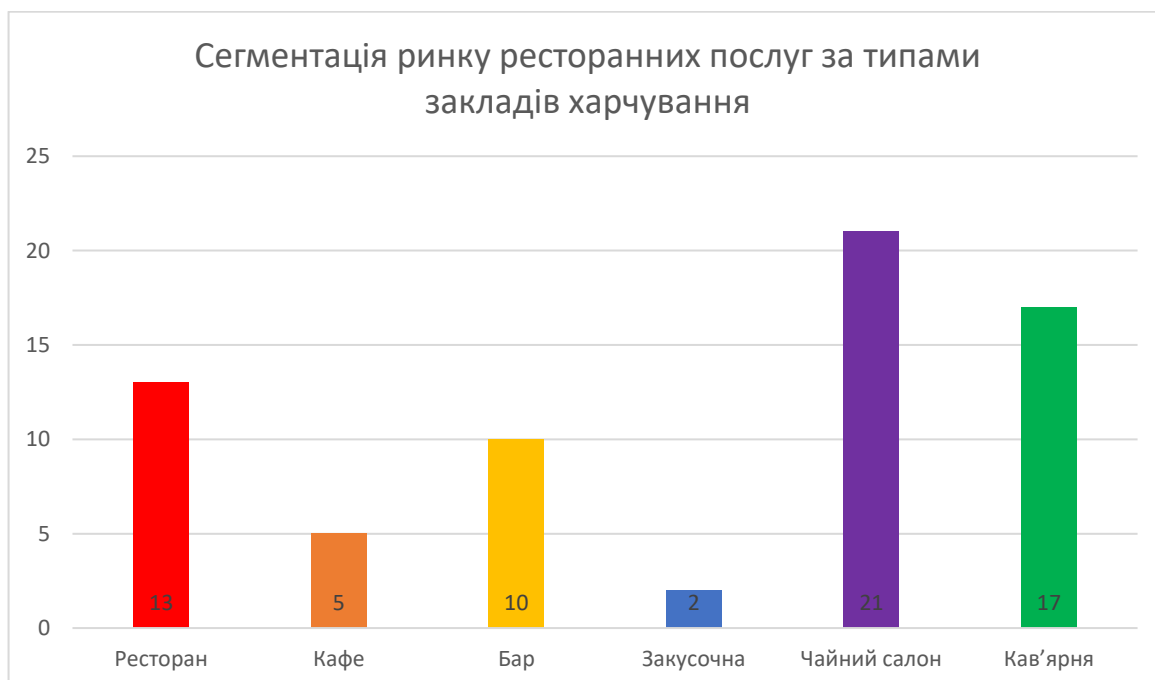


Рисунок 3.2. Сегментація потреб у типах закладів ресторанного господарства

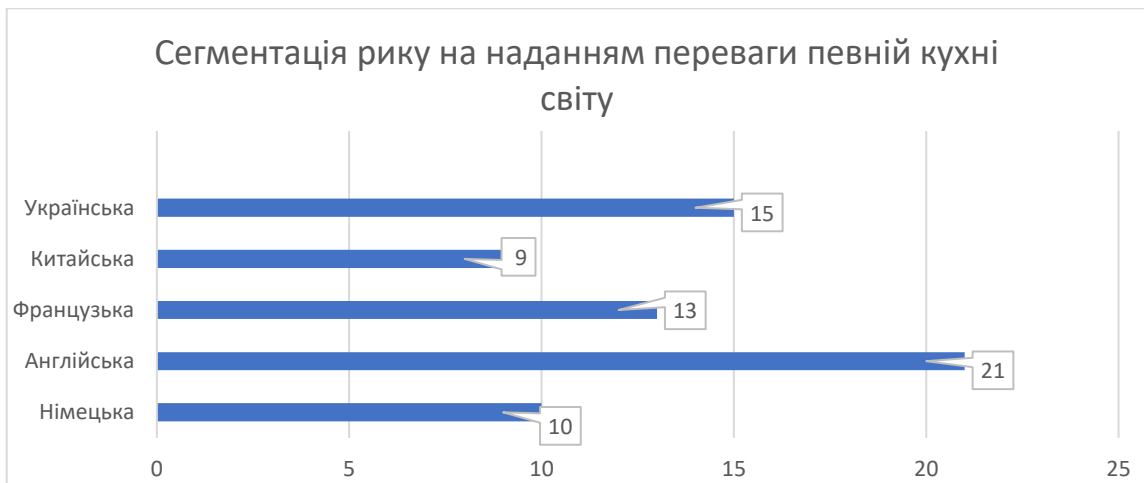


Рисунок 3.3. Сегментація потенційних споживачів за вподобаннями відносно кухні світу

Таким чином, за рахунок проведеного анкетного опитування, можна стверджувати, що оновлення досліджуваного підприємства – ресторану «Черчіль» та створення у його структурі чайного салону на 30 посадкових місць буде актуальним, необхідним та цілком виправданим інноваційним проектом.

3.2. Обґрунтування параметрів ринку для визначення ефективності виробничо-сервісного обслуговування ресторану «Черчіль»

Слід зазначити, що однією з найголовніших умов ефективної діяльності закладу є постійний потік споживачів. Для визначення необхідної та можливої кількості потенційних споживачів, скористаємося формулою 3.4:

$$M_{ПРР} = \frac{B_q \cdot N_1 \cdot K}{100} \quad (3.4)$$

де B_q – частка якісних відповідей, % (90);

N_1 – кількість місцевого населення, чол. (15200);

K – коефіцієнт міграції населення (0,78).

