

Міністерство освіти і науки України
ПВНЗ «Міжнародний економіко-гуманітарний університет»
імені академіка Степана Дем'янчука
Кафедра географії і туризму

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
НА ЗДОБУТТЯ СТУПЕНЯ ВИЩОЇ ОСВІТИ БАКАЛАВР**

**ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ЗАКЛАДУ
(НА ПРИКЛАДІ РЕСТОРАНУ NEW YORK STREET PIZZA)**

Виконала:

студентка факультету географії, історії та туризму

спеціальності 242 Туризм

Усачова Надія Сергіївна

Науковий керівник:

к.геогр.н., доцент

Яроменко Оксана Володимирівна

Рецензент:

Пасечнюк Володимир Дмитрович

Ресторан «New York Street Pizza»

Рівне-2022

УДК 338.48

УСАЧОВА Н. С.

**ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ЗАКЛАДУ
(НА ПРИКЛАДІ РЕСТОРАНУ NEW YORK STREET PIZZA)**

Розкрито теоретико-методологічні засади вивчення ресторанного господарства. Висвітлено сутність поняття та передумови його розвитку. Розглянуто організацію харчування та обслуговування гастрономічного закладу. Охарактеризовано ресторан «New York Street Pizza» та всі його складові. Визначено перспективи розвитку ресторану «New York Street Pizza» та здійснено SWOT-аналіз, визначено шляхи подолання недоліків та підвищення якості обслуговування у ресторані «New York Street Pizza».

Ключові слова: гастрономічний туризм, ресторанне господарство, ресторан, організація харчування та обслуговування, меню.

USACHOVA N.S.

**TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF THE GASTRONOMIC
INSTITUTION (ON THE EXAMPLE OF NEW YORK STREET PIZZA)**

It's exposed theoretical and methodological principles of study of restaurant economy. Essence of concept and precondition of his development is reflected. It's considered organization of feed and maintenance of gastronomic establishment. A restaurant «New York Street Pizza» and all his constituents are described. The prospects of development of restaurant «New York Street Pizza» are certain and an SWOT-analysis is carried, the ways of defects and upgrading of service are certain in a restaurant «New York Street Pizza».

Key words: gastronomic tourism, restaurant business, restaurant, organization of food and service, menu.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА.....	7
1.1. Зміст основних понять ресторанного бізнесу та його місце в індустрії гостинності	7
1.2. Класифікація закладів ресторанного господарства.	10
1.3. Методика оцінки якості послуг у закладах ресторанного господарства	14
Висновки до розділу 1.....	21
РОЗДІЛ 2. ХАРАКТЕРИСТИКА ГАСТРОНОМІЧНОГО ЗАКЛАДУ	22
2.1. Ресторан «New York Street Pizza» як заклад громадського харчування.....	22
2.2. Структура ресторану «New York Street Pizza» та процес обслуговування.....	24
2.3. Організація харчування в ресторані «New York Street Pizza»....	28
Висновки до розділу 2.....	37
РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ЗАКЛАДУ.....	38
3.1. SWOT-аналіз ресторану «New York Street Pizza».....	38
3.2. Підвищення якості обслуговування у ресторані «New York Street Pizza ».....	42
Висновки до розділу 3.....	51
ВИСНОВКИ.....	52
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	55
ДОДАТКИ.....	60

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Туризм як явище неможливе без гастрономії через фізичну необхідність людини у споживанні їжі. Гастрономія є частиною культури, складовою будь-яких розваг і причиною для подорожі, у пошуках нових гастрономічних вражень та смакових відчуттів.

Одним із перспективних видів розвитку ринку туристичних послуг є гастрономічний туризм, як вид туризму, пов'язаний з ознайомленням виробництва, технологією приготування та дегустацією страв та напоїв, кулінарними традиціями регіонів та гастрономічною гостинністю закладів харчування тощо.

