

Харківський національний університет імені В.Н.Каразіна  
Факультет міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу  
Кафедра міжнародної електронної комерції та готельно-ресторанної  
справи

**ДО ЗАХИСТУ**

завідувачка кафедри  
міжнародної електронної  
комерції та готельно-  
ресторанної справи  
доц. Данько Н.І.

**Кваліфікаційна робота бакалавра**

на тему: «Оцінка якості обслуговування в закладі ресторанного  
господарства м. Харкова»

Виконала:  
студентка 4 курсу, групи УГРз-41  
спеціальності 241 Готельно-ресторанна  
справа  
ОПП «Готельно-ресторанна справа»  
Мальована А. О.

Керівник: к.т.н., доц.  
Соколовська О.О.

Рецензент:

**Підсумкова оцінка:**

за шкалою ЗВО: \_\_\_\_\_

кількість балів: \_\_\_\_\_

Голова Екзаменаційної комісії

\_\_\_\_\_  
(підпис)

\_\_\_\_\_  
(прізвище та ініціали)

Харків – 2024 року

**Міністерство освіти і науки України**  
**ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
**імені В.Н. КАРАЗІНА**

**Факультет міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу**  
**Кафедра міжнародної електронної комерції та готельно-ресторанної**  
**справи**

ЗАВДАННЯ ДО КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ БАКАЛАВРА

Студентки Мальованої Анастасії Олегівни

Курсу IV групи УГРз-41

Тема кваліфікаційної роботи : «Оцінка якості обслуговування в закладі ресторанного господарства м. Харкова»

затверджена наказом від 12.04.2024 року № 4002-5/810

Графік виконання робіт:

Назва розділів роботи	Дата закінчення	Відмітка про виконання (підпис керівника)
Розділ 1. Теоретичні передумови оцінки якості обслуговування в закладах ресторанного господарства	26.04.2024	
РОЗДІЛ 2. Аналіз надання послуг в ресторанному господарстві	10.05.2024	
РОЗДІЛ 3. Дослідження середовища ресторанного господарства щодо якості обслуговування	17.05.2024	

Термін подання роботи на кафедру 04.06.2024 р.

Термін та результати попереднього захисту (допуск/ недопуск до захисту, ступінь готовності роботи у відсотках) 20-27.05.2021 р.

КЕРІВНИК РОБОТИ:

к.т.н., доц. Олена СОКОЛОВСЬКА

Дата видачі завдання 15.04.2024 р.

Завдання прийняте до виконання

Анастасією МАЛЬОВАНОЮ

Завідувачка кафедри  
міжнародної електронної комерції  
та готельно-ресторанної справи,

к.е.н., доц. Наталя ДАНЬКО

## АНОТАЦІЯ

**Мальована А.О.** «Оцінка якості обслуговування в закладі ресторанного господарства м. Харкова»

Роботу присвячено дослідженню оцінці якості обслуговування в закладі ресторанного господарства м. Харкова «Nikas». Висвітлено теоретичні передумови оцінки якості обслуговування в закладах ресторанного господарства. Проаналізовано надання послуг в ресторанному господарстві в сьогоденні. Вивчено середовище ресторанного господарства щодо якості обслуговування.

## ANNOTATION

**Malevanaya A.O.** «Assessment of the quality of service in a restaurant in Kharkiv».

The work is devoted to the study of the assessment of the quality of service in the Kharkiv restaurant "Nikas". The theoretical preconditions for the assessment of the quality of service in restaurants are highlighted. The current provision of services in the catering industry is analysed. The environment of the catering industry in terms of quality of service is studied.

## ЗМІСТ

ВСТУП	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ПЕРЕДУМОВИ ОЦІНКИ ЯКОСТІ ОБСЛУГОВУВАННЯ В ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА	7
1.1 Особливості організації закладів ресторанного господарства різного типу	7
1.2 Сучасні системи та стандарти обслуговування в ресторанному господарстві	18
1.3 Методи визначення рівня якості обслуговування в закладі ресторанного господарства	24
Висновки до розділу 1	33
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ НАДАННЯ ПОСЛУГ В РЕСТОРАННОМУ ГОСПОДАРСТВІ	36
2.1 Аналіз ринку послуг в ресторанному господарстві	36
2.2 Аналіз організації діяльності ресторану «Nikas»	43
Висновки до розділу 2	54
РОЗДІЛ 3. ДОСЛІДЖЕННЯ СЕРЕДОВИЩА РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА ЩОДО ЯКОСТІ ОБСЛУГОВУВАННЯ	56
3.1 Розроблення критеріїв оцінювання якості в закладі ресторанного господарства	56
3.2 Оцінювання якості обслуговування при наданні послуг в закладі ресторанного господарства «Nikas»	58
Висновки до розділу	64
Висновки	66
Література	68
ДОДАТКИ	72

## ВСТУП

*Актуальність теми.* Сучасна ринкова економіка, окрім економічного зростання, має також і соціальну спрямованість. Одним із пріоритетів цієї спрямованості є забезпечення гідного рівня життя населення, що включає доступ до якісного харчування та відпочинку. В сьогодні ресторанний бізнес переживає значні динамічні зміни. Ці зміни стосуються як структури та функцій закладів, так і їх меню, пропонованих послуг та методів обслуговування. Всі ці складні та неоднозначні зміни обумовили нові вимоги до якості послуг у ресторанному господарстві. До традиційних критеріїв типу смак їжі, чистота та комфорт, додалися нові характеристики, такі як: різноманіття асортименту страв, індивідуальний підхід, здорове харчування, використання екологічно чистих продуктів та технологій, дотримання санітарних норм та правил безпеки харчових продуктів, красива подача страв та оформлення інтер'єру, культура обслуговування. Сучасний ресторанний бізнес має відповідати не лише економічним, але й соціальним потребам суспільства. Забезпечення якісного харчування та відпочинку, з урахуванням нових характеристик та критеріїв оцінки, стає ключовим фактором успіху в цій динамічній та конкурентній сфері.

Завдяки дослідженням вітчизняних вчених та вивченню зарубіжного досвіду, ресторанний бізнес в Україні має значний потенціал для розвитку та вдосконалення. Проблеми управління закладами ресторанного господарства розглядають вітчизняні вчені В.І. Карсекін, О.І. Кочерга, Н.О. П'ятницька, В.М. Селютін, С.С. Ткачова, Л.М. Яцун та ін. Впровадження нових технологій, підвищення якості обслуговування та адаптація до потреб клієнтів – це ключові фактори успіху українських ресторанів у конкурентному середовищі.

Одним із ключових показників, що характеризує розвиток ресторанного бізнесу в будь-якій країні, є рівень насичення ринку. Цей показник визначається кількістю місць у залах ресторанного господарства, що припадають на одного споживача послуг цих закладів. В Європі на одне місце в ресторані (кафе, фаст-фуд) в середньому припадає 8 жителів. У порівнянні з цим показником, рівень

насичення ринку в Україні значно нижчий. Так у Києві 35 споживачів припадає на одне місце, у Дніпропетровську – 40 споживачів на одне місце, у Львові 25 споживачів на одне місце.

Наведені дані свідчать про те, що український ринок ресторанного господарства має значний потенціал для розвитку. Однак, вагомим аргументом є і якість надання послуг у закладі ресторанного господарства.

Саме тому, мета роботи полягає у оцінці якості обслуговування в закладі ресторанного господарства м. Харкова.

*Предмет дослідження* процес оцінювання якості обслуговування в закладі готельного господарства «Nikas».

*Об'єкт дослідження* заклад готельного господарства «Nikas».

Для досягнення мети необхідно було розглянути наступні **завдання**:

- дослідити особливості організації закладів ресторанного господарства різного типу;
- визначити сучасні системи та стандарти обслуговування в ресторанному господарстві;
- вивчити методи визначення рівня якості обслуговування в закладі ресторанного господарства;
- проаналізувати ринку послуг в ресторанному господарстві та організацію діяльності ресторану «Nikas»;
- розробити критеріїв оцінювання якості в закладі ресторанного господарства;
- провести оцінку якості обслуговування при наданні послуг в закладі ресторанного господарства «Nikas».

*Методи дослідження* – теоретичні, статистичний, логічний аналіз, синтез, спостереження, порівняння, опитування, економічний, графічний.

*Структура роботи.* Робота складається зі вступу, 3 розділів, висновків; містить 75 сторінок тексту, 16 рисунків, 8 таблиць. Список джерел включає 41 найменувань літератури.

## РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ПЕРЕДУМОВИ ОЦІНКИ ЯКОСТІ ОБСЛУГОВУВАННЯ В ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

### 1.1 Особливості організації закладів ресторанного господарства різного типу

В сьогоденні сфера ресторанного господарства активними темпами розвивається, розширюючи свій асортимент закладів. Інтенсивний розвиток міжнародного туризму також запустив процес розширення додаткових послуг в ресторанній сфері, а отже і їх диференціацію за рівнем комфорту, складає основу класифікації підприємств ресторанного господарства. Саме тому виникла необхідність у класифікації закладів з метою необхідності розуміння споживачам рівня комфорту та асортименту послуг, який йому пропонується. Заклади ресторанного господарства можна розділити на категорії за набором соціальних параметрів, що визначаються як полярні протилежності:

- висока цінова політика або низька;
- висока кухня чи щоденного вживання;
- класичне чи екзотичне меню;
- формальний чи неформальний тощо.

Будь-який заклад буде відрізнятися відносно високий або низький клас за стилем та ціною, класична або екзотична кухня, яку він пропонує різним видам клієнтів і так само інше. Контекст так само важливий, як і стиль та формат:

Основні категорії ресторанів:

- етнічні;
- фастфуд;
- швидкий повсякденний;
- повсякденні заклади;
- преміум casual;
- сімейний стиль;
- вишукана кухня.

Етнічні ресторани спеціалізуються на етнічній та національній кухні. Наприклад, індійський, китайський тощо [3].

Ресторани швидкого харчування роблять акцент на швидкості обслуговування. Операції варіюються від дрібних вуличних торговців з продуктовими візками до багатомільярдних корпорацій як McDonald's і Burger King. Продукцію замовляють не зі столу, а з передньої стійки або в деяких випадках, використовуючи електронний термінал. Форма обслуговування – самообслуговування – споживачі несуть замовлення з прилавка до столу за власним вибором, і потім утилізуйте відходи. Фастфуд ресторани відомі в ресторанній індустрії як QSR або ресторани швидкого обслуговування.

Повсякденні заклади – це заклади, де подають страви, помірна цінова політика, невимушена атмосфера. За винятком ресторанів, які працюють за принципом шведського столу, зазвичай забезпечують обслуговування столиків. Повсякденні заклади включають сегмент ринку між закладами швидкого харчування та вишуканими ресторанами. У повсякденних ресторанах часто є повний бар із окремим персоналом, повне пивне меню та обмежене меню вин. Такий тип є найпоширенішим.

Преміальні ресторани з невимушеною атмосферою характеризуються як висококласні, швидкі повсякденний стиль. Окрім організації вечерь, вони зазвичай пропонують банкетні зали. Зазвичай така форма закладів ресторанного господарства знаходиться в центрі міста або в бізнес центрах. Преміальні ресторани пропонують широкий вибір варіантів меню, включаючи бургери, стейки, морепродукти, піцу, пасту та азіатську кухню.

Ресторани сімейного типу – це тип невимушеної кухні, де страви часто подають на тарілках та відвідувачі обслуговують себе самі. Також можна використовувати характеристику, як сімейні закусочні чи прості ресторани.

Ресторани вишуканої кухні – це ресторани з повним спектром послуг, спеціальні пропозиції в харчуванні. Декор таких ресторанів відрізняється більш якісними матеріалами, в закладах наявність певні правила харчування, яких відвідувачі мають дотримуватися, включаючи дрес-код. Заклади вишуканої кухні

іноді називають ресторанами з білими скатертинами, бо вони традиційні. Столи сервірують білими скатертинами, ураховуючи усі правила викладання столових приборів та посуду. Таким закладам притаманний високий сервіс та висококласна атмосфера.

Підкатегорії закладів ресторанного господарства [4]:

Півний ресторан у США розвивався з оригінальної французької ідеї про тип ресторану, що пропонує ситні страви за помірними цінами – «комфортну їжу» у французькому стилі – у невибагливій атмосфері. У Сполучених Штатах бістро зазвичай мають більш вишуканий декор, менше столів, смачнішу їжу та вищі ціни.

Буфет – шведський стіл пропонує відвідувачам вибір страв за фіксованою ціною. Їжу подають на тарілах навколо барів, звідки обслуговують споживачів з тарілками. Вибір може бути скромним або дуже великим, а складніші меню розділені на такі категорії, як салат, суп, закуски, гарячі та холодні закуски, десерт та фрукти. Найчастіше асортимент кухні може бути еkleктичним, в той час як інші ресторани наголошують на певний тип, наприклад, домашня кухня, китайська, індійська або шведська. Роль офіціанта чи офіціантки у разі зводиться до виносу готових тарілок, іноді замовлення і доливу напоїв.

Кафе США, британські кафе та американські закусочні – це неформальні заклади ресторанного господарства, що пропонують широкий вибір гарячих страв, а також сендвічі та роли, приготовані на замовлення. Кав'ярні або кафе не є повноцінними ресторанами, оскільки вони в основному обслуговують та отримують більшу частину своїх доходів від гарячих напоїв. Багато кафе відкриті під час сніданку та протягом усього дня подають повноцінні гарячі сніданки. У деяких районах кафе пропонують столики на свіжому повітрі. Слово прийшло із французького кафе.

Кав'ярні – це звичайні ресторани без обслуговування столиків, які спеціалізуються на каві та інших напоях; також пропонується обмежений вибір холодних страв, таких як тістечка та бутерброди. Їх відмінною рисою є те, що вони дозволяють відвідувачам розслабитися та спілкуватися в приміщеннях

кав'ярні протягом тривалого періоду часу, не змушуючи їх покидати одразу після їжі, тому їх часто вибирають як місця для зустрічей.

Ресторан цільового призначення – це той, який має достатньо сильну привабливість, щоб залучити клієнтів із-за меж цільової аудиторії. Ідея ресторану цільового призначення виникла у Франції з путівника Michelin, який оцінював ресторани за тим, чи варті вони спеціальної поїздки чи об'їзду, під час подорожі Францією на автомобілі.

Greasy spoon – це розмовний термін для британського кафе, американської закускової чи іншої невеликої закускової, де подають їжу за низькою ціною. Зазвичай подають смажену їжу, а у Великобританії в таких закладах часто подають сніданки протягом усього дня та міцний чай. Вони зазвичай зустрічаються в районах робітничого класу.

Tabletop cooking клієнти розсаджуються як у звичайній обідній їдальні. Продукти харчування готуються закладом на вбудованих газових плитах, індукційних плитах або вугільних грилях; замовник контролює потужність нагріву приладу.

Mongolian barbecue – незважаючи на назву, монгольська форма ресторану барбекю не є монгольською, скоріше походить з Тайваню та натхненна японськими теппаньякі. Споживач створює тарілку з асортименту інгредієнтів, виставлених у формі шведського столу. Потім тарілку передають кухарю, який обсмажує їжу на великій решітці та повертає її споживачеві.

Традиційні паби були насамперед пивними закладами, де їжа була на другому плані, тоді як багато сучасних пабів роблять акцент на їжі, настільки, що гастропаби часто відмічаються своєю високоякісною їжею в стилі вишуканої кухні і водночас високими цінами. Типовий паб пропонує великий вибір розливного пива та елю.

Teranyaki style. Багато ресторанів, що спеціалізуються на японській кухні, пропонують гриль теппаньякі, який, точніше, заснований на типі вугільної печі, яка в Японії називається ситирин. Відвідувачі, часто в кількох незв'язаних компаніях, сидять навколо гриля, доки шеф-кухар готує на їхніх очах

замовлення. Часто шеф-кухар навчається розважати гостей спеціальними прийомами, у тому числі розбивати яйце, що обертається в повітрі, формувати вулкан зі скибочок цибулі різного розміру і кидати шматочки смажених креветок в рот відвідувачів на додаток до різних реквізитів. Також називається хібаті.

Сучасна класифікація закладів ресторанного господарства за типом включає градацію ресторанів за рівнем обслуговування: люкс, вищий, перший та за кухнею; кафе – за асортиментом продукції (кафе-морозиво, кафе-кондитерська, кафе-молочне тощо.); бари - за асортиментом продукції: винний, пивний, коктейль-бар тощо; їдальні бувають самообслуговування, з офіціантами; закусочні – за асортиментом продукції (піцерія, шаурмична, хот-дог тощо.)

Класифікують заклади ресторанного господарства, в основному це ресторани преміальні, сімейного типу, вишуканої кухні, за наступними показниками: люкс – вишуканий інтер'єр, широкий вибір послуг, високий рівень обслуговування, ексклюзивні страви; вищий – комфортний інтер'єр, широкий вибір страв, якісний сервіс; перший – простий інтер'єр, доступні ціни, стандартний набір страв і послуг.

За потужністю заклади бувають: великі (понад 50 місць), середні (50-15 місць), малі (до 15 місць); за сезонністю – стаціонарні (працюють цілий рік), сезонні (працюють у певний сезон). Також розрізняють заклади за місцем розташування: міські, придорожні, туристичні.

Залежно від контингенту споживачів бувають заклади загального користування (для всіх категорій споживачів) та спеціального призначення (для дітей, студентів, ветеранів тощо).

В Україні існують також класифікація закладів ресторанного господарства (РГ), які враховують специфічні особливості та характеристики, що регламентуються ДСТУ 4281:2004 «Заклади ресторанного господарства. Класифікація» [5]. За нормативним документом заклади ресторанного господарства мають наступну класифікацію, представлена в табл. 1.1.