Для отримання ємності потенційного ринку підставляємо дані у формулу:

$$M_{ПРР} = 90 * 15200 * 0,78 / 1000 = 1067 \text{ осіб}$$

Таким чином, на сьогодні кількість потенційних споживачів для запропонованого салону складе 1067 осіб.

Важливим етапом у визначенні ефективності виробничо-сервісного обслуговування оновленого закладу із наданням запропонованого додаткового виду послуг є дослідження також спектру послуг конкурентів у даному районі.

Як відомо, основні конкурентні переваги на ринку ресторанної індустрії являють собою найраціональніше гармонічне поєднання якості з ціною і є запорукою успіху діяльності сучасних закладів індустрії гостинності.

Ось чому, наступним завданням нашого дослідження є оцінювання конкурентів на наявність переваг і виявлення їхніх сильних та слабких сторін, з метою підвищення конкурентоспроможності нашого оновленого досліджуваного підприємства – ресторану «Черчіль».

В ареалі діяльності нашого закладу у Центральній частині міста існує значна кількість інших закладів, але для порівняльної характеристики ми обираємо тільки ті заклади, які можуть скласти пряму конкуренцію.

Характеристика основних закладів-конкурентів у досліджуваному районі Центр- Новий Світ наведена у таблиці 3.3.

Таблиця 3.3

Характеристика ринку ресторанного господарства досліджуваного району

Назва, тип закладу	Клас	Концептуальне спрямування	Адреса закладу	Потужність, місьць (кг продукції або тис. виробів)	Режим роботи, год./хв.
1	2	3	4	5	6
Ресторан «Оскар»	Вищий	Європейська кухня	вул. Крушельницької, 18	100	11 ⁰⁰ – 02 ⁰⁰
Ресторація «Старий млин»	Вищий	Українська кухня	вул. Бродівська, 1а	150	11 ⁰⁰ – 23 ⁰⁰
Піцерія «Каштан»	-	Класична піцерія	вул. Крушельницької, 14,	25	11 ⁰⁰ – 23 ⁰⁰
Пастерія «Фламінго»	-	Класична піцерія	вул. Бродівська, 1а	30	10 ⁰⁰ – 22 ⁰⁰

Продовження табл. 3.3

1	2	3	4	5	6
Кафе-бар «Новий світ»	-	-	вул. За Рудкою, 12	30	10 ⁰⁰ – 22 ⁰⁰
Разом				335	

Тепер, визначаємо частку місць у закладах певного типу в загальноринковій мережі мікрорайону за формулою 3.5:

$$Ч = \frac{M_{тип}}{M_{ринку}} \quad (3.5)$$

де

$M_{тип}$ – кількість місць в закладах окремого типу;

$M_{ринку}$ – загальна кількість місць в районі;

$$Ч = 335 / 470 = 0,71$$

Тобто, розрахований показник наглядно демонструє, що задоволення попиту обраного району у закладах ресторанного господарства становить близько 70 %. Таким чином, його можна ще довантажувати іншими закладами і цю різницю власне компенсує наше підприємство ресторан «Черчіль» із запропонованим у його структурі чайним салоном на 30 посадкових місць.

Порівняння та дослідження основних потенційних конкурентів здійснюємо за наступними ключовими факторами:

- місце розташування;
- ціна;
- потужність;
- якість, рівень і швидкість обслуговування (сервісу);
- асортимент основних і додаткових послуг;
- екстер'єр та інтер'єр;
- кваліфікованість і зовнішній вигляд персоналу;
- реклама.

На основі маркетингового дослідження, оцінюємо заклади-конкуренти за п'ятибальною шкалою (таблиця 3.5).

Конкурентні профілі підприємств-конкурентів

Ключові фактори успіху КФУ	Ресторан «Черчіль» із проєктованим чайним салоном	Ресторан «Оскар»	Ресторанія «Старий млин»	Піцерія «Каштан»	Пастерія «Фламінго»	Кафе-бар «Новий Світ»
1. Місце розташування	5	4	5	3	5	4
2. Ціна	5	4	4	4	4	5
3. Потужність	4	5	5	3	4	3
4. Якість, рівень і швидкість обслуговування (сервісу)	5	5	5	4	5	4
5. Асортимент основних і додаткових послуг	4	4	4	4	4	3
6. Екстер'єр та інтер'єр	5	4	5	4	5	3
7. Кваліфікованість і зовнішній вигляд персоналу	5	5	5	4	5	4
8. Реклама	5	5	4	4	4	3
Загальна оцінка	4,75	4,5	4,625	3,75	4,5	3,625

Проаналізувавши потенційних конкурентів за основними вибраними критеріями, можна стверджувати, що заклади мають відносно непогані показники, так як їх концептуальне спрямування знаходиться на належному рівні. Основними недоліками є надто мала потужність закладів, відсутність повноцінної реклами, завищені ціни та невеликий асортимент додаткових послуг.

Наступним етапом нашого дослідження є оцінювання асортименту основної ресторанної продукції (страв) наших конкурентів, яке проведемо методом оцінювання кількості страв у меню за 5-бальною шкалою (таблиця 3.6).