Дослідження тенденцій розвитку та сучасного стану ринку послуг гастрономічного туризму є передумовою визначення перспектив його розвитку у Рівненській області та створення конкурентоспроможного туристичного продукту на ринку послуг. Гастрономічний туризм визначено як один із перспективних у Стратегії організації рекреації та туризму Рівненської області до 2027 року, що засвідчує актуальність даної тематики.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Робота пов'язана з науковою тематикою кафедри географії і туризму МЕРУ імені академіка Степана Дем'янчука «Мінеральні та рекреаційні ресурси Рівненщини: економіко-географічні та туристичні аспекти» (№018U001569).

Мета даного дослідження полягає у аналізі сучасного розвитку гастрономічного туризму на прикладі підприємства ресторанного господарства «New York Street Pizza».

Для досягнення мети в роботі вирішувались наступні **завдання**:

- розкрити теоретико-методологічні засади вивчення ресторанного господарства: поняття «ресторанне господарство» та класифікацію його закладів;
- окреслити особливості організації ресторанного господарства та аналіз ринку ресторанных послуг;

- здійснити характеристику гастрономічного закладу у м. Рівне на прикладі ресторану «New York Street Pizza»;

- розкрити структуру закладу, організацію харчування і обслуговування в ресторані «New York Street Pizza»;

- визначити переваги та недоліки у функціонуванні гастрономічного закладу «New York Street Pizza»;

Об'єктом дослідження є заклад ресторанного господарства «New York Street Pizza» як об'єкт гастрономічного туризму.

Предметом дослідження є особливості у функціонуванні ресторану «New York Street Pizza», організації харчування та обслуговування, визначення орієнтирів розвитку на перспективу.

Методи дослідження. Багатоаспектність явищ і процесів, що досліджувались зумовили необхідність використання загальнонаукових та конкретно наукових методів: системного аналізу типізації, літературного та статистичного, методу узагальнення, інтерв'ю. Застосовано метод SWOT-аналізу.

Інформаційною базою служили Інтернет-ресурси (в тому числі офіційні сайт ресторану), статистичні матеріали та літературні джерела з даної тематики. Основні аспекти розвитку гастрономічного туризму досліджували Д. Басюк, Ж. Бучко, Д. Дасілва, І. Я. Журавчак, І. Панова, Т. Христов та ін. Водночас особливості територіальної організації гастрономічного в Україні та у Рівненській області зокрема вимагають подальшого дослідження та вивчення.

Наукова новизна. Вперше проаналізовано ресторанний заклад «New York Street Pizza» у м. Рівне, розкрито особливості гастрономічної діяльності, цінова політика та перспективи розвитку.

Практичне значення. Результати вивчень можуть бути застосовані в удосконаленні гастрономічної індустрії України та на рівні адміністративно-територіальних областей. Для популяризації гастрономічного туризму, внесенні ресторанного закладу до туристичних маршрутів центрів українських страв.

Особистий внесок дослідника. Визначено пріоритети розвитку ресторану «New York Street Pizza» у м. Рівне.

Апробація результатів дослідження. 1. Глушкова Т. С., Усачова Н. С., Яроменко О. В. Розвиток туристичної дестинації на прикладі парку історичної реконструкції «Городище Оствиця» Світовий та вітчизняний досвід функціонування туристичних дестинацій. Збірник матеріалів Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції (Харківський торговельно-економічний інститут КНТЕУ, 30 жовтня 2020 р., м. Харків). Гол. ред.. К. Д. Гурова, ред. колегія. Олійник Н. Ю., Яковчук О. В. Харків: «Цифра-Принт», 2020. С. 23–25. 2. Basyuk T.O., Volkova L., Usachova N. Physical – geography characteristics of conditions of formation of river drain of basin Southern Bug. Abstracts of VI International Scientific and Practical Conference «Perspective Directions of Science and Practice» (02-03 March 2020) Athens, Greece. 2020. pp. 277-279.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

1.1. Зміст основних понять ресторанного бізнесу та його місце в індустрії гостинності

Гастрономічний туризм – це спеціалізований вид туризму, пов'язаний з ознайомленням і дегустацією національних кулінарних традицій країн світу, що є синтезом екології, культури і виробництва. Даний вид туризму дозволяє подорожуючим ознайомитися зі звичаями, традиціями та культурою різних народів через споживання їх національної їжі. Гастрономія є обов'язковою складовою всіх туристичних подорожей [44].