Таблиці 1.1

Види закладів ресторанного господарства в Україні відповідно до класифікації ДСТУ 4281:2004

№	Вид закладу РГ	Характеристика
1	2	3
1	Повносервісний	Заклад РГ, де процес обслуговування проводиться офіціантами; асортимент страв та напоїв представлені фірмовими та замовними власного виробництва. <i>Примітка.</i> Відносять ресторани, бари, кафе
2	Швидкого обслуговування	Застосовується самообслуговування, обмежений асортимент страв, що прискорений процес обслуговування
3	Майдан харчування	Комплекс закладів РГ швидкого обслуговування із загальною торговельною залю
4	Клуб	Заклад РГ, в якому функціонує клуб, споживачі якого мають спільні інтереси та особливості смаків. <i>Примітка.</i> Клуб любителів чаю, сирів тощо
5	Загальнодоступний	Обслуговування надається кожному споживачу
6	Закритий	Послуги надаються певному контингенту споживачів. <i>Примітка.</i> Організація харчування у загальноосвітніх навчальних закладах, тощо
7	Ресторан	Представлено широкий асортиментом продукції власного виробництва, продукції, що закупасться, притаманний високий рівень обслуговування, комфорту, організований відпочинок і дозвілля споживачів. <i>Примітка.</i> Заклади РГ класифікується за часом обслуговування: швидкого обслуговування та звичайні; за методами обслуговування: обслуговування офіціантами і самообслуговування; за спеціалізацією: рибний ресторан, національної кухні тощо [6]
8	Ресторан-бар	Заклад РГ, в якому наявний бар, торговельна зала
9	Кафе	Притаманний широким асортиментом нескладних страв, кондитерських виробів і напоїв, з формою обслуговування – самообслуговування, обслуговування офіціантами. <i>Примітка.</i> Розрізняють: кафе-кондитерська, кафе-морозиво, кафе-молочне тощо [6]
10	Кав'ярня	Широкий асортиментом кави
11	Кафе-бар	Наявний бар, торговельна площа в залі кафе
12	Кафе-пекарня	Відмінна риса є виробництво і продаж хлібобулочних і борошняних кондитерських виробів на місці
13	Чайний Салон	Широким асортиментом чаю, кондитерські, булочні та борошняні кулінарні вироби
14	Кафетерій	Притаманне самообслуговування з асортиментом нескладних у приготуванні страв та напоїв, торговельна зала обладнана торговельно-технологічним устаткуванням для роздачі страв. <i>Примітка.</i> Організуються у навчальних закладах, установах, промислових підприємствах тощо через кафетерійну стійку

## Продовження таблиці 1.1

1	2	3
15	Закусочна; <i>Шинок</i>	Притаманне самообслуговування з асортиментом гарячих і холодних закусок, страв нескладних у технологічному процесі, з швидким обслуговуванням споживачів. <i>Примітка.</i> Спеціалізовані закусочні типу «Галушки», «Куліш», «Деруни», «Сосиски», «Млинці», «Пиріжки», «Чебуреки», «Шашлики», «Вареники», «Пельмені», «Піцерія» тощо [6]
16	Бар	Широкий асортимент алкогольних, безалкогольних, змішаних напоїв, з невеликою кількістю закусок реалізуються через барну стійку. <i>Примітка.</i> Спеціалізовані бари: винний, пивний, молочний, вітамінний, коктейль-бар тощо [6]
17	Нічний Клуб	Бар або ресторан, режим роботи якого переважно в нічні години, з різноманітними видовищами і розважально-танцювальними програмами та музичним супроводом. <i>Примітка.</i> Кабаре, більярд, диско тощо
18	Пивна Зала	Широкий асортимент пива
19	Їдальня	Надаються послуги певному контингенту із різноманітним асортиментом страв, що виготовляються на місці. Страви можуть надавати у вигляді комплексних раціонів харчування. <i>Примітка.</i> Організовується у навчальних закладах, військових підрозділах, лікувальних та оздоровчих закладах, відділеннях лікарень, тощо. Існують дієтичні їдальні [6]
20	Буфет	Обмежений асортимент страв і напоїв, які вживають на місці стоячи, на винос (ДСТУ 3862)
21	Ресторан за спеціальними замовленнями ( <i>catering</i> )	Організація обслуговування та постачання страв за спеціальними замовленнями у визначене місце, що не є ресторанним закладом. <i>Примітка.</i> Обслуговування банкетів, прийомів, ділових зустрічей тощо.

Побудовано автором на основі джерела [5].

Враховуючи, що ресторанна галузь в Україні все ще на початковій стадії розвитку, вона має значний потенціал, так як цікава не лише для економіки нашої країни, але й приваблива для інвесторів. Ґрунтується така особливість на тому, що в Україні велика кількість туристичних місць. На сьогодні спостерігаються нові тенденції, такі як: елітні ресторани, тематичні бари та ресторани, фаст-фуд, поширення набули спортивні бари та паби, активно розвивається кейтеринг. Очевидно, що на сьогодні кількість видів закладів ресторанного господарства в Україні представлена широкою номенклатурою. Для детального вивчення класифікації, розглянемо відмінні вимоги (табл.2) [5].

Таблиця 1.2

Рекомендовані відмінні вимоги до закладів ресторанного господарства основних типів і класів

Показники, що характеризують заклади ресторанного господарства	Тип закладу РГ										
	Ресторан			Бар			Кафе	Кафе-терій	Закусочна	Їдальня	Буфет
	люкс	вищий	перший	люкс	вищий	перший					
1. Місце розташування закладу і стану прилеглої території:											
самостійна будівля або будівля, яка входить до складу торговельного центру, готелю тощо, побудована чи реконструйована за індивідуальним проектом	X	X		X							
будівля побудована чи реконструйована за повторним або типовим проектом			X		X	X	X	X	X	X	
під'їзdnі шляхи, підходи до входу в заклад зручні, забезпечені довідково-інформаційними покажчиками, вся прилегла територія впорядкована, декоративно оформлена, озеленена, добре обладнана, ввечері штучно освітлена <sup>1</sup>	X	X	X	X	X		X				
крита охоронна стоянка для легкових автомобілів відвідувачів із зоною обслуговування поряд із закладом	X			X							
стоянка для легкових автомобілів відвідувачів із зоною обслуговування розташована поряд із закладом		X			X						
паркування легкових автомобілів відвідувачів поряд із закладом			X			X	X		X	X	
можливості для паркування автомобілів на незначній відстані від закладу								X			X
2. Вид, тип та особливості будівлі:											
капітальна будівля	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	
капітальна або некапітальна будівля											X
будівля має унікальне сучасне або оригінальне архітектурно-планувальне рішення	X	X		X	X						
3. Комфортність внутрішнього і зовнішнього дизайну приміщень:											
над входом вивіска з оригінальними декоративними елементами оформлення, з емблемою закладу, вказівкою типу і назви закладу	X	X		X	X						

Продовження таблиці 1.2

центральний вхід забезпечує одночасний рух зустрічних потоків відвідувачів і має повітряно-тепловий захист	X	X	X	X	X	X	X	X			
кондиціонування повітря з автоматичним підтримуванням оптимальних режимів температури та вологості <sup>1</sup>	X	X		X	X		X				
системи вентилявання			X			X	X	X	X	X	X
архітектурно-художнє оформлення приміщень закладу	X	X	X	X	X	X	X		X	X	
унікальний внутрішній і зовнішній дизайн приміщення	X			X							
високо функційні торговельні та виробничі приміщення	X	X	X	X							
створення зручностей і затишку на основі виділення окремих зон за допомогою архітектурно-конструкторських і декоративних елементів інтер'єру	X	X		X	X						
створення атмосфери, сприятливої для дозвілля і відпочинку за допомогою декоративного озеленення, художніх композицій, кольорової гами, освітлювання тощо	X	X	X	X	X	X	X				
наявність естрадного і (або) танцювального майданчика	X	X	X	X							
декоративне озеленення									X	X	
4. Оснащеність закладу устаткуванням, меблями, посудом, столовими приборами, білизною:											
автоматизована система керування закладом	X			X							
сучасне технологічне устаткування	X	X		X	X						
меблі з вишуканим дизайном	X			X							
меблі підвищеної комфортності, відповідають інтер'єру приміщень	X	X		X	X						
меблі стандартні та зручні, відповідають інтер'єру приміщень			X			X	X	X	X	X	X
високоякісні столовий посуд і прибори	X	X		X	X						
столова білизна (скатерки і серветки) виготовлена на замовлення	X	X		X	X						

Продовження таблиці 1.2

5. Процес обслуговування: обслуговування офіціантами <sup>2</sup>	X	X	X	X	X	X	X			X	
самообслуговування			X			X	X	X	X	X	X
накривання столів за попереднім замовленням <sup>3</sup>	X	X	X	X			X				
чітке дотримання стильової єдності сервування столів	X	X		X							
впровадження дисконтних, передплатних пластикових карт, Інтернет-технології	X	X		X	X						
рівень сервісу:											
«відмінний»	X			X							
«вище доброго»		X			X		X				
«добрий»			X			X	X	X	X	X	X
наявність живої музики	X			X							
6. Асортимент продукції та вимог до оформлення меню, преїскуранту і карти вин:											
асортимент широкий, різноманітний	X	X									
асортимент обмежений, специфічний									X		X
меню і карта вин або меню і преїскурант художньо оформлені <sup>1</sup>	X	X	X	X	X		X				
меню складено:											
українською та декількома іноземними мовами	X			X							
українською та англійською мовами <sup>1</sup>		X			X		X				
українською або українською і російською мовами			X			X	X	X	X	X	X
наявність карти вин <sup>4</sup>	X	X		X	X						
7. Освітньо-кваліфікаційний рівень персоналу:											
досконале володіння правилами і технікою обслуговування	X	X		X	X						
знання порядку розраховування за кредитними картками та іноземною валютою	X			X							

## Продовження таблиці 1.2

знання і дотримання правил міжнародного етикету, техніки і специфіки обслуговування іноземних споживачів, володіння кількома іноземними мовами в обсягах, необхідних для виконання своїх обов'язків	X			X							
знання особливостей технології готування, оформлювання та подавання національних, фірмових і замовних страв іноземних кухонь	X	X		X	X						
<sup>1</sup> у тих закладах РГ типу «кафе», де використовують метод обслуговування офіціантами. <sup>2</sup> обслуговувати офіціантами можна у закладах РГ типу «їдальня» для офіцерського складу збройних сил, професорсько-викладацьких колективів у вищих навчальних закладах тощо. <sup>3</sup> у тих ресторанах першого класу і кафе, де використовують метод обслуговування офіціантами. <sup>4</sup> у закладах РГ, що продають і організують споживання алкогольних напоїв.											

Необхідно підкреслити, що відмінні вимоги мають чітку та логічну градацію, за рахунок якої при оцінці якості обслуговування в закладі ресторанного господарства можна виявити невідповідність вимогам нормативних документів. На сьогодні одна з проблем сфери господарювання – заявлені стандарти власником не відповідають вимогам державних нормативних актів, що порушує права споживачів. Використовуючи данні з таблиці 2, можна чітко визначити чи відповідає заклад рівню якості обслуговування та цінovій політиці.

## 1.2. Системи та стандарти обслуговування в ресторанному господарстві

Ефективна робота підприємства в сьогоденній жорсткій конкуренції ґрунтується на якості надання послуг, що в свою чергу залежить від впровадження стандартів обслуговування на підприємстві [7]. Підвищення ефективності роботи в закладі РГ, покращення якості обслуговування, збільшення та вихід на стійке економічне зростання підприємства можливе в разі оптимального використання всіх наявних ресурсів – якісно побудована система управління, впровадження сучасних систем якості та міжнародних стандартів. Аналізуючи проблеми, з якими стикаються споживачі, можна визначити основні складові якості обслуговування рис. 1.

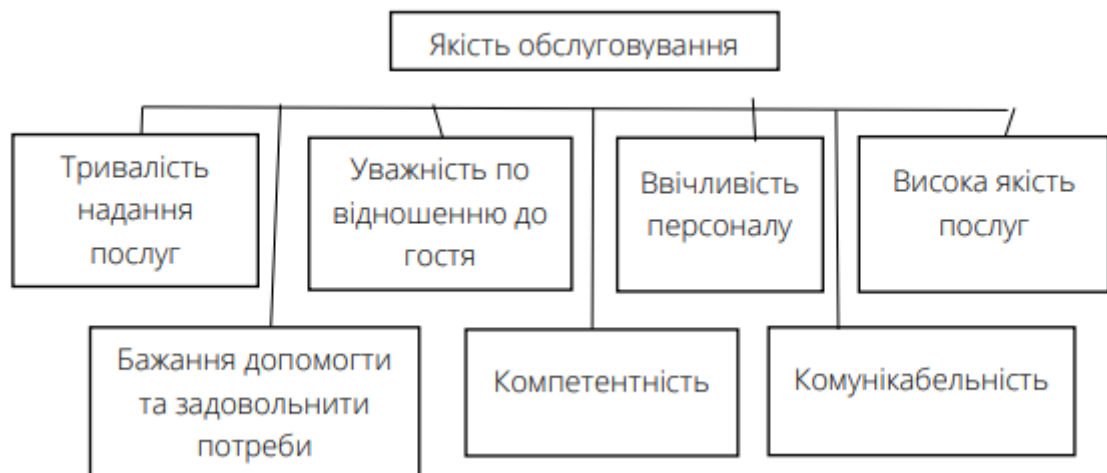


Рис. 1.1 Основні показники якості надання послуг в закладах РГ [8]

Отже, головне завдання керівника закладів РГ – це управління якістю надання послуг через інструменти сучасності. В основі управління якістю будь-якого закладу ресторанної індустрії містяться основоположні принципи управління якістю ДСТУ ISO 9000:2015 [9], які закладаються у політику підприємства в сфері якості послуг та продукту:

1) орієнтація на замовника – право споживачів ресторану давати оцінку якості послуг та визначати ефективність діяльності;

2) лідерство – формування керівництвом мети та місії, створення та підтримання відповідної внутрішньої атмосфери, коли колектив розуміє відповідальність у досягнення поставлених цілей;

3) залучення працівників у процес – кожен з персоналу, що залучений до виробничого процесу чітко розуміти свою роль у підтриманні високих стандартів обслуговування;

4) процесний підхід управління послугами розглядається в контексті управління процесом;

5) системний підхід до управління – ідентифікація, розуміння та управління взаємопов'язаними процесами як єдиною системою;

6) постійне поліпшення рівня якості;

7) прийняття рішень на підставі фактів – аналіз даних та інформації є основою для подальших дій.

8) взаємовигідна співпраця з постачальниками. Цей принцип можна практично прослідкувати у впровадженні у практику роботи ресторанного господарства системи управління безпечністю харчових продуктів Hazard Analysis and Critical Control Points (НАССР).

Використання зазначених принципів управління якістю та державних стандартів формують основу розробки внутрішніх стандартів обслуговування у закладах ресторанного господарства.

Основними державними стандартами, якими керуються при роботі закладу РГ, є:

1. ДСТУ 4281:2004 Заклади ресторанного господарства (класифікація);

2. ДСТУ 3862-99 "Ресторанне господарство. Терміни та визначення": визначає терміни та визначення, що використовуються в ресторанному господарстві.
3. ГОСТ 3390-95 «Громадське харчування. Кулінарна продукція, яка реалізується населенню»;
4. ГОСТ 30523-97 Послуги ресторанного господарства «Загальні вимоги»;
5. ГОСТ 30524-97 «Громадське харчування. Вимоги до обслуговуючого персоналу».

Кожне підприємство ресторанного господарства може розробити власні внутрішні стандарти обслуговування, які враховують специфіку закладу та його цільову аудиторію. Розробка внутрішніх стандартів обслуговування має ґрунтуватися на наступних принципах:

- урахування рівня розвитку науки і техніки, рівня соціальної відповідальності перед громадами та навколишнього середовища;
- показників економічної доцільності та ефективності всіх технологічних процесів;
- забезпечення відповідності до нормативних актів, міжнародних, національних та регіональних стандартів, вимог інших нормативних документів;
- залучення до розробки та вдосконалення стандартів обслуговування внутрішніх та зовнішніх стейкхолдерів;
- застосування інформаційних систем і технологій;
- відкритість та зрозумілість учасникам процесу надання ресторанних послуг;
- відповідність, раціональність, несуперечність; – можливість перевірки та контролю їх дотримання.

На рис. 1.2 представлено концептуальну модель структури внутрішніх стандартів обслуговування у закладі ресторанного господарства, яка сукупність об'єктів стандартизації відповідно до складових ресторанного продукту: організаційні, економічні, соціальні та емоційні [10].

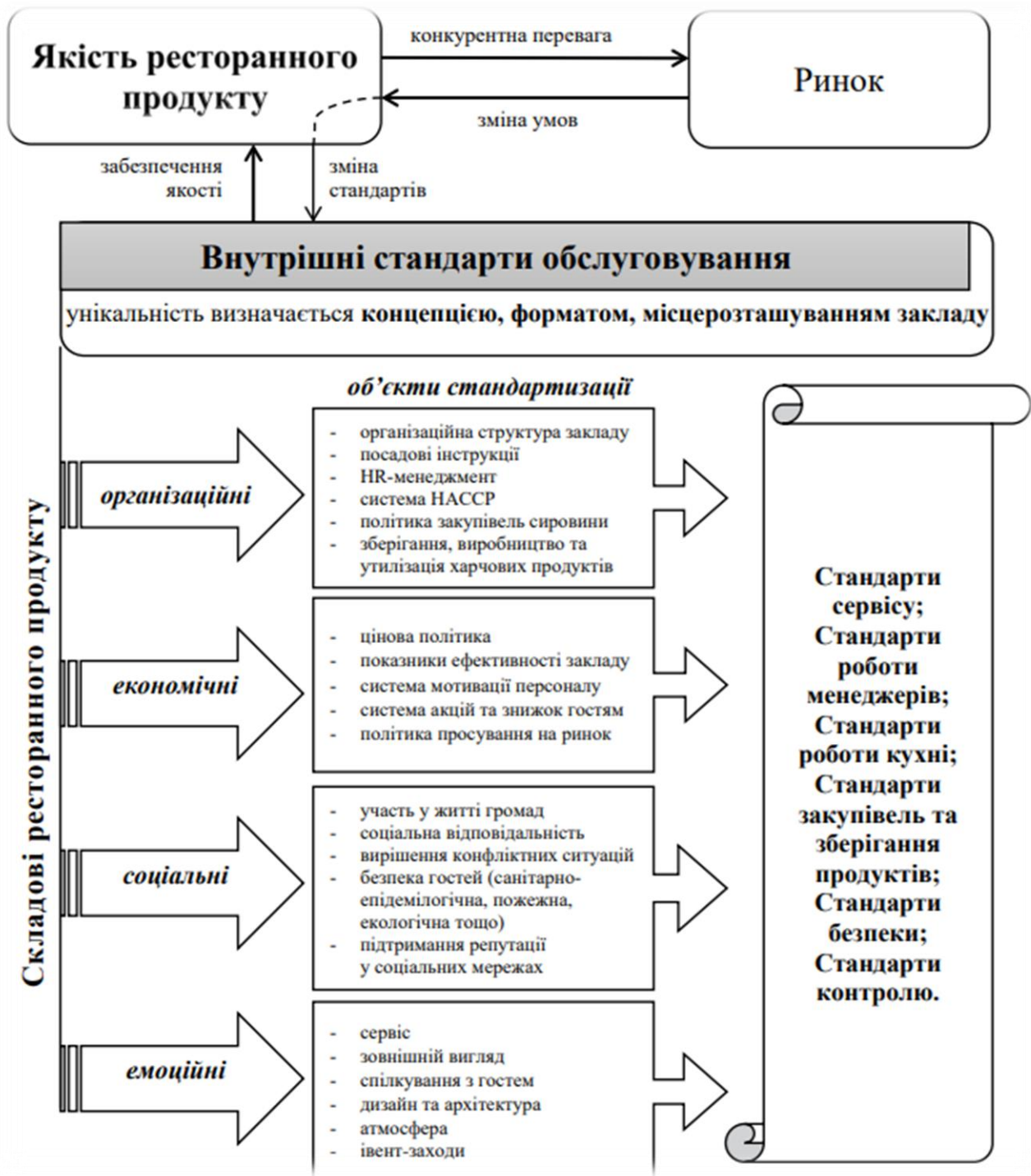


Рис. 1.2 Узагальнена модель структури внутрішніх стандартів обслуговування у закладах РГ [10]

Виходячи із моделі очевидно, що внутрішні стандарти обслуговування підприємства у включають: стандарти на продукцію та послуги; стандарти на методи контролю; стандарти на процеси. Саме тому область застосування стандартів поширюється абсолютно на все процеси надання послуг: стандарти

сервісу закладу; стандарти роботи керівних посад; Стандарти роботи робітників кухні та обслуговування; стандарти життєвого циклу продукції на підприємстві; стандарти безпеки. Перелік стандартів може бути розширеним враховуючи концепцію конкретного закладу.