Таблиця 3.6

Кількісна характеристика ресторанної продукції закладів-конкурентів

Заклад	Закуски	Перші страви	Другі рибні страви	Другі м'ясні страви	Борошняні вироби	Солодкі страви	Напої	Середній бал
Ресторан «Оскар»	5	4	3	5	4	4	5	4,29
Ресторація «Старий млин»»	3	3	5	5	5	5	4	4,29
Піцерія «Каштан»	3	2	4	5	4	3	3	3,42
Пастерія «Фламінго»»	5	3	3	4	5	4	3	3,86
Кафе-бар «Новий Світ»	3	4	3	3	4	3	5	3,57

Характеризуючи таблицю 3.6 можна зробити висновок, що найбільший асортимент страв та напоїв представлений саме у ресторанах, оскільки піцерії, бари та кафе це відносно вузькопрофільні заклади ресторанного господарства і вони не можуть повністю забезпечити усі верстви населення повноцінним харчуванням.

Оцінювання якості ресторанної продукції закладів-конкурентів так само здійснюємо за 5-ти бальною шкалою і зводимо у таблицю 3.7.

Таблиця 3.7.

Якісна характеристика ресторанної продукції закладів-конкурентів

Заклад	Закуски	Перші страви	Другі рибні страви	Другі м'ясні страви	Борошняні вироби	Солодкі страви	Напої	Середній бал
Ресторан «Оскар»	5	4	4	5	5	4	4	4,43
Ресторація «Старий млин»»	4	4	5	5	5	3	5	4,43
Піцерія «Каштан»	3	3	2	4	3	5	5	3,57
Пастерія «Фламінго»»	5	4	4	3	4	5	4	4,14
Кафе-бар «Новий Світ»	3	4	3	4	5	4	5	4,00

Таким чином, з проведеного оцінювання бачимо, що політика забезпечення якості ресторанної продукції наших конкурентів за окремими її видами знаходиться на достатньо високому рівні. Аналогічною є і їх цінова політика. Слід відмітити декотре завищення цін на страви у ресторанах. Також спостерігається типова тенденція зростання цін поточного періоду роботи закладів із попереднім у зв'язку із зростанням закупівельних цін на окремі види сировини на ринку.

3.3. Розробка концептуального меню проектного чайного салону у структурі ресторану «Черчіль»

Як відомо, меню – це найголовніший елемент успішного закладу ресторанного господарства. Інтер'єр, екстер'єр, обслуговування, організація дозвілля – допоміжні елементи, які створюють загальний образ закладу. Але все ж таки, люди приходять в заклади ресторанного господарства насамперед для того, щоб насолодитися їжею.

Меню досліджуваного закладу ресторанного господарства – ресторану «Черчіль» ми залишаємо таким самим, оскільки тільки минулого року у зв'язку із простоем через пандемію коронавірусу та зміною власників, воно концептуально було оновлено і на сьогоднішній день цілком відповідає запитам і смакам потенційних клієнтів закладу, а для проектного чайного салону на 30 місць меню представлено у наступній таблиці.

Таблиця 3.8

Концептуальне меню проектного чайного салону ресторану «Черчіль»

№ з/п	Страви	Вихід, грам
1	2	3
	Фірмові страви та напої	
1	Чайний напій "MARCO POLO" (чорний чай з ароматом тибетських фруктів та квітів)	200/400
2	Чайний напій "Earl Grey" (класичний англійський чорний чай з бергамотом, свіжими фруктами та лікером)	200/400

Продовження табл. 3.8

1	2	3
3	"Date-pudding" (фініковий пудинг з карамельним соусом)	230
4	"Crumble" (сливовий кранблль)	200
5	"Mysterious strawberry" (полуничний десерт з шоколадом, вафлями та морозивом)	230
	Гарячі напої	
	Чай	
6	"Riston" (класичний англійський чай)	200/400
7	«Greenfield» (класичний англійський чай)	200/400
8	«Twinings» (класичний англійський чай)	200/400
9	«Lipton» (класичний англійський чай)	200/400
10	«Brooke Bond» (класичний англійський чай)	200/400
11	«Edwin» (класичний англійський чай)	200/400
12	«Tetley» (класичний англійський чай)	200/400
13	"Newby" (індійський чай)	200/400
14	"Harmuty" (індійський чай)	200/400
15	"Morning Tea" (суміш індійського та цейлонського чаїв)	200/400
16	"Masala" (чорний індійський чай з молоком)	200/400
17	"Darjeeling" (крупно листовий індійський чай)	200/400
18	"Black Matte" (чорний чай мате)	200/400
19	"Green Matte" (зелений чай мате)	200/400
20	"Hibiscus" (каркаде)	200/400
21	"Assam Dzhutlibari" (індійський чай)	200/400
22	"Treasure Kenya" (кенійський чорний чай)	200/400
23	"Pinnacle of wisdom" (чорний непальський чай)	200/400
	Додаткові інгредієнти	
24	Лимон	10
25	Цукор	10
26	Молоко	10
27	Мед	10
28	М'ята	10
29	Ваніль	10
30	Кориця	10
31	Вершки	10
32	Шоколад	10
33	Карамель	10
34	Коньяк в асортименті	10
35	Лікер в асортименті	10
	Кава і кавові напої	
36	Кава "Коррего"	100
37	Кава "Рафаето"	100