Ресторанний бізнес вважається одним із найприбутковіших напрямів інвестування. У всьому цивілізованому світі він є одним із найбільш розповсюджених видів малого бізнесу, тому заклади та підприємства ведуть між собою постійну боротьбу за частину ринку; за пошук нових та за утримання постійних відвідувачів їхньої продукції та послуг.

Ресторанне господарство – це сфера людської діяльності, що в останні роки стрімко розвивається. У всьому цивілізованому світі воно є одним із найбільш розповсюджених видів малого бізнесу, тому між закладами та підприємствами постійно точиться боротьба за оптимальне позиціонування на ринку та найбільш перспективні його сегменти; за пошук нових та утримання постійних клієнтів [27].

Роль ресторанного господарства на сучасному етапі визначається характером і масштабами потреб людей у послугах з організації споживання матеріальних і духовних благ у не домашніх умовах. В конкурентній боротьбі за споживачів ресторатори використовують різні інструменти: авторську, креативну й кухню ф'южн спрямування, в останні роки –молекулярну;

високоякісне спеціалізоване та поліфункціональне устаткування; висококласні посуд і аксесуари сервірування; сучасний дизайн; музичне обслуговування, в тому числі шоу-програми, пропонують послуги сомельє, бариста, впроваджують різні дисконтні програми та інші атрактивні елементи тощо.

Сьогодні ресторанний бізнес активно розвивається в Україні. Хоча досі явно відчувається брак кадрів, причому саме менеджерів середньої ланки. Значно кращі справи у філій закордонних ресторанів, персонал яких має можливість регулярно проходити практику за кордоном. Послуги закладів ресторанного господарства є важливим елементом обслуговування туристів [27].

Ресторанний бізнес дуже перспективний, оскільки цей ринок ще перебуває в стадії становлення, далеко не всі його сфери розподілені. Адже все, що будується нового (чи то готель, фітнес-центр чи навіть сауна), потребує наявності ресторану або хоча б бару. Незважаючи на те, що ресторани не є традиційним явищем для української та й загалом східнослов'янської побутової культури, на сьогодні підприємства ресторанного господарства займають одне з провідних місць у секторі послуг економіки та виступають об'єктами гастрономії при організації рекреаційно-туристичної діяльності.

Ресторанне господарство є галуззю, основу якої складають підприємства, що характеризуються єдністю форм організації виробництва і обслуговування споживачів. Ресторанний бізнес – це складова туристичної сфери, яка спрямована на задоволення туристичних потреб населення у вигляді житла, харчування, транспортного й екскурсійного обслуговування та іншого сервісу [2].

Ресторанне господарство однією з перших господарчих галузей України перейшло на ринкові відносини. Після приватизації підприємств змінилась організаційно-правова форма системи ресторанного господарства, з'явилася велика кількість приватних підприємств. Підприємства ресторанного господарства є чисто комерційними (ресторани, піцерії, бістро та інші) , але разом з тим розвивається та громадське харчування: їдальні при виробничих

підприємствах, студентські, шкільні. З'являються комбінати, фірми, які беруть на себе завдання організації громадського харчування [2].

Основна послуга закладів ресторанного господарства – послуга харчування – складається з послуг виготовлення кулінарної продукції та створення умов для її реалізації і споживання відповідно до типу і класу закладу. За видами виділяють:

- послуга харчування ресторану;
- послуга харчування бару;
- послуга харчування кафе;
- послуга харчування їдальнею;
- послуга харчування закусконою.