Міжнародний практичний досвід показує успішність в діяльності впроваджуючи один з найвпливовіших інструментів – системи управління якістю (СУЯ). Дана інструмент дає змогу здійснювати управління якістю на всіх етапах виробничого циклу.

У взаємовідносини закладів РГ та споживачами активно включилась сертифікація систем обслуговування на відповідність стандартам ISO 9000. Для якісної роботи закладів РГ впроваджують системи якості, що покращують координацію в роботі та знижують ризики отримання негативних факторів. На сьогодні підвищується інтерес до впровадження МС ISO серії 9000, що призвело до створення настанови ISO: IWA 4 Системи управління якістю – Настанова щодо впровадження ISO 9000:2000 (Quality Management Systems – Guidelines for the application ISO 9000:2000 on Local Governments).

ISO серії 9000 забезпечують споживачу право активніше впливати на якість готельних послуг; а саме передбачає активну роль клієнта в процесі обслуговування. ISO 9000 використовуються для визначення відмінностей і взаємозв'язків між основними поняттями у області якісного обслуговування і як представлення керівних положень щодо вибору і застосування стандартів ISO на системи якісного обслуговування, які служать для внутрішнього користування у готельно-ресторанному комплексі при вирішенні завдань управління якістю (ISO 9004) [11].

Системи менеджменту (TQM) якістю відповідно до міжнародного стандарту ISO 9001:2001 вже ефективно функціонують у багатьох країнах світу. Загальне управління якістю є важливою стратегією для сучасних підприємств, спрямована на вдосконалення безперервного процесу зменшення та усунення виробничих помилок, зосереджена на покращенні обслуговування споживачів, навчанні співробітників працювати більш ефективно та підвищувати рівень

задоволеності споживачів. Крім того, вона акцентує увагу на покращенні якості продукції підприємства, шляхом постійного вдосконалення внутрішніх процесів.

Концепція TQM і концепція стандартів ISO направлені на роботу в якості взаємодії. Проте, стандарти ISO в більшій мірі регулювання взаємовідносин між виробником та споживачем, а концепція TQM працює тільки на внутрішні процеси постачальника послуг чи товару. В концепції стандартів ISO закладено алгоритм дій для забезпечення якості, а в концепції TQM – інструменти [12].

Ще одним дієвим інструментом управління в харчовій промисловості є Система управління безпечністю харчових продуктів (НАССР), яка може функціонувати самостійно або бути складовою частиною СУЯ. На сьогодні є актуальним впровадження системи харчової безпеки в закладах РГ, в основу якої покладено принципи НАССР, що спрямована на визначення та контроль потенційних небезпек. Основні переваги впровадження НАССР:

- запобігання загрозам безпеки харчових продуктів;
- ресторанний бізнес, який застосовує систему НАССР, може гарантувати своїм споживачам, що його продукція не містить біологічних, хімічних і фізичних забруднень. Система спрямована на усунення перехресного зараження, а також обережна щодо алергенів. Особиста гігієна, розділення сирих та варених інгредієнтів, санітарна обробка поверхонь і підтримання безпечної мінімальної внутрішньої температури, суворо контролюються системою управління НАССР. Заклад, який використовує систему НАССР, може підвищити свій імідж серед потенційних споживачів, оскільки демонструє безпеку;
- контроль ризиків безпечності харчових продуктів у життєвому циклі продукції – система управління НАССР спрямована на контроль питань безпечності харчових продуктів на всіх етапах харчового ланцюга, від виробництва сировини, закупівлі, обробки, до виробництва, зберігання, розподілу, продажу та споживання готових харчових продуктів;
- стандартизація процесів виробництва – система НАССР допомагає визначити критичні контрольні точки, у яких необхідно втручатися, щоб готова продукція була безпечною. Це створює критичні та вимірювані стандарти та

послідовність у процесі виробництва харчових продуктів. Це також створює простір для моніторингу та коригувальних заходів, якщо стандарти не виконуються;

– управління якістю продукції знижує витрати в довгостроковій перспективі – усі процеси пов’язані з виробництвом продукції постійно документуються. Це позбавляє систему несподіванок. Підприємство, стандартизоване за НАССР, з часом побачить зростання прибутковості, оскільки споживачі, які відвідують заклад із-за безпеки харчових продуктів, будуть повертатися. Такий бізнес також буде захищений від судових процесів з боку споживачів та штрафів з боку уряду.

Прогнозування якості запасів і належне управління продукцією за допомогою системи НАССР допоможе бізнесу підтримувати стандарти безпеки харчових продуктів [13].

Виходячи з вищевикладеного матеріалу, очевидним є те, що заклад РГ мають велику відповідальність перед своїми споживачами, тому в обов’язках лежить обов’язкове дотримання усіх вимог державних стандартів щодо безпеки продукції, яка пропонується, також відповідати заявленим рівням якості послуг. Одним із інструментів для досягнення своєї мети є застосування міжнародних систем якості з урахуванням вимог вітчизняної стандартизації.

### **1.3 Методи визначення рівня якості обслуговування в закладі ресторанного господарства**

Процес визначення рівня якості продукції та послуг передбачає встановлення переліку показників, визначення значень цих показників та порівняння їх із базовими, тобто якою мірою використання результатів діяльності суспільства задовольняють певні потреби суспільства. Основні методи визначення рівня якості продукції та послуг затверджені стандартом [14].

В Україні оцінювання та контроль якості послуг закладів ресторанного

господарства виконують за допомогою вимірювальних (аналітичний: фізико-хімічний, мікробіологічний, медико-біологічний), експертних (органолептичний) та соціологічних методів, затверджених в установленому порядку [15]. Основні методи оцінювання якості продукції – диференційний, комплексний, змішаний, статистичний. Показники якості визначають за допомогою таких методів, як: реєстраційний, розрахунковий, вимірювальний, органолептичний, соціологічний та експертний. Заклади ресторанного господарства, що здійснюють діяльність на території України, перебувають під державним контролем та регулюванням якості продукції та послуг

Забезпечення якості послуг залежить від ступеня виконання та дотримання регламентованих вимог, а їх поліпшення – від виявлення додаткових вимог споживачів до якості послуг. Ураховуючи сьогоденні умови діяльності закладів ресторанного господарства, визначення та виконання додаткових вимог є необхідними заходами поліпшення якості послуг та задоволеності споживачів рис. 1.3 [16].

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

Рис. 1.3 Вимоги споживачів до послуг, що надаються закладами ГРС

Оцінювання рівня якості об'єктів, що є предметом проведення стандартизації, сертифікації, встановлення оптимальних параметрів, для

складання конкретних властивостей продукції та послуги повинно проводитися найбільш об'єктивними методами, які передбачають застосування засобів вимірювальної техніки. Однак, щодо послуга, їм притаманні в основному якісні характеристики, які стосуються здатності задовольняти потреби споживача [17].

Аналізуючи данні з рис. 1.3 очевидно, що існують заходи підвищення об'єктивності результатів, а саме:

- визначати сукупності показники та критерії специфіки конкретної послуги в галузі шляхом чіткого вираження якості притаманній даному виду діяльності;
- виявляти коефіцієнт вагомості показників якості послуги відповідно до потреб споживачів шляхом застосування соціологічних інструментів;
- визначати реальну вартість послуг та встановлювати відповідну цінову політику;
- усереднювати вимоги та оцінку якості між споживачами, виробниками та експертами.

Формування показників для оцінки якості обслуговування в ресторані є складним завданням через комплексність цих послуг, що не піддаються прямому вимірюванню. Тому виникає необхідність диференціювати їх на більш прості та вимірні об'єкти.

Найвищий рівень якості може бути досягнутий за рахунок демонстраційного типу виконання процесу, коли споживач спостерігає за приготуванням їжі. Проте, цей тип не завжди доцільний для різних типів підприємств [18].

Якість обслуговування в готелі та ресторані залежить від комплексу факторів, таких як:

- задоволення потреб клієнта: Повнота та ефективність задоволення потреб та очікувань;
- професійність персоналу: Кваліфікація, знання, навички та досвід персоналу;
- матеріально-технічна база: Комфортність, чистота, естетика та

відповідність приміщень санітарним нормам.

Тому, основними методами та інструментами контролю рівня якості виділяють наступні статистичні методи (рис. 1.4).

Прямого розрахунку по кінцевому результату (економічному)		Параметричні по комплексу, параметрам та відповідним методам оцінки	
За економічною ефективністю для суб'єкта, який створює якість	За економічною ефективністю для суб'єкта, що споживає якість	Розрахункові	Експертні
Алгоритм	Алгоритм	Оцінка «жорстких параметрів». Можуть бути: - оцінка одиничних параметрів якості; - індексна оцінка; - комплексна оцінка; - оцінка ринків; - оцінка посередників; - оцінка рівня конкуренції; - оціночні числа; - рейтинги	Оцінка менш жорстких параметрів (естетичних, ергономічних)
Визначення корисного ефекту для власника	Визначення корисного ефекту для споживача		
Визначення витрат на створення	Визначення загальних витрат споживача		
З іншого боку			
Методи оцінки якості			
Диференціальні		Комплексні (включаючи диференціальну оцінку як етап)	

Рис. 1.4 Класифікація методів оцінки рівня якості

Виходячи з даних рис. 1.4. очевидним є, що оцінку рівня якості можна розділити на диференційовані, комплексні та змішані види. Важливим є аспект, що думка споживача про рівень якості надання ресторанних послуг має бути основною, саме тому основним методом збору інформації щодо аналізу якості є анкетний метод [19]. Так, авторами Кукліна Т.С. та Корнієнко О.М. складено анкету для встановлення рівня якості послуг у вітчизняних закладах РГ (рис.1.5) [16].

Виходячи з теоретичного матеріалу можна виділити низку критеріїв якості ресторанних послуг, що залежить від персоналу:

- компетентність: виражається у тому, що персонал ресторану володіє необхідними знаннями і навичками та достатнім рівнем професіоналізму для надання тих чи інших послуг;
- надійність: визначається стабільністю роботи закладу ресторанного господарства;

Назва закладу										
№ п/п	Номенклатура показників якості	Бали (результати оцінювання)								ΣСб
1	соціальна адресність									
2	культура обслуговування									
3	якість продукції									
4	комфорт, інтер'єр									
5	надійність та доступність									
6	інформаційність									
7	номенклатура послуг									
Дата проведення оцінювання										
Підписи експертів										

Рис. 1.5 Приклад анкети встановлення рівня якості надання послуг в закладах РГ [16]

- чуйність: персонал закладу прагне за можливості задовольнити всі побажання споживачів, надаючи нетипові послуги;
- доступність: персонал повинен бути контактним і доступним, споживач не повинен шукати працівника відповідної служби по всьому закладу;
- розуміння: один із головних елементів гостинності, який заснований на розумінні всіх специфічних потреб споживачів та їх подальшому задоволенні;
- комунікація: персонал повинен бути максимально відкритим для споживача і надавати доступ до необхідної йому інформації;
- довіра: показник якості, що виражається у задоволенні обслуговуванням, споживач уважатиме заклад найкращим і в майбутньому рекомендуватиме близьким, друзям, знайомим, підвищуючи тим самим репутацію закладу;
- безпека: основна властивість готельної або ресторанної послуги, що відбиває головну потребу будь-якого споживача – потреба в моральній та фізичній безпеці;
- ввічливість: персонал повинен бути ввічливим, доброзичливим, дружелюбним, уважним;
- відчутність: споживач повинен не тільки споживати, а й відчувати надані послуги, що досягається за рахунок оформлення приміщень і будівлі закладу, а також уніформи персоналу [20].

Необхідно відмітити також кількість досліджень пов'язаних з оцінкою якості послуг за допомогою моделі розриву якості послуг, відомої як модель SERVQUAL, в індустрії туризму та гостинності, розглядається або в оригінальному вигляді, або у розвиненій версії. Основною метою даного метода є емпірична оцінка розробленої версії моделі SERVQUAL для вимірювання якості обслуговування ресторанних послуг, відомої як DINESERV.

Модель DINESERV, що складається з 29 атрибутів моделі SERVQUAL, використовується для розробки анкет з метою вимірювання розриву між очікуваннями та рівнем сприйняття клієнтів у сфері ресторанного обслуговування. На основі статистичних даних визначено, що 25 показників мають можливості для подальшого поліпшення через розрив між очікуваннями і сприйняттями, виявляти сильні сторін якості обслуговування у закладах РГ [21].

Вище зазначені моделі і подібні їм збирають якісну інформацію на основі заздалегідь визначених стандартів, хоча зворотній зв'язок від клієнтів також можна отримати за допомогою невисокої якості методик типу анкетування. Незважаючи на беззаперечну значущість якісних методів, розглянули декілька міжнародних методів з визначення рівня якості. Деякі з цих методів вимірюють якість послуг, якість обслуговування на основі розривів у якості, які виникають в результаті відмінностей між очікуваннями та сприйняттям гостей очікуваннями та сприйняттям гостей (SERVQUAL, DINESERV); деякі є одновимірними і зосереджуються виключно на оцінці якості обслуговування оцінки (SERVPERF, Dineserv.per); інші поєднують вимірювання якості та важливості різних факторів обслуговування (SERVIMPERF); деякі зосереджуються на реакціях працівників в конкретних критичних ситуаціях (Critical Incident Technique – розширена модель); і, нарешті, деякі стосуються зовнішніх оцінювачів (AAA Diamond, Michelin Stars). Однак, SERVQUAL залишається однією з найпоширеніших методик вимірювання якості послуг та найпоширенішою методикою вимірювання якості послуг табл. 1.3 [22].

Як видно з наведеної вище таблиці 1.3, специфічні методи, такі як Tangserv і CIERM, відійшли від традиційних RATER розмірів інструменту SERVQUAL.

Таблиця 1.3

## Включення параметрів якості в різні моделі якості послуг

Модель	Чутливість	Надійність	Оперативність	Забезпечення безпеки	Емпатія	Поживна цінність	Інгредієнти	Техніка приготування їжі
SERVQUAL	+	+		+	+	+		+
DINESERV		+	+	+	+	+		
Dineserv.per	+	+				+		+
Tangserv		+		+			+	
CIERM	+	+	+					+

Після концептуалізації та операціоналізації концепції якості послуг (рис. 1.6), розроблено та емпірично перевірено 35-пунктовий інструмент для оцінки сприйняття споживачами якості ресторанного обслуговування (табл. 1.4).

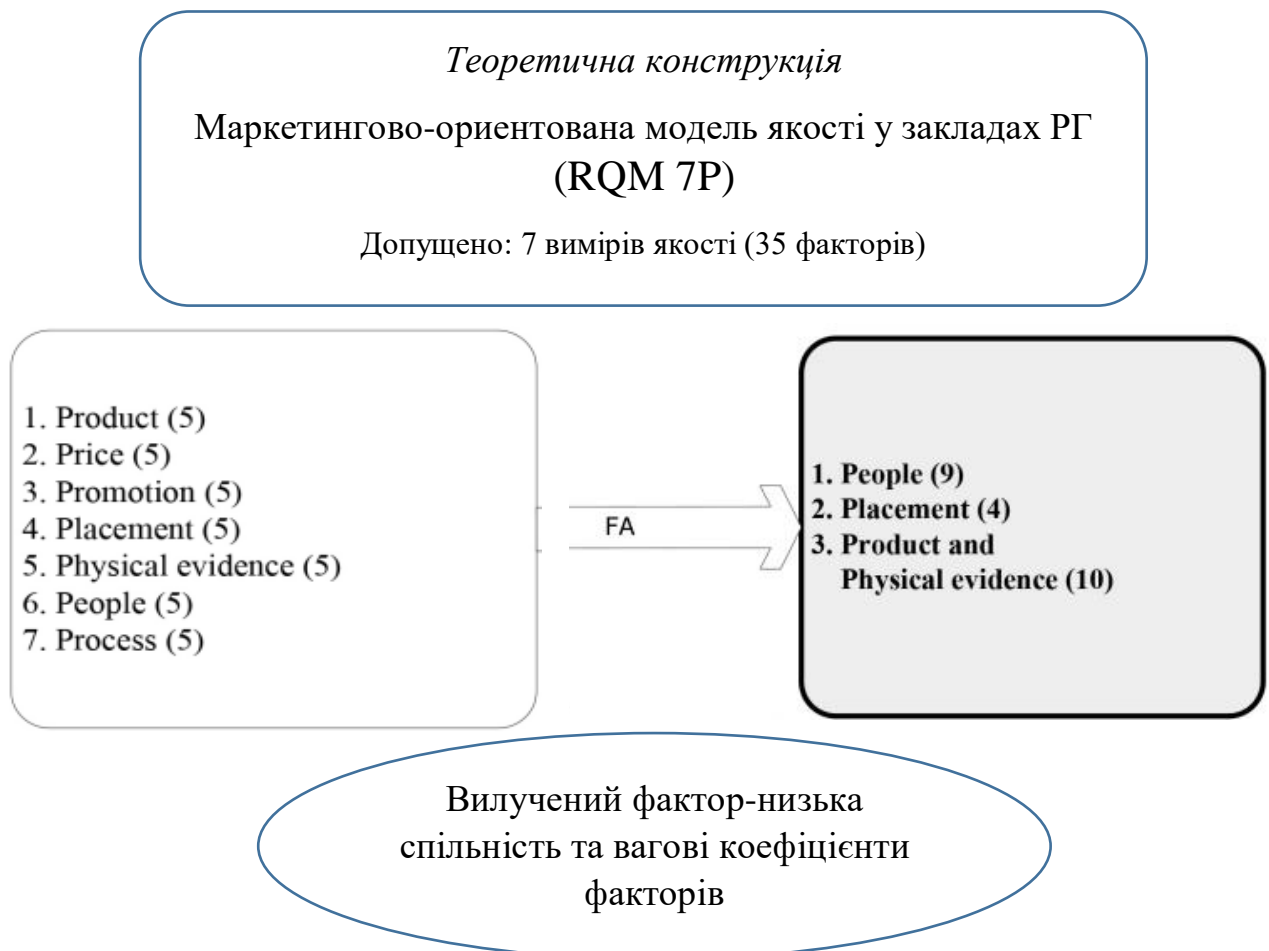


Рис. 1.6 Теоретична модель і результати дослідження

Рівень сприйняття споживачів вимірювався за п'ятибальною шкалою

Лайкерта від 1 (повністю не згоден) до 5 (повністю згоден).