Продовження табл. 3.8

1	2	3
38	Кава по-ірландськи	150/30
39	Кава "Латте"	150
40	Капучіно	200
41	Кава еспресо	50
42	Кава "Амерікано"	200
43	Кава "Рістретто" (міцна чорна кава)	30
44	Гарячий шоколад	200
45	Кава-гляссе	200
46	Какао з горіхами	100/20
	Солодкі страви	
47	"Cheese cake" (шоколадний чіз-кейк)	150
48	"Tiramisu" (тірамісу)	200
49	"Lemon trayfl" (Традиційний англійський десерт, що складається з вершків, бісквіта і фруктів)	190
50	"Pudding with brandy" (пудинг з бренді)	160
51	"Kemberland" (банани в кемберлендському соусі)	150
52	"Yorkshire pudding" (йорширський пудинг)	190
53	"Lemon" (лимонні корзиночки з безе)	100
54	"Muffins" (мафіни з апельсинами)	150
55	"Shortbred" (печиво, карамель, горіхи і товстий шар шоколаду)	230
	Морозиво	
56	«Summer» (з фруктами та вершками)	170
57	«Banana» (з банановим пюре)	170
58	«Chocolate» (вершкове з шоколадною крихтою та вершками)	170
59	«Berry's» (з ягідним сиропом і вершками)	170
60	«Walnut» (морозиво із тертим шоколадом і кешью)	170
	Фрукти	
61	Апельсини	50
62	Ананаси	50
63	Банани	50
64	Ківі	50
65	Мандарини	50
66	Виноград	50
67	Лимон	50
68	Груші	50
69	Яблука	50
	Холодні напої	
70	Сік свіжовижатий апельсиновий наперед	200
71	Сік свіжовижатий яблучний	200
72	Сік свіжовижатий морквяний	100

Продовження табл. 3.8

1	2	3
73	Соки "Rich" в асортименті	200
74	Швепс	500
75	Спрайт	250
76	Фанта	250
77	Кока-кола	250
78	Мінеральна вода "Боржомі"	500
79	Мінеральна вода "Моршинська"	500
	Коктейлі	
80	«Cherry» (вишня, вершки, молоко)	220
81	«Chocolate» (морозиво, кава натуральна, вершки, шоколад)	200
82	«Karamel» (молоко збите з шоколадом та карамельним сиропом)	270
83	«Cola» (Coca-Cola, шоколад, кава)	300
84	«Milk» (молоко, вершки, карамель)	250
85	«Mochito» (м'ята, лайм, цукор бамбуковий)	250
86	«Exotic» (банан, вершки, кава заварна)	250
87	«Forest» (яблучний сік, швепс, тонік, м'ятний сироп, лід)	350
88	«Atlanta» (кока-кола, апельсиновий сік, фреш лимону, лід)	250
	Борошняні та кондитерські вироби	
89	"Мосса" (англійський торт з шоколадом та мармеладом)	65
90	"English muffin" (англійський кекс з курагою та ізюмом)	50
91	"Pie-pie" (булочки з корицею та чорною смородиною)	50
92	"Hedgehog" (шоколадні їжачки)	65
93	"Lemon-coffee cake" (пиріг-морозиво)	60
94	"Apple pie" (яблучна шарлотка)	65
95	"Johnny-cake" (коржики до чаю)	60
96	"Cinnabon" (булочки-роли з корицею)	65
97	Тістечко «France» (мигдальне тісто з шоколадом)	50
98	Тістечко «Nut» (з білим шоколадом і арахісом)	60
99	Тістечко «Ekler» (із заварним кремом)	50
100	Тістечко «Porru» (з горіхами і маком)	60
	Алкогільні напої	
	Лікери	
101	Ванна Талін	50
102	Ліомончелі Ді Капрі	50
103	Самбука	50
104	Беліз	50
105	Шеріданс	50
	Коньяки	
106	Отгард Барон	50
107	Шато Мантифо	50

Продовження табл. 3.8.

1	2	3
108	Курвуазьє	50
109	Хеннесі	50
	<i>Віскі</i>	
110	Джоні Уокер рейд лейбл	50
111	Блек енд вайт	50
112	Беллс	50
113	Джим Бім Вайт	50
114	Джек Деніелс	50
115	Джим Бім Блек	50

Загалом, слід відмітити, що ключовим фактором забезпечення успіху і ефективного розвитку для будь якого закладу ресторанного господарства, у т. ч. й досліджуваного, ресторану «Черчіль», є застосування в усіх сферах діяльності креативних стратегій та сучасних інновацій.

РОЗДІЛ 4

БЕЗПЕКА ЖИТТЄДІЯЛЬНОСТІ, ОСНОВИ ОХОРОНИ ПРАЦІ

4.1. Заходи безпечної життєдіяльності та охорони праці у виробничих приміщеннях закладу ресторанного господарства “Черчіль”

Згідно із ДНАОП 0.00-1.31-99 площа приміщень на одного працюючого повинна складати не менше 4,5 м², об'єм 15 м³ для виробничих приміщень; площа – не менше 6,0 м², об'єм – 20 м³ для робочих місць з відео терміналом (кабінет директора, контора, бухгалтерія та ін.).