Так, наприклад, послуга харчування ресторану – це послуги з виготовлення, реалізації та організації споживання широкого асортименту страв і виробів складного приготування з різних видів сировини, винно-горілчаних виробів та інших товарів, а послуга харчування закусконою є послугою з виготовлення, реалізації та споживання обмеженого асортименту страв нескладного приготування для швидкого обслуговування споживачів.

Основними видами обслуговування в закладах ресторанного господарства є:

- реалізація продукції в залах закладів відкритого типу (ресторанів, барів, їдалень, кафе, закускочних);
- обслуговування пасажирів у дорозі, на транспорті;
- реалізація кулінарної продукції через магазини (відділи) кулінарії;
- організація обслуговування офіціантом (барменом) вдома.
- на підприємствах ресторанного господарства застосовуються такі методи обслуговування:
 - самообслуговування;
 - обслуговування офіціантами, барменами;
 - комбінований метод.

При масовому обслуговуванні, при порівняно невеликому асортименті страв для прискорення обслуговування застосовується самообслуговування, в процесі якого споживачі самостійно беруть з роздавальної холодної страви і напої, борошняні кондитерські вироби. Гарячі страви роздавальники порціонують безпосередньо перед відпуском. Обслуговування офіціантами застосовується в ресторанах, барах, інколи в кафе, в яких створення комфорту відіграє визначальну роль. Ці підприємства призначені не лише для виконання послуги харчування, але й для організації відпочинку споживачів. При комбінованому методі передбачається поєднання двох вказаних методів обслуговування. Наприклад, підприємство працює вдень за методом самообслуговування (загальнодоступна їдальня, кафе), а ввечері – обслуговування офіціантами. У таких підприємствах також повинні створюватися умови для організації відпочинку споживачів[3].

1.2. Класифікація закладів ресторанного господарства

Заклади ресторанного господарства класифікуються за видами економічної діяльності, торговельно-виробничими ознаками, класами, комплексом продукції і послуг, сезонністю, потужністю, характером контингенту, використовуваними методами обслуговування. Класифікація закладів ресторанного господарства за видами економічної діяльності представлена в таблиці 1.1., табл. 1.2.

Комбінований заклад – це об'єднання декількох закладів різних типів, що входять до складу одного підприємства і розміщені в одній будівлі. Вони надають споживачу можливість вибору в одному місці кількох видів послуг: послуг, що надають ресторани і бари, більярдний клуб і кафе-бар тощо [19]. Вони комплексно обслуговують споживачів, задовольняючи їхні різнобічні потреби.

Класифікація закладів ресторанного господарства за видами економічної діяльності [19]

Функція закладу	Призначення	Вид закладу
продаж їжі та напоїв	споживання на місці, з показом розважальних вистав або без них	ресторан, кафе, кафетерій, закусошна
продаж напоїв та обмеженого асортименту страв до них	для споживання на місці, з показом розважальних вистав або без них	бар
продаж їжі та напоїв, переважно за зниженими цінами	для споживачів, об'єднаних за професійними ознаками	їдальня і буфет
постачають їжу, приготовлену централізовано	споживання в інших місцях	фабрика-заготівельня, фабрика-кухня, домашня кухня, ресторан за спеціальним замовленням

Практика класифікації закладів ресторанного господарства у світі за деякими ознаками дещо інша, ніж в Україні. Так, за Міжнародним стандартом галузевої класифікації видів економічної діяльності ООН, у сфері ресторанного господарства розрізняють понад 100 різновидів підприємств. Вони можуть бути об'єднані у групи або за їх приналежністю до одного із основних типів, або за формою торговельно-виробничої діяльності (повного технологічного циклу; заготівельні; доготівельні; роздавальної діяльності), за місцем розміщення (у школах, офісах та ін.) видами надаваних послуг (такі, що організують вечірки, виїзне обслуговування, ін.).