Таблиця 1.4

## Оцінка рівня якості закладу ресторанного господарства

Параметри якості (7P)	Середнє значення	Коефіцієнт варіативності (%)
1	2	3
<b>Product (food)</b>		
Вибір страв		0,9
Розмір порцій		0,8
Смак		1,0
Зовнішній вигляд		1,0
Сприйняття безпеки харчових продуктів		1,0
<b>Physical evidences</b>		
Чистота приміщень		1,0
Охайний (презентабельний) персонал		0,9
Комфорт		1,0
Відчуття безпеки		0,8
Дизайн відповідно до пропонованої їжі		0,9
<b>People</b>		
Достатня кількість персоналу для забезпечення якісного обслуговування		0,6
Важливість присутності керівника ресторану для забезпечення якісної пропозиції		0,6
Відволікаюча присутність інших гостей		0,7
Гостинність персоналу		0,9
Компетентність обслуговуючого персоналу		1,0
<b>Promotion</b>		
Видимі маркетингові знаки		0,7
Знаки особливої уваги та компліменти		0,8
Рекомендації від обслуговуючого персоналу		0,9
Обсяг акцій та спеціальних пропозицій		0,6
Рекламні активності в соціальних мережах		0,6
<b>Price</b>		
Зрозумілість цінових позицій		0,7
Точний рахунок		0,8
Співвідношення ціни та якості		1,0
Цінова конкурентоспроможність		0,5
Очікуваний рівень цін порівняно з фактичним		0,8
<b>Placement</b>		
Доступний під'їзд		0,8
Доступна автостоянка		0,8
Охайне (чисте) оточення		0,7
Ресторан вартий подоланої відстані		0,6
Ресторан покращує непряму дистрибуцію		0,5

Продовження таблиці 1.4

1	2	3
<b>Processes</b>		
Швидка реакція персоналу на запитання		1,0
Допомога персоналу у задоволенні потреб клієнтів		0,8
Чуйність обслуговуючого персоналу		0,6
Час роботи ресторану		0,9
Час очікування		0,8

Численні дослідження показують, що страви є найважливішим параметром якості надання послуг закладів РГ, який впливає як на процес вибору ресторану так і на задоволеність гостей. Усі ці дослідження підкреслюють критичну роль оцінки якості харчових продуктів у взаємозв'язку з іншими факторами якості. Також, у кількох міжнародних дослідженнях [23], харчові продукти були визначені як найважливішим виміром якості. Вчені Sulek та Хенслі [24] запропонували твердження, що якість продуктів харчування має визначатися трьома ключовими характеристиками: безпекою, привабливістю та корисністю. Ґрунтуючись з даних таблиці бачимо, що на цих даних використано наступні фактори якості в моделі **Product (food)**: обсяг пропозиції (вибір страв), розмір порцій, смак, зовнішній вигляд та сприйняття безпечності харчових продуктів.

Використовуючи інструменти SERVQUAL (ввічливість працівників), DINESERVICE (ввічливість персоналу), DINESERV (добре навчений, компетентний та досвідчений персонал; кількість персоналу) та моделі Tangserv (взаємодія клієнтів з іншими людьми), сформовано специфічні фактори, які були введені в модель оцінки якості персоналу **People** : гостинність персоналу, компетентність обслуговуючого персоналу, достатня кількість персоналу для забезпечення якісного обслуговування, важливість присутності керівника ресторану, а також відволікаюча присутність інших гостей, що відволікає.

Суб'єктивна оцінка якості є особливо проблематичною з точки зору індивідуального сприйняття ціни. Кім та Качерський [25] стверджують, що сприйнятий рівень ціни та його кореляція з якістю є виключно результатом індивідуального психологічного процесу. Цю точку зору підтримують багато авторів, які доводять важливість індивідуалізму у сприйнятті ціни (особливо у

сприйнятті «справедливої ціни»). Ресторанна індустрія має тенденцію до високої цінової еластичності, оскільки невелика зміна ціни супроводжується значною зміною попиту на послуги. Отже ціна не визначена як найважливіший вимір якості, але підкреслюється важливість різних окремих цінових факторів (наприклад, точний рахунок також є фактором якості в моделі DINESERV). Враховуючи вищевикладене очевидним є те, що фактор **Price** можна виміряти на основі таких цінових факторів: зрозумілість ціни, точний рахунок, співвідношення ціни та якості, співвідношення ціни та якості, конкурентоспроможність ціни та очікуваний рівень цін у порівнянні з фактичним рівнем цін.

Отже, оцінка рівня якості послуг в закладах РГ має ґрунтуватися на об'єктивних та суб'єктивних показниках використовуючи різноманітні методи та моделі оцінки.

## Висновки до розділу 1

Встановлено, що сфера ресторанного господарства динамічно розвивається, пропонуючи широкий спектр закладів на будь-який смак та бюджет. Класифікується за різними критеріями, включаючи рівень обслуговування, кухню, асортимент продукції, сезонність, місце розташування, контингент споживачів. В Україні існує власна класифікація закладів ресторанного господарства, що враховує специфічні особливості та характеристики. Сучасна класифікація закладів ресторанного господарства включає градацію за типом, кухнею, асортиментом продукції, способом обслуговування, потужністю, сезонністю, місцем розташування та контингентом споживачів. В Україні класифікація закладів ресторанного господарства регламентується ДСТУ 4281:2004. Встановлено, що рівень комфорту та асортимент послуг, які пропонує заклад, залежать від його категорії. На сьогодні спостерігаються нові тенденції в розвитку – відкриваються елітні ресторани, тематичні бари, фаст-фуд, спортивні бари, паби, кейтеринг. Важливим в роботі

закладів РГ є те, щоб заявлені стандарти власника закладу відповідали вимогам державних нормативних актів. Також ресторанний сектор має значний потенціал для розвитку, адже Україна володіє великою кількістю туристичних місць, що приваблює міжнародних інвесторів.

Ефективна робота закладів ресторанного господарства в сучасних умовах жорсткої конкуренції залежить від якості надання послуг, що, в свою чергу, ґрунтується на впровадженні стандартів обслуговування. Тому дотримання державних стандартів та впровадження міжнародних систем якості є ключовими факторами успішної роботи в умовах жорсткої конкуренції. В результаті дослідження вивчено основні принципи управління якістю відповідно до ДСТУ ISO 9000:2015, розглянуто державні стандарти, які регламентують роботу закладів РГ, встановлено, що велику роль відіграють внутрішні стандарти. Останні впроваджуються на основі державної системи управління якістю та міжнародних системах, таких як НАССР, TQM. Внутрішні стандарти обслуговування розробляються з урахуванням специфіки закладу та його цільової аудиторії, включають стандарти на продукцію, послуги, методи контролю та процеси, можуть бути розширені за рахунок концепції конкретного закладу. Таким чином досягаються певні переваги: підвищення якості продукції та послуг, зниження ризиків, підвищення задоволеності споживачів, збільшення прибутковості та підвищення іміджу закладу. Підвищення якості обслуговування та впровадження стандартів обслуговування – це шлях до успішного розвитку закладів РГ.

Оцінка та контроль якості послуг закладів ресторанного господарства (РГ) це важливий комплексний процес, який гарантує задоволення потреб споживачів та забезпечує конкурентоспроможність закладу. В результаті аналітичного дослідження встановлено фактори, що впливають на якість: кваліфікація персоналу, якість та безпечність продуктів харчування, атмосфера, цінова політика. Забезпечення якості послуг залежить від ступеня виконання та дотримання регламентованих вимог, а їх поліпшення – від виявлення додаткових вимог споживачів до якості послуг. Формування показників для оцінки якості

обслуговування в ресторані є складним завданням через комплексність цих послуг, що не піддаються прямому вимірюванню. Розглянуто міжнародні моделі оцінки рівня якості послуг в закладах РГ, такі як SERVQUAL, DINESERV, DINESERVICE, Tangserv, CIERM, їх особливості. Це надало можливість зорієнтуватися у подальших дослідженнях, які інструменти використовувати для дослідження суб'єктів господарювання на ринку України. В результаті встановлено, що якість послуг РГ залежить від комплексного впливу різних факторів, оцінка якості має ґрунтуватися на об'єктивних та суб'єктивних показниках, використання різноманітних методів та моделей оцінки дає можливість отримати всебічну картину якості послуг, важливо постійно вдосконалювати систему оцінки та контролю якості, щоб відповідати потребам та очікуванням споживачів. Підвищення якості послуг – це шлях до успішного розвитку закладів РГ, але без належної оцінки її рівня це унеможлиблює цей процес.

## РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ НАДАННЯ ПОСЛУГ В РЕСТОРАННОМУ ГОСПОДАРСТВІ

### 2.1 Аналіз ринку послуг в ресторанному господарстві

Сучасні економічні умови характеризуються низкою факторів, що негативно впливають на підприємницьку діяльність, зокрема в індустрії гостинності. До таких факторів належать:

- загострення політичної та економічної кризи: військові дії на сході України в контексті загальносвітової кризи призвели до значного сповільнення темпів розвитку готельно-ресторанного ринку.

- відсутність достатнього інноваційного забезпечення галузі: недостатнє впровадження інноваційних технологій та методів ведення бізнесу стримує розвиток готельно-ресторанного ринку.

- прорахунки в регулюванні галузі з боку відповідних державних структур: неефективна політика та недосконале законодавство у сфері гостинності створюють додаткові бар'єри для розвитку.

- низька купівельна спроможність населення України: рівень доходів населення України робить послуги готельно-ресторанного бізнесу недоступними для значної частини населення.

Внаслідок дії цих факторів готельно-ресторанний ринок України переживає період стагнації. Сповільнення темпів розвитку негативно впливає на всі сфери галузі,

З 2016 року показники розвитку готельного господарства мають негативну тенденцію, що є наслідком загострення внутрішньополітичної ситуації, зокрема проведенням військових дій на частині території України та відчуженням Криму. Підтвердженням тому є середньорічний коефіцієнт завантаженості готелів України, який щорічно змінюється. Зниження завантаженості готелів пояснюється низькими доходами населення, відсутністю попиту на вітчизняні туристичні послуги та недостатнього інвестиційного забезпечення по

модернізації галузі. За таких умов з урахуванням вартості банківського кредиту економічна активність щодо будівництва нових готельних споруд стає практично неможливою [26].

З метою розвитку ресторанного сектору активно впроваджують маркетингові інструменти. Все більше зусиль спрямовується на створення і просування брендів з метою завоювання споживачів на емоційному рівні, формування постійної і лояльної цільової аудиторії. Ґрунтуючись на цьому можна виокремити основні фактори впливу на діяльність закладів РГ (рис. 1).

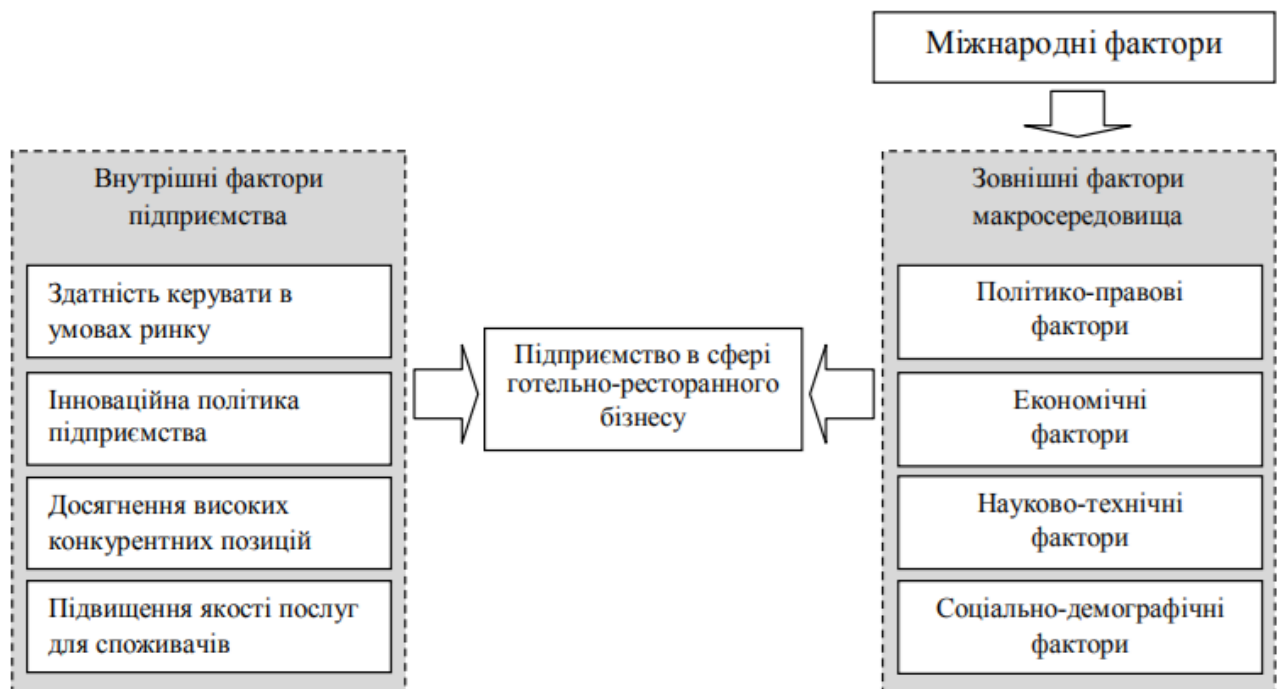


Рис. 2.1 Фактори, що впливають на функціонування закладів РГ щодо надання послуг

У діяльності готельно-ресторанної індустрії можна виділити ряд проблем, пов'язаних з тим, що недостатньо приділяється уваги:

- організаційній діяльності: правильний розподіл повноважень керуючого і персоналу готельної компанії, залучення кваліфікованих фахівців, раціональне використання ресурсів: організаційних, трудових, інтелектуальних, матеріальних тощо;

- фінансово-економічній діяльності: раціональне використання інвестицій, фінансове планування, розрахунок основних економічних і фінансових

показників, розрахунок економічних ризиків;

- маркетингової діяльності: знання готельного ринку і конкурентного середовища, його потенціалу, основних тенденцій розвитку, вибір цільової аудиторії, планування просування і реалізації продажів;

- стратегічному плануванню: розробка бізнес-стратегій, вибір моделі прийняття рішень, тощо.

Отже, для розвитку та ефективної діяльності підприємствам у сфері готельного бізнесу необхідно приділяти увагу стратегічному та економічному плануванню, впровадженню сучасних інноваційних технологій [27].

Необхідно відмітити, що «впевненіше» себе відчують мережеві структури, які мають усі необхідні ресурси і резерви, щоб пережити кризу і розвивалися далі. І нові заклади «хлібної» експансії Дмитра Заходякіна та Аліни Косічкіної, як гриби зростаючі проекти «Бульдозер груп», «Холдинг емоцій !FEST» Андрія Худо та заклади Дмитра Борисова, нові проекти від «Горячих перці» з Одеси, а також багатьох інших – підтверджують дану тенденцію.

Також у процес диверсифікації – освоєння ресторанного ринку рушили й великі промислові та інші непрофільні гравці галузі. Так, власні мережеві проекти запустили МХП, Львівський концерн «Хлібпром», автомобільні холдинги, мережеві ритейлери та інші, які мають суттєвий фінансовий та виробничий ресурс, як для ефективного «входу», так і для розвитку на ринку.

Активно до процесу роботи у мережі підключився сегмент, що займається обжарюванням кави, ці суб'єкти ринку вирішили не поділяти свою маржу з роздрібними кафе. Вони додають асортимент випічки та десертів, в свою чергу кондитери та пекарі додають каву, а продавці вин і включають весь асортимент, що стимулює низку нових відкриттів.

За підсумками 2021 р., подано аналітичну оцінку та характеристику динаміки стану ресторанного ринку в Україні та його розвитку. Сфера гостинності у 2021 р. показала тенденцію зростання порівняно з аналогічним періодом у 2020 р., першому році пандемії рис. 2.2.

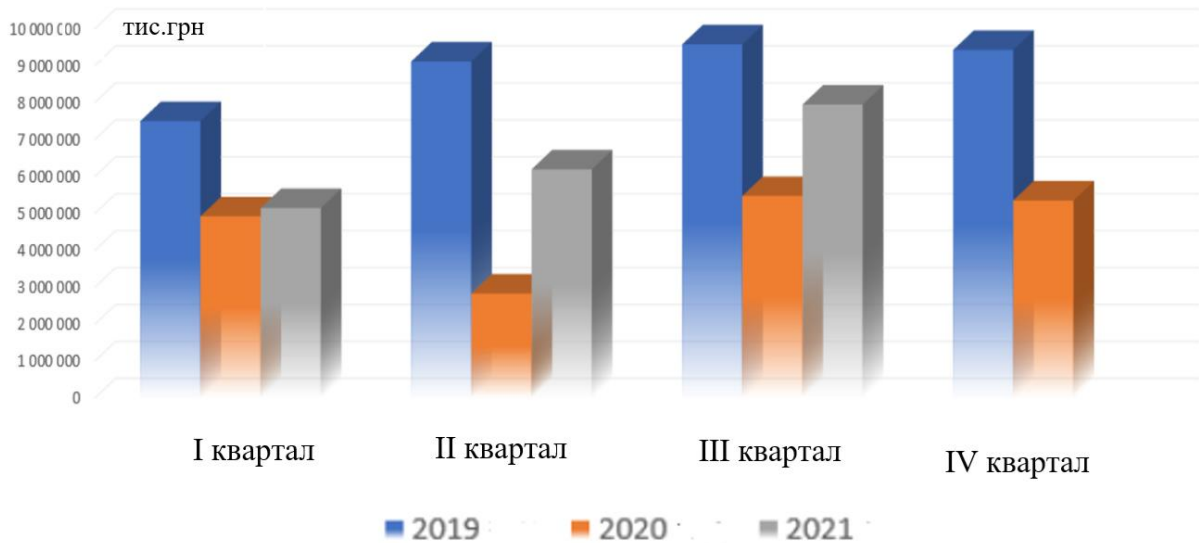


Рис. 2.2 Обсяг ресторанного ринку України 2019 – 2021 р.р.