Визначені площі приміщень та об'єм на одне робоче місце у комплексному закладі ресторанного господарства зазначено у таблиці 4.1

Таблиця 4.1

Площа та обсяг виробничих приміщень, передбачених на одне робоче місце

Приміщення	Кількість працюючих у зміну	На одного працюючого	
		площа, м ²	обсяг, м ³
Гарячий цех	4	7,3	24,7
Холодний цех	3	6,0	20,4
Доготівельний цех	3	11,7	39,7
Мийна кухонного посуду	1	11,0	37,4
Роздаткова	1	12,0	40,8
Сервізна	1	11,0	37,4
Мийна столового посуду	1	14,0	47,6

Згідно з таблицею 4.1 у досліджуваному закладі ресторанного господарства “Черчіль” площі та об'єм виробничих приміщень повністю задовольняють вимоги ДНАОП 0.00-1.31-99.

Одним із ключових заходів охорони праці на підприємстві є дотримання правил техніки безпеки при експлуатації різного типу і виду обладнання. Розглянемо окремі із них.

1. Техніка безпеки під час експлуатації електричного обладнання:

В неробочий час все електропостачання повинно бути відключено від обладнання. Регулярно буде проводитись огляд та профілактичний ремонт.

Розміщення устаткування у виробничих приміщеннях закладу повинно відповідати "Правилам технічної експлуатації електроустаткування" та "Правилам технічної безпеки".

Для кожного цеху ресторану передбачається безпека під час запуску устаткування, можливість швидкої зупинки його в аварійних ситуаціях, зручне та безпечне розміщення засобів управління, сигналізації.

На підприємстві розробляються заходи, які запобігають травмуванню, передбачені попереджувальні та захисні пристрої та огорожі (аварійні кнопки, запобіжні муфти та клапани).

Також у закладі передбачено захисне відключення електроустаткування, оскільки небезпека ураження струмом може виникнути внаслідок замикання на землю, зниження опору ізоляції, певних несправностей заземлення (занулення).

2. Техніка безпеки під час експлуатації теплового обладнання

Конструкція теплового устаткування в досліджуваному закладі відповідає спеціальним Правилам устаткування та безпечній експлуатації. Все теплове обладнання має теплову ізоляцію, температура поверхні якої не перевищує 40⁰С. Обладнання має контурне заземлення Також працівники володіють засобами індивідуального захисту від теплового випромінювання, мають спеціальну форму, рукавички, рушники та ін.

3. Техніка безпеки під час експлуатації холодильного устаткування

Слід зазначити, що холодильне устаткування відноситься до обладнання з підвищеною небезпекою, оскільки під час його роботи використовуються високий тиск і токсичні холодоагенти. Неправильна експлуатація цього устаткування може привести до нещасних випадків.

Інструкції з експлуатації у ресторані "Черчіль" вивішені біля кожної установки та видані персоналу.

Експлуатацію холодильного устаткування здійснюють відповідно до

Інструкції з експлуатації і Правил техніки безпеки.

Основні заборони під час роботи із холодильним устаткуванням:

- вмикання холодильного агрегату при наявності у ньому несправностей, а також несправностей приладів автоматики та захисту, відсутності або несправностей заземлення; порушення теплоізоляції; відсутності гумових ущільнень дверей;

- зберігання солі в приміщеннях, де встановлено холодильні агрегати;

- доторкання до рухомих частин машини як під час роботи, так і під час автоматичної зупинки;

- робота холодильних агрегатів, у яких закінчений термін чергового щорічного випробовування та перевірки захисного заземлення;

- робота торгово-холодильного устаткування коли є стук, гудіння в агрегаті, вийшли з ладу прилади автоматики.

4. Техніка безпеки під час експлуатації підіймально-транспортного устаткування

Підіймально-транспортне устаткування підлягає частковому періодичному огляду через кожні 10 місяців, а через кожні 2 роки повному огляду. Машини і механізми, рідко експлуатуються, підлягають технічному огляду через кожні п'ять років.

Слід зазначити, що згідно із правилами Держтехнагляду забороняється піднімати вантажі, маса яких перевищує вантажопідйомність обладнання. Забороняється піднімати вантажі, що знаходяться в нестійкій рівновазі. При транспортуванні поступаючого обладнання необхідно керуватись схемами транспортування. Вантажник перед початком роботи повинен перевірити справність вантажозахоплюючих механізмів, правильно провадити строповку вантажу, попереджувати появу сторонніх осіб в зоні підйому і переміщення вантажу.

4.2. Протипожежні заходи у ресторані “Черчіль”

Згідно з нормативами ГОСТ 12.1.033-81 поняття “пожежна безпека означає стан об’єкту, при якому з установленою вірогідністю виключається можливість виникнення і розвитку пожежі і впливу на людей небезпечних факторів пожежі, а також забезпечується захист матеріальних цінностей.

Основним нормативним документом, що регламентує вимоги щодо пожежної безпеки є Закон України „Про пожежну безпеку”, прийнятий 17 грудня 1993 року. Він визначає загальні правові, економічні та соціальні основи забезпечення пожежної безпеки на території України, регулює відносини державних органів, юридичних і фізичних осіб у цій галузі незалежно від виду їх діяльності та форм власності.

У досліджуваному закладі ресторанного господарства будівельна конструкція споруди виконана з неспалимих елементів. Підприємство за стійкістю до пожежі відноситься до 2 категорії, а за ступенем пожежонебезпечності - до категорії “Б”.