Значного поширення у світі набула класифікація закладів ресторанного господарства за професійним рейтингом, яка друкується у спеціальних гастрономічних довідниках (путівниках) ресторанного бізнесу чи у різних, як правило, фахових виданнях мас-медіа та/або розміщується на Інтернет-сайтах.

Таблиця 1.2

**Класифікація закладів ресторанного господарства за ознакою
комплексу продукції та послуг[19]**

Тип закладу	Вид закладу
спеціалізовані	ресторани, кафе, закусочні, які відпускають та реалізують специфічний асортимент страв, напоїв та закупних товарів (ресторани з національною кухнею, кафе-морозиво, кафе-кондитерська; закусочні: пиріжкова, млинцева, піцерія; бари: пивний, винний тощо)
основні	ресторан, кафе, закусочна, їдальня, бар, кафетерій, буфет, фабрика-заготівельня, фабрика-кухня, домашня кухня, ресторани за спеціальними замовленнями
комбіновані	об'єднання декількох закладів різних типів, що входять до складу одного підприємства і розміщені в одній будівлі

Так, згідно з «Guide Rouge de Michelin», ресторани, які досягли певних успіхів у забезпеченні якості своєї продукції та/або послуг, отримують «зірки» (від 1 до 3), за якими й проводиться їх класифікація. У довіднику «Zagat Survey», який випускається у 45 найбільших містах Америки, Азії та Європи, запропоновано 30-бальне оцінювання різних закладів ресторанного бізнесу (від кафе до ресторанів класу «люкс»). Детально класифіковано дані заклади за темами [34]:

- «Куди краще піти з дітьми»;
- «Де можна найкраще провести романтичну вечерю тет-а-тет» тощо.
- за середньою вартістю вечері, що наводиться по кожному з них.

Розрізняють й інші класифікаційні ознаки, за якими так чи інакше поділяють на групи заклади ресторанного господарства. Наприклад, за концепцією вони можуть об'єднуватися у три основні групи: національні, тематичні, такі, що не дотримуються чіткої концепції. Визначальними

факторами при такій класифікації є інтер'єр, кухня, атмосфера, назва, тобто таке співвідношення характеристик, яке дозволяє зрозуміти, наскільки яскраво вони відображають основну ідею закладу та як взаємодіють між собою.

В умовах сьогодення ресторанне господарство являє собою велику організаційно-господарську систему, підприємства якої виконують важливі соціальні завдання, пов'язані насамперед із задоволенням життєвих потреб населення у послугах з організації харчування, відпочинку та дозвілля. Основою цієї системи становлять як підприємства і заклади ресторанного господарства, так і підприємства інших видів економічної діяльності, структурними підрозділами яких є заклади ресторанного господарства, що характеризуються єдністю форм, організації виробництва й обслуговування споживачів і які розрізняються як за типами, так і за своєю спеціалізацією [33].

Ресторанне господарство створює умови для досягнення суспільних цілей розвитку туризму. У ресторанах зустрічаються та знайомляться люди з різних країн, тут створюється сприятливе оточення для взаєморозуміння, корисних, ділових контактів, розвитку громадського та культурного життя. Ресторанне господарство отримує значну частку доходів як від внутрішнього, так і міжнародного туризму, активізує валютні надходження, створює умови для «експорту» послуг і входження їх до міжнародного ринку.

Ресторан – це заклад ресторанного господарства з різноманітним асортиментом продукції власного виробництва і закупних товарів, високим рівнем обслуговування та комфорту в поєднанні з організацією відпочинку і дозвілля споживачів [33].

У загальнодоступному ресторані продукцію та послуги може одержати будь-який споживач, у закритому - певний контингент: викладачі вищих навчальних закладів, службовці установ та промислових підприємств тощо.