На рис 2.2 видно, що поточні торгові надходження у сегменті B2C не досягли показників 2019 р., але збільшуються та перевищили показники трьох кварталів 2020 р.

За результатами перших 3 кварталів 2021 р. обсяг торговельних надходжень ресторанного ринку в Україні становив приблизно 19,3 млрд. грн. або близько 695,8 млн. дол., що приблизно на 6 млрд. грн. або \$218,9 млн., понад 45,9% – перевищує аналогічні показники 2020 року. Враховуючи фактичну інфляцію на рівні 10...12% з початку 2021 р. та незначної зміни середньорічного курсу долара, бачимо явне зростання показників [28].

Внаслідок жорстокої широкомасштабної агресії з боку країни-агресора українські підприємства змушені адаптуватися до воєнних реалій в умовах екстремального стресу. За даними Державної служби статистики України, у 2022 р. обсяг реалізації продукції ресторанного господарства в Україні знизився на 54,1% порівняно з 2021 р. [29]. Для ресторанного бізнесу, який вже протягом двох років переживав пандемію COVID-19, це стало черговим викликом. За даними дослідження НБУ, 58,0 % ресторанів в Україні зазнали значних збитків під час пандемії [30].

Термін стратегічного планування в більшості ресторанів наразі не

перевищує одного тижня, а в деяких випадках становить лише 2...3 дні. Це пов'язано з невизначеністю економічної ситуації, ризиками руйнування інфраструктури та перебоями з постачанням продуктів харчування. За даними операторів ринку, станом на вересень 2022 р. близько 7 тис. закладів громадського харчування припинили свою діяльність через війну [31]. Це свідчить про 25% скорочення ринку порівняно з лютим 2022 р. (рис. 2.3).



Рис. 2.3 Показники діяльності суб'єктів господарювання в готельно-ресторанній сфері за 2018 – 2022 р. р. в натуральному та грошовому вираженні

Найбільше постраждали ресторани заклади у східних та південних областях України, таких як Харківській, Миколаївській, Запорізькій, Луганській областях, де ринок впав на 50%. У центральних областях (Київській, Одеській, Дніпропетровській) спостерігається 30% скорочення. Натомість у західних областях України, де бойові дії не ведуться, кількість ресторанів та кафе зростає. Зокрема, у Львівській та Івано-Франківській областях показник збільшився на 30%, а в Закарпатській та Чернівецькій – на 20%. Ці дані свідчать про значну диференціацію впливу війни на ресторанний бізнес в різних регіонах України. Західні області, які не зазнали прямого впливу бойових дій, стали притулком для багатьох людей, що призвело до зростання попиту на послуги громадського

харчування. Натомість східні та південні області, де ведуться активні бойові дії, зазнали значних руйнувань та втрат, що негативно вплинуло на ресторанний бізнес. Важливо зазначити, що війна істотно змінила умови ведення бізнесу для ресторанів. Заклади змушені адаптуватися до нових реалій, шукати нові шляхи розвитку та боротися за виживання [32].

Ринок послуг в ресторанному господарстві м. Харкова на сьогодні в занепаді, що пов'язано з постійними обстрілами та виїздом жителів за межі міста, відсутністю будь-яких міжнародних подій, ділових зустрічей та ведення бізнесу. Однак, основна частина суб'єктів ринку намагаються працювати та витримати ці складні часи. Ринку м. Харкова притаманна наступна структура, що представлена на рис. 2.4.

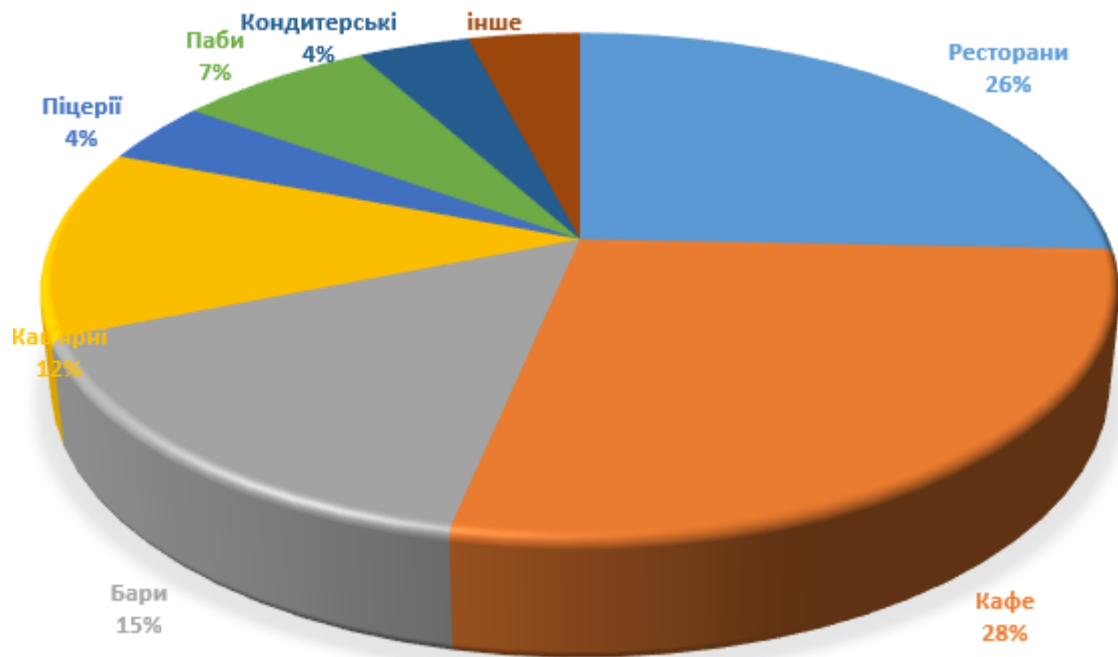


Рис. 2.4 Структура ринку ресторанного господарства м. Харкова

Відмічено, що на долю кафе та ресторанів припадає 28 та 26 % відповідно, мають найбільшу частку ринку, на бари та кафе припадає 15 та 12 %, паби займають 7 % від загального обсягу, а такі типи як кондитерські, піцерії мають лише 4 % присутності. В сукупності їдальні, буфети, кав'ярні, кальяні, антикафе, рестобар, ресторани швидкого харчування займають та ін. лише 4 % ринку. Також необхідно звернути увагу, що на ринку присутні онлайн-ресторани 29

суб'єктів, особливого розвитку вони набули при пандемії та залишаються актуальними в сьогоденні [33].

За даними Офіційного сайту Харківської міської ради, міського голови, виконавчого комітету [34] наведено данні, що на 01.01.2024 населення міста Харкова обслуговує 3 266 підприємств торгівлі у порівнянні з 01.01.2023 – 2910 од.); 1563 підприємства ресторанного господарства (01.01.2023 – 1427 од.) рис.2.5; 1087 підприємств побутового обслуговування населення (01.01.2023– 1028 од.); 48 ринків та торговельних майданчиків (01.01.2023 – 44од.), у тому числі 40 змішаних, продовольчий, 7 непродовольчих.

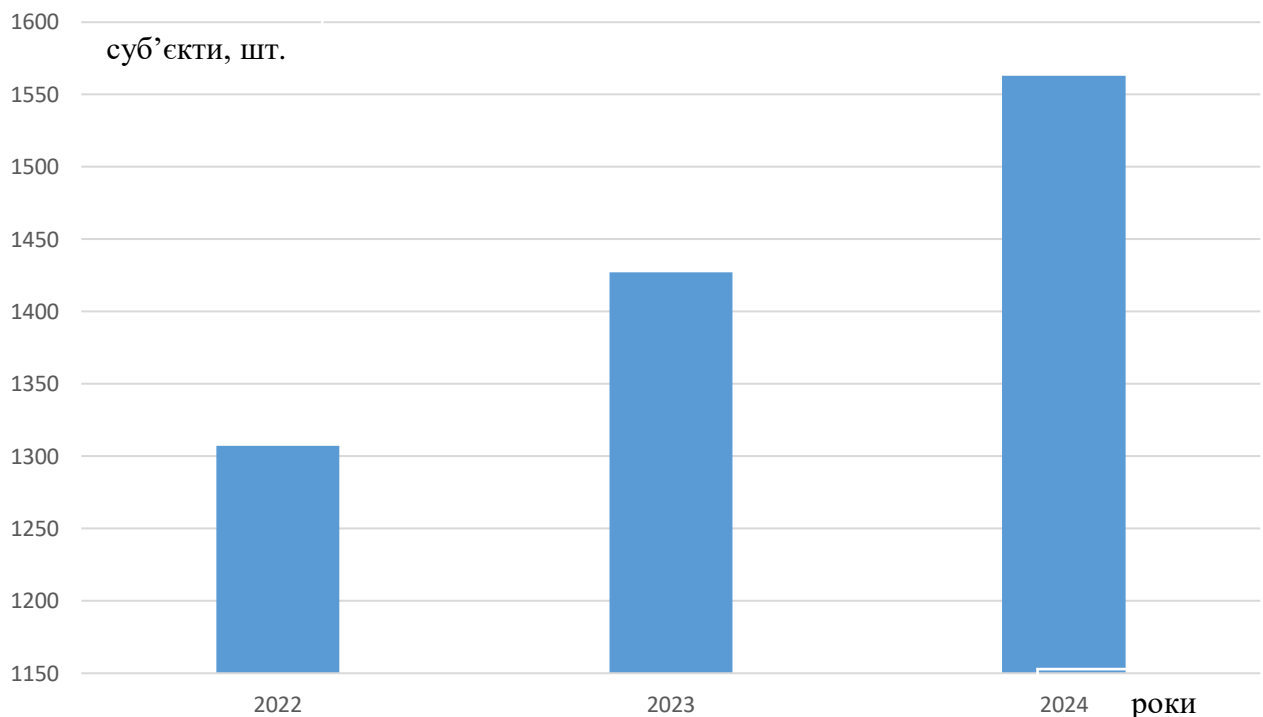


Рис. 2.5 Динаміка зміни ринку ресторанних послуг залежно від кількості суб'єктів господарювання 2022 – 2024 р.р.

Очевидним є те, що незважаючи на воєнні дії ринок відновлює свою діяльність. Так кількість суб'єктів господарювання на харківському ринку ресторанного сектору збільшилась у 2024 р. в порівнянні з 2023 р. на 10 %, у 2022 р. – на 20 %. Враховуючи позитивну тенденцію подальшими дослідженнями було вивчення ресторанного сегменту, а саме ресторану «Nikas», що відноситься до ресторанів преміум сегменту, унікальний для України

ресторан, який відображає сучасні вимоги до безкомпромісної якості всіх складових [35].

## **2.2 Аналіз організації діяльності ресторану «Nikas»**

Ефективність діяльності ресторанного господарства є важливою складовою економіки будь-якої країни, яку можна розглядати з двох основних аспектів: соціального та економічного. Соціальна складова полягає у забезпеченні якісного харчування та відпочинку. Ресторанна індустрія є одним із найбільших роботодавців у багатьох країнах. Вона створює робочі місця для людей з різним рівнем кваліфікації та досвіду, забезпечуючи їм оплату праці та соціальний захист. Ресторанне господарство робить значний внесок у валовий внутрішній продукт (ВВП) країни. Це відбувається за рахунок податків, які сплачують ресторани, а також за рахунок створення робочих місць та стимулювання економічного зростання. Також ресторанне господарство є важливою складовою туристичної індустрії. Якісні ресторани та кафе можуть зробити країну більш привабливою для туристів, що, в свою чергу, призведе до збільшення доходів від туризму.

Одним з популярних суб'єктів ресторанного господарювання є ресторан «Nikas», що відноситься до класу преміум, частиною цільової аудиторії якого були іноземні туристи, що приїздили до м. Харків у ділових справах.

Ресторан «Nikas» розташований у самому центрі міста на початку знаменитого Бурсацького узвозу неподалік Харківського історичного музею ім. Н. Ф. Сумцова та площі Конституції. Він займає один рівень, що об'єднує 4 обідні зали: основну залу, невелику зону для відокремленого проведення часу, каль'яний зал та окремий VIP-зал на 20 осіб, а також відкриту літню терасу з фонтаном і видом на Бурсацький узвіз (рис.2.6). Даний заклад є еталоном серед суб'єктів господарювання в ресторанному секторі, саме тому викликав інтерес до вивчення [36].



Рис. 2.6. Екстер'єр ресторану преміум класу «Nikas»

Концепція кухні ресторану побудована на паназіатському напрямі, проте є і італійське меню, а своєрідним мостом між двома протилежними культурами, сполучною ланкою, на думку авторів проекту, виступає сама атмосфера закладу. До речі, більшість оздоблювальних матеріалів привезено з різних куточків світу. Наприклад, фасад – це рідкісний бразильський граніт, скло, а ще виготовлені в Німеччині на індивідуальне замовлення металеві панелі з ефектом водної гладі, що відображають навколишні будівлі та ландшафт. В інтер'єрі також використано натуральний камінь, рідкісні породи дерева, метал та італійська кераміка (рис.2.7).

Гордість та серце Nikas – відкрита кухня та робота-гриль з живим вогнем (національний японський гриль на вугіллі), розташовані по центру основного залу. Відкрита кухня оброблена італійським травертином, а масивна дерев'яна стільниця виготовлена з горіха. Конструктив роботи виконаний зі скла і підсвічений світлодіодами, що візуально полегшує всю конструкцію [36].



Рис. 2.7 Інтер'єр ресторану преміум класу «Nikas»

Суб'єкт господарювання за реєстраційними даними є товариством з обмеженою відповідальністю «РЕСТОРАН НИКАС» зі статутним капіталом 7300000 грн, зареєстроване 22.10.2015 за адресою: Україна, 61003, Харківська область, м. Харків, вулиця Університетська, 2. Директором закладу виступає Подпоріна Наталія Леонідівна. Основний вид діяльності ресторану зареєстрований як 56.10 Діяльність ресторанів, надання послуг мобільного харчування, інші види діяльності – постачання готових страв для подій, постачання інших готових страв, обслуговування напоями, надання в оренду й експлуатацію власного чи орендованого нерухомого майна. Суб'єктом опублікована фінансова звітність, представлено на рис 2.8 з якої можемо побачити, що 2020 – 2022 р. р. були складними і прибуток має від'ємне значення, однак, у 2023 р. отримано чистий прибуток в розмірі 710700 грн. [37]. Дані підтверджуються аналітичною інформацією щодо стану ринку ресторанного господарства в п. 2.1. Необхідно відмітити, що підприємство постійно приймає

участь у державних тендерах, що говорить про наявність висококваліфікованих працівників фінансового сектору.

<b>Фінансова звітність</b>				
	<b>2023</b>	<b>2022</b>	<b>2021</b>	<b>2020</b>
<b>Дохід</b>	5 552 900 грн	1 406 000 грн	3 352 000 грн	2 326 600 грн
<b>Чистий прибуток</b>	710 700 грн	-781 800 грн	-509 900 грн	-1 750 200 грн
<b>Активи</b>	2 096 600 грн	1 999 800 грн	3 007 000 грн	3 570 200 грн
<b>Зобов'язання</b>	5 114 300 грн	3 326 700 грн	3 552 000 грн	3 605 300 грн
<b>Кількість працівників</b>	7	7	10	0

Рис. 2.8 Фінансова звітність ресторану «Nikas»

Відповідно до класифікації ресторан «Nikas» відноситься до суб'єктів середньої потужності, так як загальна кількість місць у ресторані становить 80 (табл.2.1). Цільова аудиторіє ресторану представлена споживачами з вище середнього прибутку, віком від 25 до 50 років, споживачі, що подорожують по справах, іноземці, сімейні пари, в більшості випадків без дітей. Години роботи ресторану з 9:00 до 23:00, з понеділка по неділю, без вихідних та перерв. Форма обслуговування ресторан «Nikas» побудована як повний цикл, тобто адміністратор зустрічає гостей, допомагає з верхнім одягом, допомагає вибрати столик для гостей, офіціант приймає замовлення на напої та кухню, знає відмінно меню, виносить все відповідно таймінгу бару та кухні, слідкує за чистотою на столі та завжди знаходиться біля свого стола та своїх гостей. Висока якість, приготованих зі свіжих продуктів страви гарантовано не тільки високим професіоналізмом кухарів, а й чітким дотриманням відпрацьованої технології, що спирається на сучасне кухонне обладнання. На сьогодні ми бачимо присутні 7 найманих осіб у ресторані, що не відповідає заявленим стандартам та вимогам нормативно-технічної документації.

Структура управління підприємства ресторану є лінійною, яка передбачає зосередження всіх виробничих та управлінських функцій у повноваженні керівника та власника.

Таблиця 2.1

## Характеристика ресторану «Nikas» відповідно класифікації закладів РГ

1	Вид класифікації	Характеристика
1	2	3
1	за видами економічної діяльності	заклад, який здійснює продаж їжі і напоїв, призначених для споживання на місці, з розважальною програмою або без них
2	За торгівельною ознакою	заклади, які продають продукцію і організовують її споживання в торгівельному залі.
3	За виробничою ознакою поділяють на ті, що мають власне виробництво і ті, що не мають його.	заклад, що має власне виробництво, а саме поєднує виробництво продукції з обслуговуванням споживачів, причому працюють на сировині
4	За ознакою комплексу продукції і послуг розрізняють	заклад основного типу – ресторан
5	За потужністю заклади характеризуються кількістю місць і обсягом продукції, що виробляється.	80 місць (до 100 посадкових місць)
6	За характером контингенту, який обслуговується.	Загальнодоступний заклад, продукцію і послуги в якому може одержати будь-який споживач
7	за сезонністю	постійно діючий заклад, що працюють цілий рік,
8	За місцем розташування	міський, в самому центрі м. Харкова
9	За часом роботи:	з режимом роботи 9:00 до 23:00, без вихідних
10	Клас	преміум
11	За ціною:	високий чек, близько 1200 грн середній чек
12	За типом кухні:	паназіатське, італійське меню
13	За видом, типом та особливостями будівлі	окреме приміщення, що примикає до житлового будинку
14	За комфортністю, зовнішнім і внутрішнім дизайном приміщення	вишуканий індивідуальний екстер'єр та інтер'єр, виконаний з дорогоцінних матеріалів преміум класу
15	За оснащення закладів устаткуванням, меблями, посудом, столовими наборами, білизною	максимальне оснащення найновішим устаткуванням, меблями, високоякісний посуд та столові прибори
16	За процесом обслуговування	повний цикл

## Продовження таблиці 2.1

1	2	3
17	За асортиментом продукції та вимоги до оформлення меню, прейскуранта і карти вин;	широкий вибір продукції, сучасне меню
18	Кваліфікація персоналу	на високому рівні
19	Номенклатура додаткових послуг.	присутня

Кожен підлеглий має одного безпосереднього керівника, через якого надходять всі управлінські рішення. Це забезпечує чітку ієрархію та відповідальність в організаційній структурі. Спеціалісти допомагають лінійному керівнику в отриманні та аналізі інформації, а також у виробленні управлінських рішень. Проте, вони не дають прямих вказівок та інструкцій керованому об'єкту. Завдяки чітко визначеній ієрархії та відповідальності, дана система управління забезпечує стабільну та міцну організаційну структуру [38]. Адміністрація ресторану розробляє для працівників посадові інструкції, які розробляються на основі вимог стандарту, кваліфікації та посад з урахуванням особливостей даного ресторану. Посадові інструкції чітко окреслюють коло завдань, відповідальності та повноважень кожного працівника рис.2.9.