Розрахунок необхідної кількості вогнегасників для ресторану “Черчіль” представлено в таблиці 4.2.

Таблиця 4.2

Розрахунок необхідної кількості вогнегасників для ресторану “Черчіль”

Найменування груп приміщень	Категорія приміщень за вибухопожежною небезпечністю	S, м ²	Вогнегасники	
			Тип	Кількість
1	2	3	4	5
Вестибюль ресторану (вкл. гардероб, вбиральню, вмивальники)	Д	50	ВВП-5	2
Аванзала	Д	14	ВВП-5	1
Торгівельна зала ресторану	Д	180	ВВП-5	3
Торгівельна зала чайного салону	Д	51	ВВП-5	1
Підсобне приміщення ресторану	Г	15	ВВП-5	1
Підсобне приміщення чайного салону	Г	15	ВВП-5	1

Продовження таблиці 4.2

1	2	3	4	5
Гарячий цех	В	29	ВВ-5	1
Холодний цех	Г	18	ВВ-5	1
Доготівельний цех	Г	35	ВВ-5	2
Складські приміщення	Г	97	ВВП-5	2
Адміністративно-побутові приміщення	Д	109	ВВП-5	2
Технічні приміщення	Г	20	ВВ-5	2
Коридори	Д	106	ВВП-5	2

Слід зазначити також, що на випадок виникнення пожежі у закладі є окремі евакуаційні виходи для відвідувачів і персоналу. Кількість виходів – 2. Вони споруджені з неспалимого матеріалу і забезпечені природним і штучним освітленням, а також передбачене аварійне освітлення. Основні проходи виконані шириною 1,6-1,8 м. Будівлю забезпечено первинними засобами пожежогасіння і пожежним інвентарем в коридорах на видному місці на висоті 1,5 м вогнегасники повітряно-пінні ВВП-5 з розрахунку 1 вогнегасник на 20 м. (70 м²). Вуглекислотні вогнегасники ВВ-5 застосовують для гасіння обладнання, яке знаходиться під напругою.

ВИСНОВКИ

У контексті розгляду у даній кваліфікаційній роботі бакалавра проблематики удосконалення сервісно-виробничого процесу закладу ресторанного господарства, який ми аналізували на прикладі ресторану «Черчіль» (W. Churchill) можна відміти наступне.

У процесі дослідження ми розглянули сутність послуги та її місця в ресторанному бізнесі та в інфраструктурі торгово-виробничого комплексу; дослідили питання надання сервісу та ефективного обслуговування клієнтів в закладах ресторанної сфери.

На прикладі досліджуваного підприємства – ресторану «Черчіль» проаналізували існуючу систему сервісного обслуговування та надання послуг даного закладу, основні техніко-економічні показники його діяльності та фінансового стану. Даний ресторан є відомим у місті Тернополі закладом сфери ресторанного бізнесу, яке працює на даному ринку понад 10 років. Місцезнаходження підприємства: м. Тернопіль, вул. Бродівська, 5А.

У меню закладу запропоновано широке розмаїття страв європейської кухні, з перевагою власне англійських страв, які стали домінувати після реорганізації і зміни власника у цьому році. Тут кожен клієнт може знайти для себе щось смачненьке: і вегетаріанці, і любителі м'яса, і поціновувачі вишуканих десертів. Серед страв, які завжди схвалюють і залишають позитивні відгуки справжні поціновувачі кулінарних шедеврів, є закуска « Карпаччо з телятини», лосось у сметанковому мусі з червоною ікрою, мікс салат з креветками, томатами черрі і авокадо під апельсиновим соусом, соковите м'ясо від Шефа, фірмовий шоколадний десерт «Лавакейк», який подається із морозивом та інші із загального та спеціального (додаткового) меню закладу.

Проаналізувавши основні показники виробничо-господарської діяльності ресторану «Черчіль» за 2021 рік бачимо, що дещо погіршилися у порівнянні з

2020 роком. Зокрема спостерігаємо, що чистий дохід (виручка) від реалізації продукції зменшилася на 190280 грн. (26,8 %). При цьому собівартість реалізованої продукції зменшилась на 62370 грн. (13,8%). Прибуток від реалізації продукції зменшився на 127910 грн. (49,3%), а отже, і рентабельність реалізованої продукції зменшилась на 39,1 %, у порівнянні з базовим роком 2020 роком. Однак бачимо, що у 2020-2021 рр. підприємство було прибутковим, хоча прибуток зменшився на 89710 грн. у порівнянні з 2020 роком.

Проведений аналіз показників ліквідності та фінансової стійкості досліджуваного підприємства показав, що у ресторані «Черчіль» за звітний період 2020-2021 років усі показники ліквідності є високим і значно перевищують нормативи вказаних значень. Щодо фінансової стійкості, то показники також позитивні. Відносно ділової активності підприємства, то вона є також досить високою. Однак за 2021 рік деякі показники незначно знизилися.

Проаналізувавши структуру складових прибутку ресторану «Черчіль» у 2021 році бачимо, що усі складові зменшилися: прибуток від реалізації продукції та послуг на 127910 грн. (49,3%), прибуток від звичайної діяльності до оподаткування на 119970 грн. (46,4%), чистий прибуток на 89710 грн. (46,8%).

Таким чином, запропоновано провести заходи для покращення ефективності діяльності досліджуваного підприємства та покращення його системи виробничо-сервісного обслуговування. У даному контексті запропоновано проект створення чайного салону у структурі ресторану «Черчіль».

У третьому розділі проведено порівняння та дослідження основних потенційних конкурентів за восьма ключовими факторами, діяльність кожного оцінювали за 5-ти бальною системою. Проаналізувавши потенційних конкурентів за основними вибраними критеріями, можна стверджувати, що заклади мають відносно непогані показники, так як їх концептуальне спрямування знаходься на належному рівні. Основними недоліками є надто мала потужність закладів, відсутність повноцінної реклами, завищенні ціни та невеликий асортимент додаткових послуг.

Наступним етапом нашого дослідження було оцінювання асортименту основної ресторанної продукції (страв) наших конкурентів, яке проведено методом оцінювання кількості страв у меню за 5-бальною шкалою. Характеризуючи їх можна зробити висновок, що найбільший асортимент страв та напоїв представлений саме у ресторанах, оскільки піцерії, бари та кафе це відносно вузькопрофільні заклади ресторанного господарства і вони не можуть повністю забезпечити усі верстви населення повноцінним харчуванням. провели за 5-ти бальною шкалою.

Таким чином, з проведеного оцінювання бачимо, що політика забезпечення якості ресторанної продукції наших конкурентів за окремими її видами знаходиться на достатньо високому рівні. Аналогічною є і їх цінова політика. Слід відмітити декотре завищення цін на страви у ресторанах. Також спостерігається типова тенденція зростання цін поточного періоду роботи закладів із попереднім у зв'язку із зростанням закупівельних цін на окремі види сировини на ринку.

У роботі також розроблено концептуальне меню проєктованого чайного салону у структурі ресторану “Черчіль”, яке складається зі 115 позицій, включає різні напої, холодні та гарячі страви, акцент робиться на приготування різних сортів та видів чаю.

БІБЛІОГРАФІЯ

1. Агафонова Л. Г., Агафонова О. Є. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: ціноутворення, конкуренція, державне регулювання : навч. посібник. К.: Знання України, 2002. 351 с.
2. Амітан В. Н., Ларіна Р. Р., Пілюшенко В. Л. Логістизація процесів в організаційно-економічних системах: монографія. Донецьк: Юго-Восток, 2003. 72 с.
3. Андрушків Б.М. Кузьмін О.Є. Основи менеджменту: методичні положення та приклади, механізми: друге вид., перероб. і доп. – Тернопіль: Лілея, 1997. 292 с.
4. Архіпов В. В. Організація ресторанного господарства: навч. посібник. К.: Центр учбової літератури; Фірма “Інкос”, 2007. 280 с.
5. Байлик С.І. Готельне господарство. Обладнання. Євроремонт. Експлуатація.К.: Дакор; Вира-Р, 2003. 334 с.
6. Банько В. Г. Будівлі, споруди та обладнання туристських комплексів: навч. посібн. К.: Дакор, 2008. – 328 с.
7. Болт Гордон Дж. Практическое руководство по управлению сбытом :пер. с англ. М.: МТ- Пресс, 2011. 268 с
8. Борисова О.В. Тенденції розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні. *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг*. 2012. Вип. 1(2). С. 331–338.
9. Бородіна В.В. Ресторанно-готельний бізнес: Облік, податки, маркетинг, менеджмент : навч. посібник. М. : Книжковий світ, 2003. 165 с.
10. Ванієва А. Р. Методичні засади економічної оцінки виробничо-ресурсного потенціалу господарської діяльності. *Агросвіт*. 2013. № 9. С. 50-53.
11. Гальчинський А.С. Основи економічних знань: навч, посіб. К.: Вища школа, 2009. 225 с.
12. Герасимчук В. Г. Розвиток підприємництва: діагностика, стратегія, ефективність. К.: Вища школа, 2012. 205 с.
13. Данилюк Т. І. Сутність поняття “послуга”: теоретичні аспекти.

Ефективна економіка, 2014. №8. С. 56-64.

14. Довбенко В.І., Мельник В.М. Потенціал і розвиток підприємства: навчальний посібник . 2-е вид., випр. і доп. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2010. 232 с.

15. Должанський І. З. Управління потенціалом підприємства : навч. посібник. К.: Центр навчальної літератури, 2011. 362 с.

16. Дейниченко Г. В., Ефимова В. А., Оборудование предприятий питания: справочник. Ч. 3. Х.: ДП ред. “Мир техники и технологи”, 2005. 456с.

17. ДСТУ4281-2004 ”Заклади ресторанного господарства. Класифікація”.

18. Евсеев В.И. Потребление услуг непромышленной сферы. К.: Наукова думка, 1987. 114 с.

19. Іванова І. В. Менеджер – професійний керівник: навч. посібник. К.: Київ. нац. торг.-екон.ун-т, 2008. 207 с.

20. Івахненко В. М. Курс економічного аналізу: навч. посібник. К.: Знання-Перес, 2000. 207с.

21. Калачова І. В. Статистика послуг: концептуальні основи реформування. *Статистика України*. 2017. № 4. С. 24-28.