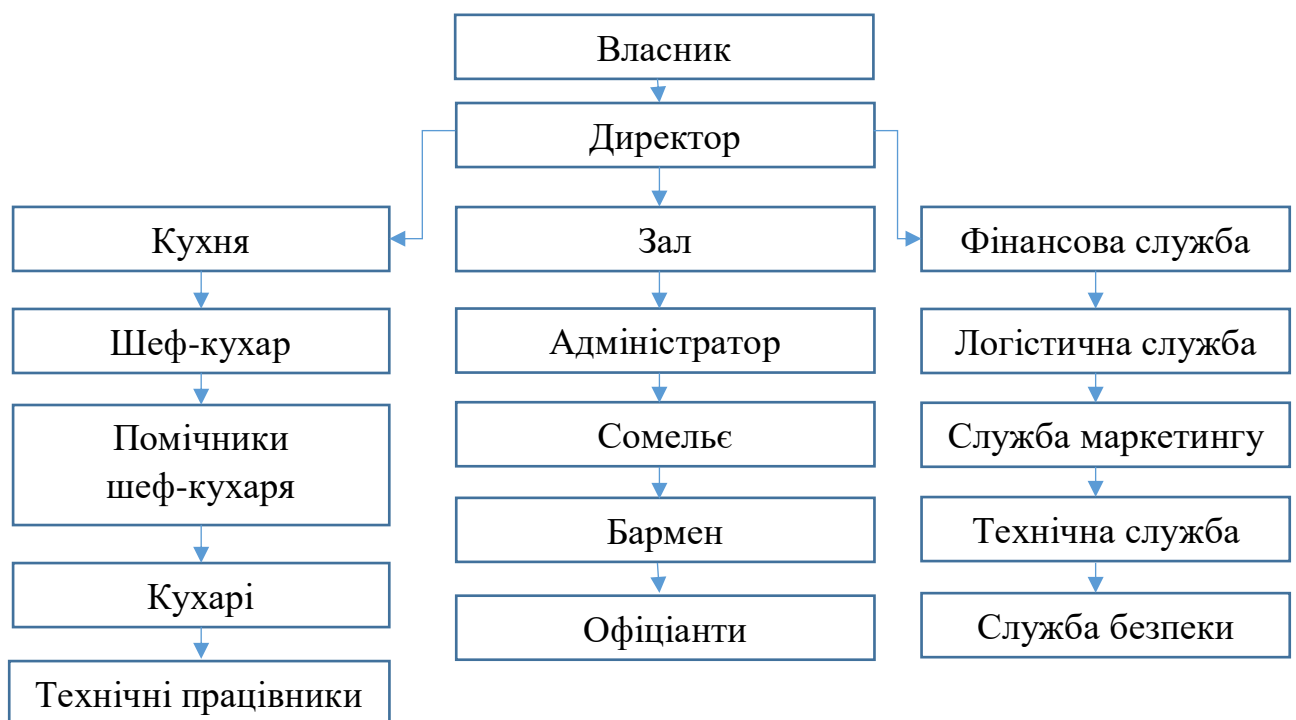


Рис. 2.9 Управлінська структура ресторану «Nikas»

Обслуговуючий персонал ресторану включає в себе адміністратора, паркувальник, швейцар, гардеробник, офіціанти, помічники шеф-повара, кухарі, мийники та прибиральники (технічні робітники).

Основною функцією ресторану є пропонування споживачам продуктів харчування та напоїв. Однак, ресторан «Nikas» пропонує також додаткові послуги, що представлені в табл.2.2 [36].

Таблиця 2.2

## Асортимент додаткових послуг ресторану «Nikas»

№	Послуги, що пропонуються	Наявність
1	Vip зали	+
2	WiFi	+
3	Банкетний Зал	+
4	Безкоштовна вода	+
5	Бізнес-ланчі	+
6	Доставка	+
7	Жива музика	+
8	Сніданок	+
9	Для людей з обмеженими можливостями	+
10	Меню англійською	+
11	Настільні ігри	+
12	Відкриті площадки	+
13	Паркувальні місця	+
14	Приймають карти	+
15	Приймають кредитні картки	+
16	Танцплоща	+
17	Шоу-програма	+

Аналізуючи дані таблиці, необхідно відмітити, що асортимент додаткових послуг досліджуваного суб'єкта достатньо широкий і може задовільнити споживача. При цьому в ресторані є лояльність до споживача і за можливості та додаткової плати виконують додаткову послугу, що не включена в перелік – індивідуальний підхід.

Робота ресторану достатньо структурована та логічна, також це стосується і маркетингової служби. Візитною картою ресторану «Nikas» є його сайт (рис.2.10), який містить необхідну інформацію.




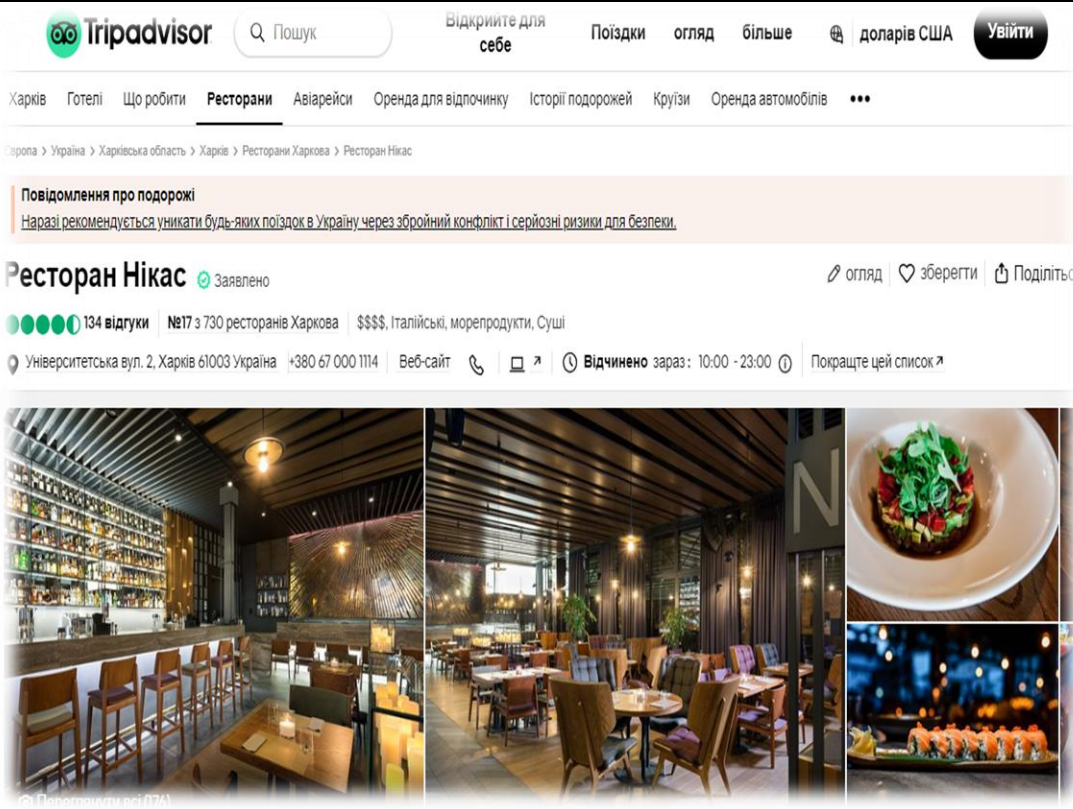


Рис. 2.10 Інтерфейс сайту ресторану «Nikas»

На головній сторінці зазначена інформація про концепцію ресторану, бренд-шефа Фабіо Наказато, кухню та меню, роботу-гриль і відкриту кухню, бар, міститься інформація про організацію простору та інтер'єр, вказано режим роботи. Внизу головної сторінки позначено соціальні платформи та мережі, на яких ресторан просуває свої послуги табл.2.3. Аналізуючи данні очевидно, що найпопулярніші соціальні платформи маркетингова служба охопила, вони оформлені в єдиному діловому стилі з сайтом, що дуже вишукано виглядає. Такий прийом забезпечить впізнаваність бренду. Відзначимо, що сторінка в Twitter була зареєстрована у 2018 р., але не активна з того часу, основна інформація на сторінці присутня, ніякі події та статті не викладались. Робота на Facebook та Instagram ведеться активно, завантажені нові фото та пости, в періодичності раз на 7 днів, фото професійні в одному стилі. Щодо Youtube – остання активність 2 роки тому, що дійсно є гуманним на сьогодні, так як контент платформи побудований на трансляціях вечірок тематичних обідів і т.д.


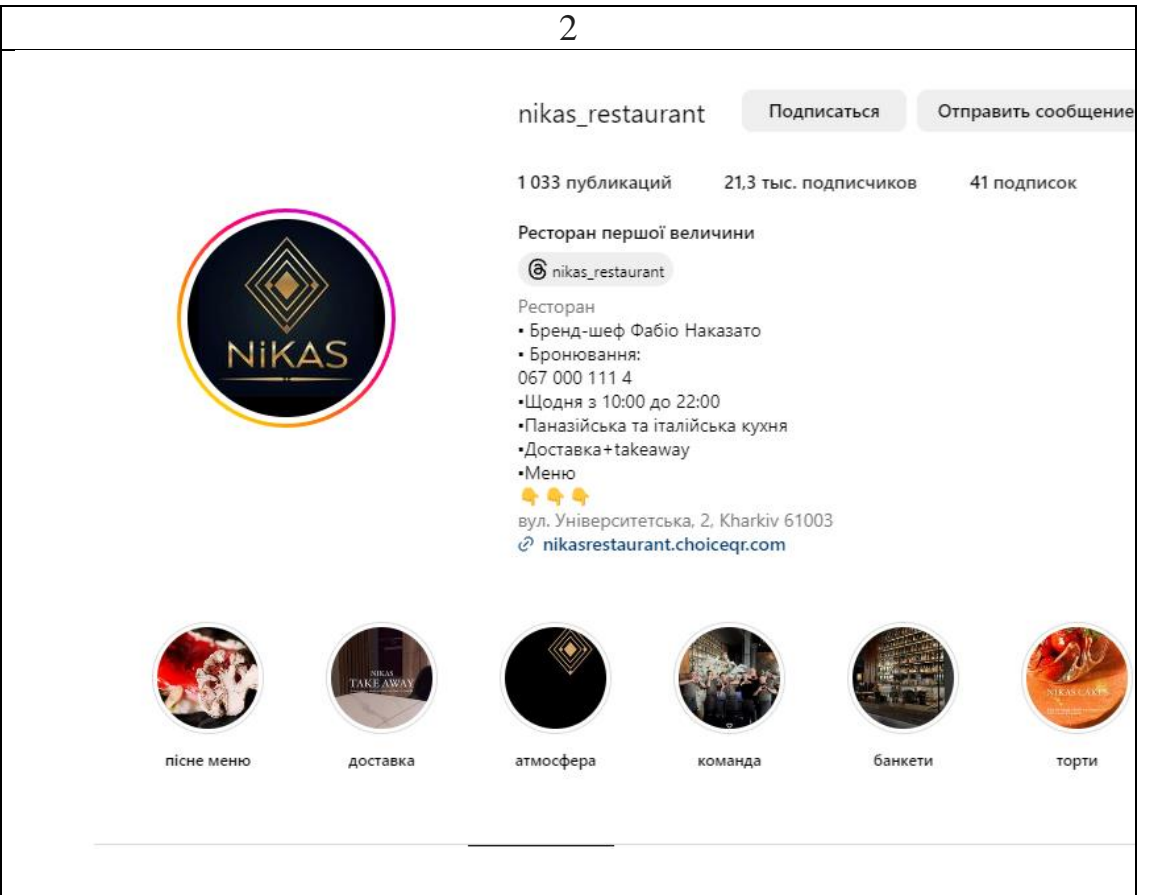

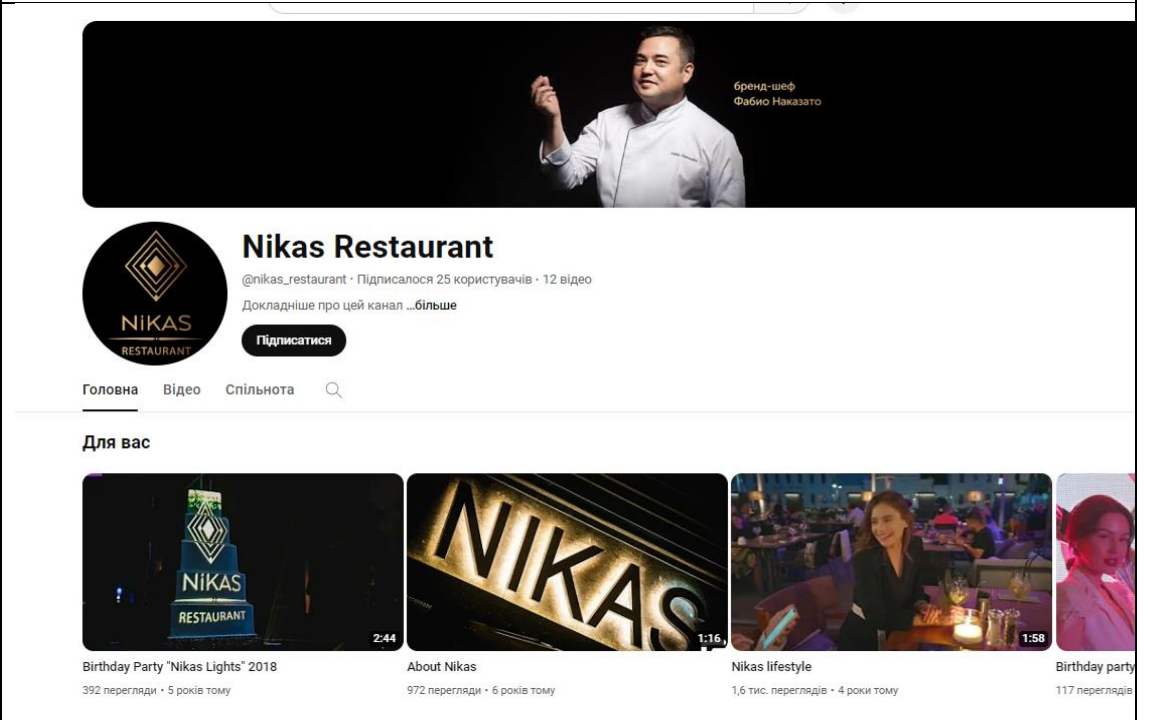




Путівник Tripadvisor має оновлену інформацію з датами роботи, адреси, цінової політикою та відгуками. Отже, робота щодо надання послуг інформування через соціальні платформи на високому рівні.

Таблиця 2.3

Позиціонування ресторану у соціальних мережах

Соціальна платформа	Оформлення сторінки
<p>1</p> 	<p>2</p> 
	

Продовження таблиці 2.3

<p>1</p> 	<p>2</p>  <p>nikas_restaurant    Подписаться    Отправить сообщение</p> <p>1 033 публикаций    21,3 тыс. подписчиков    41 подписок</p> <p><b>Ресторан першої величини</b></p> <p>📍 nikas_restaurant</p> <p>Ресторан</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Бренд-шеф Фабіо Наказато</li> <li>• Бронювання: 067 000 111 4</li> <li>• Щодня з 10:00 до 22:00</li> <li>• Паназійська та італійська кухня</li> <li>• Доставка+takeaway</li> <li>• Меню</li> </ul> <p>★★★★☆ вул. Університетська, 2, Kharkiv 61003 <a href="http://nikasrestaurant.choiceqr.com">nikasrestaurant.choiceqr.com</a></p> <p>пісне меню    доставка    атмосфера    команда    банкети    торти</p>
	 <p>бренд-шеф Фабіо Наказато</p> <p><b>Nikas Restaurant</b> @nikas_restaurant · Підписалося 25 користувачів · 12 відео Докладніше про цей канал ...більше</p> <p>Підписатися</p> <p>Головна    Відео    Спільнота    🔍</p> <p><b>Для вас</b></p> <p>  <span>2:44</span>              Birthday Party "Nikas Lights" 2018              392 перегляди · 5 років тому         </p> <p>  <span>1:16</span>              About Nikas              972 перегляди · 6 років тому         </p> <p>  <span>1:58</span>              Nikas lifestyle              1,6 тис. переглядів · 4 роки тому         </p> <p>  <span>1:58</span>              Birthday party              117 переглядів         </p>



Аналізуючи меню сайту необхідно відмітити наступну інформація – присутній 3D-тур, тобто споживач може побувати в закладі віртуально до свого візиту і обрати столик там, де йому найбільш до вподоби. Дана послуга є унікальною щодо підвищення своєї конкуренції. Також подана інформація про меню з цінами, що є зручним вперш за все для споживача, який може завчасно прийняти рішення підходить послуга чи ні, тим самим відсоток розчарувань набагато нижчий. На сайті представлено Афіша подій, фото та відео їх звіти, блог ресторану та контакти. В розділі контакти є статті щодо вакансій та умов роботи. Сайт подано на двох мовах – ENG, UA, що розширює цільову аудиторію.

Виходячи з дослідження, потрібно підкреслити, що робота в напрямі подання інформації своєму споживачу рестораном «Nikas» на високому рівні, відповідає заявленим стандартам та ціноутворенню в закладі.