22. Комаров В. Е., Улановская В.Д. Социально-экономическая эффективность сферы услуг. М.: Наука, 1980. 126 с.

23. Кочерга А. И. Сфера обслуживания населения: региональные проблемы. К.: Наук. думка, 1980. 424 с.

24. Легорнев С. Ф. Что считать услугой? М.: Знание, 2001. 62 с.

25. Ляпина И.Ю. Организация и технология ресторанного обслуживания: учебник. М. 2006. 207 с.

26. Маркетинг і менеджмент інноваційного розвитку: монографія за заг. ред. С. М. Ілляшенка. Суми: Унів. кн., 2006. 728 с.

27. Пахомов П. Л., Сафонов В.В. Холодильна техніка: навч. посібник. Х.: ХДУХТ, 2003. 224 с.

28. Погайдак О. Удосконалення управління якістю обслуговування на основі єдиної системи критеріїв та показників : Електронний ресурс. *Соціально-економічні проблеми і держава*. 2011. Вип. 2 (5). Режим доступу до журн.

: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2011/11pobktp.pdf>.

29. Покропивний С.Ф., Новак А. П. Ефективність інноваційно-інвестиційної діяльності підприємства. К.: КНЕУ, 1997. 184с.

30. Пуцентейло П.Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва: Навчальний посібник. К.: Центр учбової літератури, 2019. 344 с.

31. Проектування закладів ресторанного господарства: навч. посібник для вищ. навч. закладів за заг.ред. А. А. Мазаракі, 2-ге вид., переробл. та допов. К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2010. 340 с.

32. Сидорова А. В. Экономико-статистические методы в управлении сферой услуг . Донецк: ДонНУ, 2002. 240 с.

33. Смірнов О. Якість продукції як джерело зростання конкурентних переваг підприємства // Актуальні проблеми економіки. 2011. №11. С.116–125.

34. Співак Л. С. Формування ринку послуг в трансформаційній економіці: дис. канд. екон. наук: 08.01.01. К., 2012. 192 с.

35. Стаханов В. Н. Маркетинг сферы услуг: учеб. пособ. М.: Экспертное бюро, 2001. 160 с.

36. Тарасенко І. І. Процеси та апарати харчових виробництв: навч. посібник. К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2002. 267с.

37. Толковый словарь «Бизнес та менеджмент» под ред. Д. М. Розенберга. М.: Международные отношения, 2002. 658 с.

38. Тавокин Е. П. Социальная статистика: учеб. пособ. М.: РАГС, 2001. 108 с.

39. Ткаченко Л. В. Маркетинг услуг: учеб. пособ. для студ. экон. спец. Д.: ДАУБП, 2000. 102 с.

40. Устаткування закладів ресторанного господарства: навч. посібник для студ. вищих навч. закладів за заг. ред. І. О. Конвісера. К.: КНТЕУ, 2005. 324с.

41. Хмелевська Л. П. Особливості розвитку малого підприємництва у сфері побутового обслуговування населення України: дис. ... канд. екон. наук: 08.01.01. К., 2002. 230 с.

42. Черевко О.І., Малюк Л.П., Дейниченко Г.В. Збірник нормативних документів державного регулювання у сфері ресторанного бізнесу. Харків: ПКФ “Фавор ЛТД”, 2013. 402 с.

ДОДАТКИ

Анкета

Шановний респондент

Просимо Вас відповісти на наведені нижче запитання з метою вивчення попиту на ресторанні послуги у нашому місті

Запитання 1	Варіант відповіді 2
1. Ваш вік	18-25
	25-35
	35-45
	45-55
	більше 55
2. Ваша стать	Чоловіча
	Жіноча
3. Освіта	Без освіти
	Середня
	Незакінчена вища
	Вища
4. Чим Ви займаєтесь (вид зайнятості)	Студент
	Турист
	Офісний працівник
	Домогосподарка
	Безробітний
	Підприємець
5. Як часто Ви відвідуєте заклади ресторанного господарства?	кожний день
	3-4р. на тиждень
	3-4р.на місяць
	менше 1р. на місяць
6. В який час Ви найчастіше відвідуєте заклади ресторанного господарства?	До 12 години
	З 12 до 15 години
	З 15 до 18 години
	З 18 до 24 години
7. З якою метою Ви відвідуєте заклади ресторанного господарства?	Харчування
	Відпочинок
	Ділова зустріч
	Святкова подія
8. Ваше відношення до технологічних інновацій у сфері закладів ресторанного господарства?	Позитивно
	Негативно

Продовження додатку А

9. Які Ваші доходи в місяць?	5000-10000
	10000-15000 грн.
	15000-20000 грн.
	більше 20000 грн.
10. Скільки грошей Ви можете дозволити за 1 відвідування закладу ресторанного господарства? (в середньому на 1 людину)	до 200 грн.
	200-500 грн.
	500-700 грн.
	700-1000 грн.
	більше 1000 грн.
11. Якого закладу ресторанного господарства не вистачає у Вашому мікрорайоні?	Ресторан
	Кафе
	Бар
	Закусочна
	Чайний салон
	Кав'ярня
12. Заклад ресторанного господарства з якою кухнею Ви хотіли б відвідати?	Німецька
	Англійська
	Французька
	Китайська
	Українська
13. Чи хотіли б Ви щоб з'явився чайний салон у м. Тернополі?	Так
	Ні
	Байдуже