Основними конкурентами ресторану «Nikas» можна вважати Panorama, The Terrace, Puri Chveni, Albatross, Sky Lounge, Argentina Grill, Lobster, Итальянская редакция №2, NON.

## Висновки до розділу 2

Розглянуто фактори, що впливають на діяльність ринку послуг в ресторанній сфері та визначено, що найвагомими є загострення політичної та економічної кризи, воєнні дії на сході, відсутність достатнього інноваційного забезпечення галузі, процес переходу на міжнародні стандарти, низька купівельна спроможність населення. Відмічено, що з 2016 року показники розвитку ресторанного господарства мають негативну тенденцію. Необхідно відмітити, що більш стабільна робота у закладів, що працюють за структурою мережі.

Встановлено, що у 2021 р. у порівнянні з аналогічним періодом 2020 р. відзначено зріст надходжень на 45,9%, хоча надходження не досягли показників 2019 р. Однак, у 2022 р. обсяг реалізації продукції ресторанного господарства в Україні знизився на 54,1%, 58 % закладів РГ отримали збитки, ринок ресторанних послуг скоротився на 25%. Причиною цього стало повномасштабне вторгнення країни-терориста на територію України. Найбільше зазнали втрат такі області як Харківська, Миколаївська, Запорізька, Луганська. Проте, відбувся значний перерозподіл діяльності на ринку ресторанних послуг – кількість ресторанів та кафе зросла у Львівській та Івано-Франківській на 30%, в Закарпатській та Чернівецькій – на 20%.

Визначено, що ринок послуг в ресторанному господарстві м. Харкова на сьогодні в занепаді, однак, є і позитивні показники. Незважаючи на воєнні дії ринок відновлює свою діяльність, про що свідчить статистика кількості закладів, що ведуть діяльність. У 2024 р. кількість суб'єктів господарювання складає 1563 од., у порівнянні з 2023 р. цей показник дорівнював 1427 од., що на 10 % більше, а у 2022 р. кількість працюючих суб'єктів складала 1307 од., що на 20 % більше за цей період.

Одним з найунікальніших та найвідоміших суб'єктів ринку м. Харкова є діючий на сьогодні ресторан «Nikas», який був заснований у 2015 р. За теорією ведення ресторанного бізнесу середній цикл успішності закладу РГ є 5...6 років.

Враховуючи усі фактори, які склалися на сьогодні саме це стало підґрунтям для дослідження даного суб'єкта господарювання, а саме дослідження рівня якості послуг, який надає ресторан.

Проаналізовано діяльність роботи ресторану «Nikas» та визначено, що суб'єкт відноситься до класу преміум, відповідає вимогам до класифікації відповідно до ДСТУ 4281:2004. Фірмовий стиль закладу повністю витриманий як в екстер'єрі та інтер'єрі, так і у оформленні маркетингових інструментів. Зручне розташування закладу в центрі міста з власною парковкою, робить його для клієнтів більш привабливим.

Кухня представлена в паназіатському та італійському напрямі, фішка закладу – відкрита кухня, а саме національний японський гриль на вугіллі. Вивчено основні та додаткові види діяльності. З результатів аналізу очевидним є те, що окрім основних послуг ресторан має широкий спектр додаткових, працює за методом індивідуального підходу до споживача. Вивчено фінансову звітність та визначено, що 2021 р. та 2022 р. були збитковими, а вже 2023 р. отримано чистий прибуток, що відповідає ситуації на ринку в цілому. В ході аналізу вивчено цільову аудиторію – споживачі з вище середнього прибутком, віком від 25 до 50 років. Управлінська структура ресторану «Nikas» є лінійною, відповідно до потреб структури і фактичною кількістю співробітників прослідковується дефіцит персоналу, що може негативно вплинути на надання якості закладу. Необхідно зазначити, що маркетингова служба виконує свої обов'язки в певному об'ємі, що прослідковується в роботі сайту та соціальних платформ Facebook та Instagram, які оформлені на професійному рівні в фірмовому стилі.

## РОЗДІЛ 3. ДОСЛІДЖЕННЯ СЕРЕДОВИЩА РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА ЩОДО ЯКОСТІ ОБСЛУГОВУВАННЯ

### 3.1 Розроблення критеріїв оцінювання якості в закладі ресторанного господарства

Культура обслуговування відіграє ключову роль в оцінці діяльності працівників закладів РГ. Вона визначається комплексом факторів, що впливають на загальне враження та рівень задоволеності клієнтів, такі як сучасне обладнання та оснащення ресторану, що сприяє комфорту та приємній атмосфері для споживачів, зручне розташування меблів, якісне освітлення, чистота та естетика приміщення, різноманіття меню, можливість індивідуального підходу до замовлень та гнучкість у наданні додаткових послуг (кейтеринг, доставка, дитяче меню). Важливим аспектом є також ввічливість та уважність персоналу до потреб споживача. Також якість страв має вагомий аргумент – свіжі та якісні продукти, широкий асортимент страв та напоїв, що відповідають санітарним нормам та естетично оформлені, формують позитивне враження про заклад [39].

Одним із вагомих факторів також є використання сучасних технологій (електронні меню, онлайн-замовлення, безготівкова оплата), що свідчить про динамічний розвиток та орієнтацію закладу РГ на потреби споживача. Ефективна рекламна кампанія, доступність інформації про меню, ціни, години роботи, акції та інші особливості закладу сприяють його популярності та лояльності цільової аудиторії.

Культура обслуговування в закладах РГ представляє собою комплексний показник, що формує імідж закладу та впливає на його конкурентоспроможність. Завдяки увазі до вищезазначених факторів, заклади громадського харчування можуть значно покращити якість обслуговування та задовольнити потреби [40].

Виходячи з вищевикладеного, нами було обрано об'єкт господарювання ресторан «Nikas», підґрунтям чого стало те, що ресторан був заснований у 2015 р., позиціонується як ресторан преміум класу, з літературних джерел відомо

[41], що основна доля успіху припадає саме на перші 5...6 років функціонування закладу, після чого необхідно змінювати підхід до надання послуг, роботу в маркетинговій та організаційній службах, щоб утримати свою цільову аудиторію. Ресторан «Nikas» є унікальним закладом м. Харкова, робота якого ґрунтується на європейських стандартах. Життєвий цикл закладу на 22.10.2023 р. складає 8 років та включає в себе глобальні зміни у житті суспільства – перший етап була пандемія COVID-19, другий – повномасштабне вторгнення країни-терориста на територію України, і продовжує функціонувати в цих умовах. За фінансовою звітністю в п. 2.2 останні два роки 2021 та 2022 р.р. були збитковими для закладу, кількість персоналу скоротилося вдвічі, що викликало інтерес до дослідження щодо негативного впливу на якість надання послуг у ресторані та відповідність заявленому класу – преміум.

Статистичний аналіз проводився методами вивчення відгуків на платформах tomato.ua, Tripadvisor, відгуки на платформі Googl та опитування, за складеними критеріями через соціальну мережу Instagram, споживачів, які є клієнтами цього закладу. Опитування пройшло 27 респондентів, з них 19 жінок віком від 25 – 50 років та 8 чоловіків від 30 – 55 років.

Розроблення критеріїв ґрунтувалося на національних нормативно-технічних документах та міжнародних системах, які розглянуті в п.1.3. Критерії, за якими проводилось оцінювання рівня якості ресторану «Nikas» включають:

- зручні сидіння та столики;
- привабливе місце та приємна атмосфера;
- добре пофарбовані стіни та правильне освітлення;
- привабливі зовнішні ознаки та зовнішній вигляд;
- комфортна температура в приміщенні;
- меню та рекламні дисплеї легко читати та розуміти;
- приваблива виставка продукції;
- чисті і доглянутих кімнат відпочинку та туалету;
- функціональна і легкодоступна панель обслуговування;
- чистий і доглянутий ресторан;

- належний час обслуговування (підготовка замовлення);
- достатня кількість персоналу для обслуговування споживачів;
- досвідчені та добре навчені співробітників;
- привітний персонал;
- персонал має чистий і доглянутий вигляд;
- персонал динамічний і привітний;
- персонал пропонує додаткові варіанти продажу;
- свіжа та правильно приготовлена страва;
- смак страва;
- достатній вибір у меню страв та напоїв;
- оформлення страви;
- відповідний посуд та його стан;
- наявні додатковий інвентар для комфортного перебування;
- загальний рівень задоволення;
- наявність паркувальної зони;
- робота сайту та комунікація через соціальні платформи.

Ресторанна індустрія є вимогливим сектором, який наголошує на забезпеченні високого рівня обслуговування своїх споживачів і постійне підвищення якості. Зі зміною способу життя змінюється і традиції в харчуванні, харчування поза домом стає все більш звичайним явищем, споживач бажає нових смаків та комфорту атмосферу. Якість послуг – це питання, яке залучило вчених і практиків, що призвело до суттєвої дискусії щодо її концептуалізації. Поняття часто визначають як загальне різниця між очікуваннями клієнта та сприйняттям досвіду обслуговування.

### **3.2 Оцінювання якості обслуговування при наданні послуг в закладі ресторанного господарства «Nikas»**

Аналізуючи відгуки на сервісі Tomato.ua відмічено, що багато позитивних відгуків щодо вибору страв в меню, смаку страв, інтер'єру та атмосфери.

Відзначено високий рівень професіоналізм персоналу 99 % споживачами, що залишили відгуки на платформі. З недоліків зазначено, що карта вин обмежена, кухня ф'южн недостатньо смілива, співвідношення ціни і задоволення не відповідало очікуванню, час подачі страв мав невідповідність щодо одночасного часу подачі страв для групи клієнтів. Також були зауваження щодо меню, а саме не вистачало візуалізації страв. Загальна оцінка закладу визначена як 4,2 бали (Додаток А).

На платформі Tripadvisor загальна оцінка складає 4,5 бали. У відгуках споживачів відзначено якість страв та свіжість продуктів, підкреслено цікавість і своєрідність меню. Також відзначено професійний рівень надання послуг офіціантами, атмосфера та інтер'єр. З негативних відгуків міститься усього один відсоток щодо обслуговування, від іноземного туриста. Також зазначено високий рівень цін, та невідповідність ціни і задоволення (Додаток Б).

Найбільша кількість відгуків міститься на платформі Googl (Додаток В) з загальною оцінкою 4,6 бали. На даному сервісі відмічається висока якість надання послуг обслуговування, харчування та розважання. З негативних відгуків містяться такі, що не має меню та процесу обслуговування українською мовою, з урахуванням, що офіціанти мають високий рівень англійської. Також відзначено завищені ціни.

Отже, з аналізу очевидно, що середній бал за відгуками споживачів в інтернет платформах складає 4,4 бали, що є достатньо високою оцінкою. Визначено недоліки – основним є завищені ціни, та переваги – смачна їжа, приємна атмосфера, чудовій інтер'єр, висока кваліфікація обслуговуючого персоналу.

Другим етапом дослідження було опитування споживачів – цільової аудиторії (27 клієнтів) ресторану у соціальній мережі Instagram, анкету було складено відповідно до критеріїв визначення якості, що зазначені в п. 3.1. Споживачів обирали відповідно до їх експертності, за видом діяльності та кількості відвіданих закладів. Ще одним вагомим критерієм було обізнаність споживачів щодо роботи конкурентів, на прикладі ресторану «Panorama», в якого

діапазон цінової політики співпадає з рестораном «Nikas». Результати наведені в таблиці 3.1.

Проводячи дослідження використано коефіцієнти вагомості та визначено, що найвагомішими, які дорівнюють 1,0, є показники – «зручні сидіння та столики», «чисті і доглянуті кімнати відпочинку та туалету», «свіжа та правильно приготовлена страва», її «смак», «відповідний посуд та його стан», «загальний рівень задоволення». За результатами опитування бачимо, що з перелічених показників, що мають відмінну оцінку, показник «зручні сидіння та столики» мають середню оцінку 4,6 бали, при цьому у ресторані-конкурента «Panorama» оцінка склала 4,3 бали, а показник «загальний рівень задоволення» складає 4,2 бали, у конкурента – 4,0 бали. Такі показники як «досвідчені та добре навчені співробітників», «привітний персонал», коефіцієнт вагомості яких дорівнює 0,9, мають відмінну оцінку серед опитаних респондентів, у порівнянні з рестораном «Panorama» ці показники склали 4,0 та 4,8 бали відповідно, що значно поступаються показникам ресторану «Nikas».

Критерії, які мають коефіцієнт 0,8, а саме «персонал має чистий і доглянутий вигляд», «персонал динамічний і привітний» та «робота сайту та комунікація через соціальні платформи» мають оцінку відмінно, при цьому бали ресторану «Panorama» склали 5,0; 4,0 та 4,6 балів відповідно. Однак, критерії «меню та рекламні дисплеї легко читати та розуміти», «достатній вибір у меню страв та напоїв» та «наявність паркувальної зони» отримали нижчу балову оцінку – 4,3; 4,6 та 4,5 бали, це вказує на те, що в даній сфері необхідно доопрацювання або реорганізація. Оцінка цих критеріїв в ресторані «Panorama» має нижчі значення лише за критерієм «наявність паркувальної зони» – 3,5 бали, тоді як критерій «меню та рекламні дисплеї легко читати та розуміти» дорівнює 4,5 бали, а «достатній вибір у меню страв та напоїв» – 4,8 бали. Очевидним є те, що в даній області необхідно провести перегляд існуючого стану, визначити слабкі сторони та використати інструменти усунення недоліків.

Таблиця 3.1

№	Критерій	«Nikas».			«Panorama»		
		Балова оцінка	Коефіцієнт вагомості	Загальний бал	Балова оцінка	Коефіцієнт вагомості	Загальний бал
1	2	3	4	5	6	7	8
1	Зручні сидіння та столики	4,6	1,0	4,6	4,3	1,0	4,3
2	Привабливе місце та приємна атмосфера	4,9	0,6	2,94	4,8	0,6	3,84
3	Добре пофарбовані стіни та правильне освітлення	5,0	0,6	3	5,0	0,6	3
4	Привабливі зовнішні ознаки та зовнішній вигляд	4,8	0,6	2,88	4,8	0,6	2,88
5	Комфортна температура в приміщенні	5,0	0,7	3,5	5,0	0,7	3,5
6	Меню та рекламні дисплеї легко читати та розуміти	4,3	0,8	3,44	4,5	0,8	3,6
7	Приваблива виставка продукції	4,6	0,5	2,3	4,3	0,5	2,15
8	Чисті і доглянуті кімнат відпочинку та туалету	5,0	1,0	5,0	5,0	1,0	5,0
9	Функціональна і легкодоступна панель обслуговування	5,0	0,5	2,5	5,0	0,5	2,5
10	Чистий і доглянутий ресторан	5,0	0,7	3,5	5,0	0,7	3,5
11	Час обслуговування (підготовка замовлення)	4,1	0,7	2,87	4,3	0,7	3,01
12	Достатня кількість персоналу для обслуговування споживачів	3,7	0,6	2,22	3,1	0,6	1,86
13	Досвідчені та добре навчені співробітників	5,0	0,9	4,5	4,0	0,9	3,9
14	Привітний персонал	5,0	0,9	4,4	4,8	0,9	4,32
15	Персонал має чистий і доглянутий вигляд	5,0	0,8	4,0	5,0	0,8	4,0
16	Персонал динамічний і привітний	5,0	0,8	4,0	4,0	0,8	3,2
17	Персонал пропонує додаткові послуги	4,0	0,7	2,8	3,0	0,7	2,1
18	Свіжа та правильно приготовлена страва	5,0	1,0	5,0	4,1	1,0	4,1
19	Смак страва	5,0	1,0	5,0	4,5	1,0	4,5
20	Достатній вибір у меню страв та напоїв	4,6	0,8	3,68	4,8	0,8	3,84
21	Оформлення страви	5,0	1,0	5,0	3,5	1,0	3,5

## Продовження таблиці 3.1

1	2	3	4	5	6	7	8
22	Відповідний посуд та його стан	5,0	1,0	5,0	5,0	1,0	5,0
23	Наявний додатковий інвентар для комфортного перебування	4,5	0,7	3,15	3,0	0,7	2,1
24	Загальний рівень задоволення;	4,2	1,0	4,2	4,0	1,0	4,0
25	Наявність паркувальної зони;	4,5	0,8	3,6	3,5	0,8	2,8
26	Робота сайту та комунікація через соціальні платформи.	5,0	0,8	4,0	4,6	0,8	3,68
Загальний бал				97,1			90,2

З загального розрахунку оцінки якості обслуговування при наданні послуг в закладі ресторанного господарства «Nikas» за визначеними критеріями бачимо, що загальний бал складає 97,1 балів з можливих 102,5 балів, що складає відхилення у 5 % від визначеної загальної оцінки.

Найнижчими балами були оцінені критерії «достатня кількість персоналу для обслуговування споживачів» – 3,7 бали, «персонал пропонує додаткові послуги» – 4,0 бали, «час обслуговування» – 4,1 бали, «загальний рівень задоволення» – 4,2 бали. Треба відмітити, що останні два є важливими факторами, які складають загальну характеристику та враження у споживачів, а отже необхідно впроваджувати попереджувальні дії для усунення факторів, які знижують їх.

Порівнюючи отримані результати з рестораном «Panorama» бачимо, що загальний бал оцінювання рівня якості даного закладу має нижчий на 6,9 балів так як складає 90,2 бали. Однак заклад має вищу оцінку в таких показниках як «меню та рекламні дисплеї легко читати та розуміти», «час обслуговування», «достатній вибір у меню страв та напоїв». Треба підкреслити, що останні два критерії в деяких випадках є вирішальними при виборі ресторану. Отже, існує небезпека, що до втрати своєї цільової аудиторії.

Однак, сильними сторонами ресторану «Nikas» в наданні послуг є смак страв, що пропонуються та їх якість, робота обслуговуючого персоналу, чистота в приміщеннях, екстер'єр та інтер'єр ресторану, атмосфера та клімат, оснащення підприємства, робота маркетингу та інтернет платформ. Результати показали не лише високу оцінку до цих критеріїв, але і перевагу в порівнянні з одним з основних конкурентів ресторану «Panorama». Виходячі з того, що оцінку проводили на основі міжнародних систем оцінювання якості, ресторан має можливість приймати участь у процесі визнання експертами «Мішленівських зірок».

Про те, є і слабкі сторони, а саме недостатня кількість персоналу зі зрозумілих причин на сьогодні, меню, час обслуговування та пропозиція додаткових послуг, що формують у споживача загальне враження, яке не є

відмінним – 4,2 бали. Аналізуючи результати з інтернет-платформ, на яких споживачі зазначають свої відгуки та оцінку, бачимо, що зауваження та позитивні відгуки повністю співпадають з отриманими результатами опитування респондентів.

### Висновки до розділу 3

На основі міжнародних моделей оцінювання якості, таких як SERVQUAL, DINESERV, Dineserv.per, Tangserv, CIERM та вітчизняних нормативних документах визначено основні критерії якості при оцінюванні їх надання в закладах ресторанного господарства та коефіцієнти вагомості, для більшої деталізації результатів.

Після чого проведено дослідження щодо оцінки якості послуг ресторану «Nikas», використовуючи інтернет-платформи Tomato.ua, Tripadvisor, Googl, де споживачі залишають свої відгуки та пропозиції. В результаті встановлено, що середній бал за відгуками споживачів складає 4,4 бали, основним недоліком з аналізу відгуків є завищені ціни в ресторані, однак відзначено високу якість їжі та її смак, атмосферу, інтер'єр, високу кваліфікацію обслуговуючого персоналу.

Наступним етапом дослідження було опитування респондентів, які відвідували ресторан «Nikas» та є його цільовою аудиторією в Instagram, вік респондентів складав 27 – 55 років, з них 19 жінок та 8 чоловіків. Респондентам було запропоновано виставити бали від 1 до 5 балів за 26 критеріями. Після чого бали було просумовано та визначено середній бал, який перемножився на коефіцієнт вагомості, таким чином отримано загальну оцінку.

В результаті визначено сильні та слабкі сторони ресторану «Nikas», оцінку рівня надання послуг. До сильних сторін за баловою оцінкою можна віднести смак та якість страв, робота обслуговуючого персоналу, чистоту в приміщеннях, екстер'єр та інтер'єр ресторану, атмосферу та клімат, оснащення підприємства, робота маркетингу та інтернет платформ. Також відмічена перевага за цими критеріями відносно до ресторана-конкурента «Panorama». Ґрунтуючись на

отриманих результатах очевидним є те, що ресторан має можливість приймати участь у процесі визнання експертами «Мішленівських зірок», так як отримав загальний бал 97,1 балів з можливих 102,5 балів, що є відхиленням лише на 5%. Загальний бал отримали на основі міжнародних моделях оцінювання якості, що дозволяє робити такі висновки.

Визначено слабкі сторони закладу, а саме недостатня кількість персоналу. При аналізі підприємства у фінансовій звітності відмічено скорочення кількості співробітників, що має відображення на якості надані послуг, аналізуючи оцінку респондентів. Також відзначено недоліки щодо оформлення меню та доступності в ньому інформації, час обслуговування отримав низьку оцінку у порівнянні з конкурентом, відзначена недостатня пропозиція додаткових послуг. Перераховані критерії формують у споживача загальне враження, яке не є відмінним та складає 4,2 бали.

Порівнюючи результати досліджень з інтернет-платформ, на яких споживачі зазначають свої відгуки та оцінку, очевидно, що зауваження та позитивні відгуки повністю співпадають з отриманими результатами опитування респондентів. Саме тому, керівництву необхідно звернути увагу на недоліки та визначити шляхи їх усунення, що можливо за рахунок впровадження міжнародних систем якості та реорганізацією певних служб закладу.

## ВИСНОВКИ

В першому розділі досліджено теоретичні передумови оцінки якості обслуговування в закладах ресторанного господарства. В результаті вивчено сучасну класифікацію закладів ресторанного господарства, нормативно-правові документи, що регламентують роботу ресторанного сектору. Відзначено тенденції в розвитку – елітні ресторани, тематичні бари, фаст-фуд, спортивні бари, паби, кейтеринг. Вивчено основні принципи управління якістю відповідно до ДСТУ ISO 9000:2015, міжнародні системи якості HACCP, TQM та фактори, що впливають на якість надання послуг. Підкреслено, що формування показників для оцінки якості обслуговування в ресторані є складним завданням так як вони не піддаються прямому вимірюванню. Розглянуто міжнародні моделі оцінки рівня якості послуг в закладах ресторанного господарства, такі як SERVQUAL, DINESERV, DINESERVICE, Tangserv, CIERM, їх особливості, що стало підґрунтям для подальших досліджень.

Другий розділ присвячений аналізу надання послуг в ресторанному господарстві. Визначено, що з 2016 р. ресторанний сектор мав від'ємні показники, що стало результатом політичної та економічної кризи на тлі вторгнення країни-терориста на територію України та анексію Криму, частини Луганської та Донецької областей. Другою хвилею, що підірвало роботу сектору стала пандемія, а після повномасштабне вторгнення і бойові дії на сьогодні. , у 2022 р. обсяг реалізації продукції знизився на 54,1%, 58 % закладів ресторанного сектору стали збитковими, ринок ресторанних послуг скоротився на 25%. Відмічено, що в західних областях при цьому ринок збільшився до 30 %, відбулася переорієнтація ринку. Дослідження також показали, що незважаючи на воєнні дії ринок м. Харкова відновлюється, так у 2024 р. кількість суб'єктів господарювання складає 1563 од., у порівнянні з 2023 р. цей показник дорівнював 1427 од., тоді як у 2022 р. кількість працюючих суб'єктів складала 1307 од., що на 20 % більше за цей період.

Проаналізовано роботу закладу ресторанного господарства м. Харкова ресторану «Nikas», чи відбулися певні негативні зміни в його роботі з моменту заснування у 2015 р. Даний заклад відноситься до закладів преміум класу, в якому представлена в паназіатська та італійська кухня. Встановлено, що окрім основних послуг ресторан має широкий спектр додаткових. Визначено управлінську систему та роботу служб на підприємстві, робота яких оцінена на високому рівні.

В третьому розділі застосовуючи міжнародні моделі оцінювання якості типу SERVQUAL, DINESERV, Dineserv.per, Tangserv, CIERM та вітчизняних нормативних документах окреслено основні критерії при оцінюванні рівня якості закладу. На основі чого проведено дослідження щодо оцінки якості послуг ресторану «Nikas». Встановлено слабкі сторони закладу на сьогодні та переваги, порівняно результати з конкурентом та дійшли до висновку, що заклад працює за високими стандартами, управлінській структурі необхідно звернути увагу на незначні недоліки та визначити шляхи їх усунення, що підвищить критерій «загальний рівень задоволення» з рівня добре до відмінного.

## Література:

1. Мазуркевич І.О. Особливості управління підприємствами ресторанного господарства. Інфраструктура ринку. 2016. №2. URL: <http://www.market-inf.od.ua/uk/2-2016>. (дата звернення: 15.01.2024).
2. Чередниченко А.О. Якість надання послуг як ключовий фактор привабливості підприємств готельного господарства. Вісник економіки транспорту і промисловості. 2016. №56. С.68 – 73.
3. Мазуркевич І.О. Дослідження ефективності управління закладами готельно-ресторанного бізнесу Вінниччини. Концептуальні засади та тенденції розвитку соціально-економічних процесів: монографія. Opole: The Academy of Management and Administrationin. Opole : 2019. С. 65 – 77.
4. Власенко І.В., Рябенка М.О., Лук'янець А.В. Динаміка розвитку закладів готельного господарства та їх вплив на економіку держави. Концептуальні засади та тенденції розвитку соціально-економічних процесів: монографія. Opole: The Academy of Management and Administrationin. Opole, 2020. С. 135 – 142.
5. ДСТУ 4281:2004. Заклади ресторанного господарства. Класифікація. [Чинний від 2004-07-01]. Вид. офіц. Київ : Держспоживстандарт України, 2004. 18 с.
6. ДСТУ 3862 – 99. Громадське харчування. Терміни та визначення. [Чинний від 2003-12-01]. Вид. офіц. Київ : Держспоживстандарт України, 2003. 26 с.
7. Мазуркевич І.О., Дзюба Т.А. Інноваційні підходи в діяльності туристичного бізнесу. Вісник Східноукраїнського університету імені Володимира Даля. №3(227). 2016. С. 50 – 56.
8. Рibaкова С. Капліна Т. Впровадження стандартів обслуговування для персоналу підприємств готельноресторанного господарства. International scientific journal «Grail of Science» № 1, 2021. С. 53 – 55. URL:

<https://doi.org/10.36074/grail-of-science.19.02.2021.006>. (дата звернення: 15.01.2024).

9. Науменко М. О., Гура Т. В., Ковширко В. С. Підвищення якості послуг підприємства ресторанного господарства в системі ринкових відносин. Вісник економіки транспорту і промисловості. 2013. № 42. С. 319–322.

10. Павлова С. І. Управління якістю послуг ресторану через механізми впровадження внутрішніх стандартів обслуговування. Економіка та суспільство. Вип. № 34. 2021. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-34-18> (дата звернення: 5.02.2024).

11. Клапчук В., Білоус Л. Управління якістю продукції і послуг у готельно-ресторанному господарстві. Навчально-методичний посібник. 2013. 190 с. URL: [http://lib.pnu.edu.ua:8080/bitstream/123456789/2014/1/%D0%A3%D0%BF%D1%80%D0%B0%D0%B2%D0%BB%D1%96%D0%BD%D0%BD%D1%8F\\_%D1%8F%D0%BA%D1%96%D1%81%D1%82%D1%8E\\_%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B4%D1%83%D0%BA%D1%86%D1%96%D1%97.pdf](http://lib.pnu.edu.ua:8080/bitstream/123456789/2014/1/%D0%A3%D0%BF%D1%80%D0%B0%D0%B2%D0%BB%D1%96%D0%BD%D0%BD%D1%8F_%D1%8F%D0%BA%D1%96%D1%81%D1%82%D1%8E_%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B4%D1%83%D0%BA%D1%86%D1%96%D1%97.pdf) (дата звернення: 5.02.2024).

12. Сковрон О. Впровадження загального менеджменту якості в діяльність вітчизняних організацій. 2013. URL: <https://kerivnyk.info/2013/12/skovron.html>. (дата звернення: 5.02.2024).

13. Bhattacharjee D. 5 Benefits of Implementing HACCP in Your Foodservice Business. HubWorks, 11.03.2022. URL: <https://hubworks.com/blog/5-benefits-of-implementing-haccp-in-your-foodservice-business.html> (дата звернення: 08.02.2024).

14. Куць В.Р. Методи оцінки рівня якості продукції. Вимірювальна техніка та метрологія. 2000. № 56. С. 98.

15. П'ятницька Н.О. Організація обслуговування в підприємствах ресторанного господарства : [підручник] К. : КНТЕУ, 2005. С. 190–200.

16. Кукліна Т.С., Корнієнко О.М. Дослідження якості послуг у закладах ресторанного господарства. URL: <http://global-national.in.ua/archive/11-2016/88.pdf>. (дата звернення: 08.02.2024).

17. Доманцевич Р.І. Основи стандартизації, метрології та управління якістю. К. : Укропосвіта, 2000. 219 с.
- 18 . Мальська М.П., Пандяк І.Г. Готельний бізнес: теорія і практика. К.: Центр учбової літератури, 2012. 472 с.
- 19 Капліна А.С. Методичний підхід до оцінки якості готельних послуг. Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. 2016. №2(74). С.70 – 76.
20. Рябенюк М.О. Оцінка якості послуг у готелях і ресторанах. Все про туризм. 2020. Вип.52. Ч.2. С.46-51. URL: [https://tourlib.net/statti\\_ukr/ryabenka2.htm](https://tourlib.net/statti_ukr/ryabenka2.htm) (дата звернення: 01.02.2024).
26. Мельник І.М. Сучасні тенденції розвитку готельного господарства в Україні. Молодий вчений, 2016 р. №7. С. 67 – 71.
27. Олійник О. М., Сапельнікова Н. Л., Тонких О. Г. Сучасні тенденції розвитку ринку готельно-ресторанних послуг. Економіка. №2 (236), 2021. С. 40 – 46. URL: [https://eco-science.net/wp-content/uploads/2022/02/2.21.\\_topic\\_Oliynyk-O.M.-Sapelnikova-N.L.-Tonkikh-O.G.-40-46.pdf](https://eco-science.net/wp-content/uploads/2022/02/2.21._topic_Oliynyk-O.M.-Sapelnikova-N.L.-Tonkikh-O.G.-40-46.pdf). (дата звернення: 11.02.2024).
28. Обсяг ресторанного ринку в Україні у 2021 році. URL: <https://restaurant-consulting.com.ua/uk/obsjag-restorannogo-rinku-v-ukraini-u-2021-roci> (дата звернення: 01.02.2024).
29. Державна служба статистики України. URL: <https://ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 01.02.2024).
30. Національний банк України. URL: <https://bank.gov.ua/> (дата звернення: 16.02.2024).
31. Мазуркевич І.О., Лук'янець А.В. Теоретичні аспекти культури обслуговування в закладах готельно-ресторанного господарства. Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. 2018. Вип. 6 (18). С. 125 – 132.
32. Аналіз споживання продуктів харчування HORECA. 2022 рік. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/issledovanie-rynka/analiz-potrebleniya-produktov-pitaniya-v-horeca-2022-god> (дата звернення: 16.02.2024).

33. Пошук найкращих ресторанів, кафе та барів. Веб-сайт URL: <https://tomato.ua/>. (дата звернення: 16.02.2024).

34 Офіційний сайт Харківської міської ради, міського голови, виконавчого комітету URL: <https://www.city.kharkiv.ua/ru/dokumentyi/dokumentyi-departamentov.html?p=60>. (дата звернення: 16.02.2024).

35 ID.Interior. Design. Ресторан Nikas. Секрет в деталях. URL:<https://www.idmagazine.com.ua/restoran-nikas-sekret-v-detalyah/>. (дата звернення: 20.02.2024).

36 Ресторан Nikas. . Веб-сайт URL: <https://nikasrestaurant.com> (дата звернення: 20.02.2024).

37. Опендатабот. Веб-сайт URL: <https://opendatabot.ua/c/40078816> (дата звернення: 08.02.2024).

38. Food safety management systems – Requirements for any organization in the food chain. URL: <https://www.iso.org>. (дата звернення: 08.02.2024).

39. П'ятницька Г. Григоренко О., Найдюк В. Інноваційний потенціал розвитку підприємств ресторанного господарства в Україні. Товари і ринки : Міжнародний науково-практичний журнал. К. : КНТЕУ, 2014. № 2 (16). С. 29–44.

40. Косенко В.О. Тенденції розвитку готельного господарства в умовах побудови інформаційного середовища. Комунальне господарство міст. 2015. №102. С. 541–546.

41. Подлепіна П.О. Тенденції розвитку готельного господарства в Україні. Вісник Харківського національного університету ім. В.Н. Каразіна. 2016. С.154–159.

## **ДОДАТКИ**

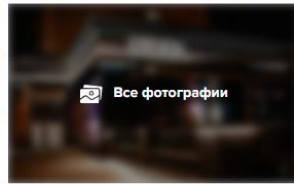


Харків / Каталог закладів у місті Харків / Ресторан Nikas (Нікас)

### Ресторан Nikas (Нікас)

4.2

Открыт сейчас



Позвонить

Забронировать столик

Залишити відгук

У закладки

**Адрес:**

Харків, вул. Університетська 2

Історичний музей

[Показать на карте](#)

**График работы:**

Сегодня: 10:00-01:00 Открыт сейчас

[Показать график](#)

**Кухня:** Італійська , Китайська , Ф'южн , Японська

Середній чек: \$\$\$

- Огляд**
- Меню
- Фото
- Відгуки

**Опис**

В історичному центрі Харкова розмістився ресторан «Nikas». У меню представлені авторські страви європейської, середземноморської, італійської та паназіатської кухонь. Особливість закладу – відкрита кухня і робота-гриль з живим вогнем у центрі основного залу. У будні подають бізнес-ланчі. В алкогольній карті є авторські коктейлі.

**Меню**



**Ваш зіг по ресторанах**



Пошук

Відкрийте для себе

Поїздки

огляд

більше



доларів США

Увійти

Харків Готелі Що робити **Ресторани** Авіарейси Оренда для відпочинку Історії подорожей Круїзи Оренда автомобілів

Сарапа > Україна > Харківська область > Харків > Ресторани Харкова > Ресторан Нікас

Повідомлення про подорожі

Наразі рекомендується уникати будь-яких поїздок в Україну через збройний конфлікт і серйозні ризики для безпеки.

Ресторан Нікас

Заявлено



134 відгуки

№17 з 730 ресторанів Харкова \$\$\$\$ Італійські, морепродукти, Суші

Університетська вул. 2, Харків 61003 Україна +380 67 000 1114 Веб-сайт Відчинено зараз: 10:00 - 23:00



Оцінки та відгуки

4.5 134 відгуки

№17 з 730 Ресторани - Харків

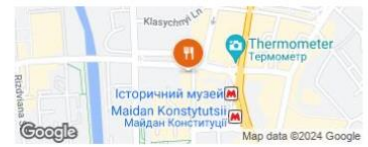
Подробиці

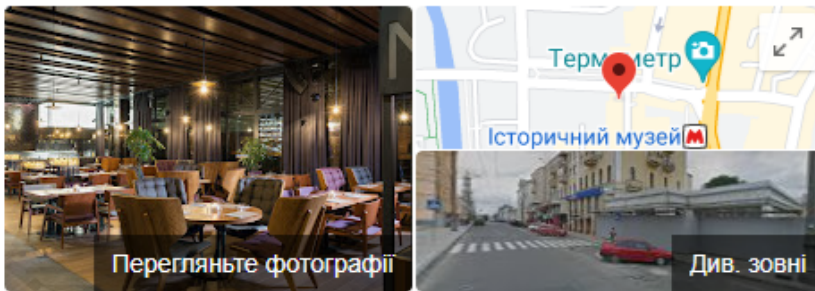
ДІАПАЗОН ЦІН 20-300 доларів

кухні

Італійська, Азійська, Ф'южн, Морепродукти, Суші, Європейська

Розташування та контакт





## Нікас

4,6 ★★★★★ 1 070 Google відгуків ⓘ ⋮

\$\$\$\$ · Ресторан

🌐 Веб-сайт

📍 Маршрути

🔖 Зберегти

☎ Виклик

🍴 Замовити онлайн

Стильний гамірний заклад із баром і критим внутрішнім двориком, де готують вишукані азійські страви й суші.

**Варіанти послуги:** Потрібне резервування · Є літній майданчик · Є смачні коктейлі

**Адреса:** Університетська вулиця, 2, Харків, Харківська область, Україна, 61003

**Номер телефону:** +380 67 000 1114

**Години:** Відчинено · Зачинається о 22:00 · [Докладніше про графік роботи](#)

**Меню:** [nikasrestaurant.com](http://nikasrestaurant.com)

**Резервування:** [choiceqr.com](http://choiceqr.com)

Постачальники ⓘ