За часом обслуговування ресторани поділяються на заклади швидкого обслуговування і звичайні; за методами обслуговування - з обслуговуванням офіціантами і самообслуговуванням. Ресторан може бути повносервісним або спеціалізованим. Повносервісний ресторан, як гастрономічний заклад

ресторанного господарства з обслуговуванням офіціантами та значною часткою фірмових, замовних страв і напоїв у продукції власного виробництва. Крім ресторану, повносервісними можуть бути бари і кафе. Спеціалізований ресторан спеціалізується на певному асортименті кулінарної продукції - рибний ресторан, ресторан національної кухні тощо[33].

До видів ресторанів належить і ресторан-бар – різновид ресторану, до складу якого входить бар, торговельний зал якого суміжний з торговельним залом ресторану, або барна стійка розміщується в торговельному залі ресторану.

Згідно із ДСТУ 4281:2004 «Заклади ресторанного господарства. Класифікація» [15]: в окрему групу виділено ресторан за спеціальними замовленнями (catering) - заклад ресторанного господарства, призначений для приготування і постачання готової їжі та організації обслуговування за спеціальними замовленнями. Такі заклади можуть обслуговувати бенкети, ділові зустрічі, весілля та інші свята у залах, офісах, на природі тощо. У Міжнародному стандарті галузевої класифікації видів економічної діяльності (ISIS) ООН окремо виділяють ресторан на замовлення (carry-out restaurants), ресторан-їдальню, вагон-ресторан*6. Ресторан на замовлення є різновидом ресторану, який пропонує продаж виробленої ним продукції на винос, як правило, з постачанням в інші місця. Ресторан-їдальня (commissary restaurants) - це різновид ресторану, який організовує харчування в організаціях. Вагон-ресторан - різновид ресторану, який організовує харчування споживачів послуг залізничних компаній та інших організацій залізничного транспорту.

1.3. Методика оцінки якості послуг у закладах ресторанного господарства

Міжнародний практичний досвід у діяльності закладів харчування засвідчує, що успішну діяльність підприємства забезпечує впровадження системи управління якістю (СУЯ) – ефективного інструменту, який дає змогу

здійснювати управління якістю на всіх етапах створення та надання послуг. Ще одним дієвим інструментом управління є Система управління безпечністю харчових продуктів, яка може функціонувати самостійно або бути складовою частиною СУЯ. Убезпечити харчові продукти можна також спільними зусиллями всіх сторін, що беруть участь у харчовому ланцюзі та виконують вимоги [2]. Запровадження принципів системного управління забезпечення якості послуг безпосередньо в кожному закладі залежить, насамперед, від коректності встановлених вимог до якості продукції та послуг, досконалості технологічних розробок, рівня технічного оснащення, кваліфікації кадрів, ефективності контролю, організації виробничого та обслуговувального процесів. Вирішенням питань оцінювання якості продукції та послуг займаються спеціалісти з кваліметрії, у доробку яких є важливі напрацювання. Основні методи оцінювання якості продукції затверджені стандартом [45].

Процедура оцінювання якості продукції та послуг передбачає встановлення номенклатури показників, визначення значень цих показників та порівняння їх із базовими. Іншими словами, оцінка якості продукту (продукції, послуг, процесів) є усвідомленням того, якою мірою ті або інші продукти праці можуть задовольняти певні потреби суспільства.

В Україні оцінювання та контроль якості послуг закладів ресторанного господарства виконують за допомогою вимірювальних (аналітичний: фізико-хімічний, мікробіологічний, медико-біологічний), соціологічних і експертних методів затверджених в установленому порядку [36].

Заклади ресторанного господарства, що здійснюють діяльність на території України, перебувають під державним контролем та регулюванням якості продукції та послуг. За результатами опрацювання інформації з книг відгуків визначено, що серед основних причин, які зумовлюють незадоволеність споживачів послуг, є: неякісне обслуговування (50%), повільне обслуговування (15%), недбале ставлення (10%), помилки під час виконання замовлення (9%), незадовільна якість продукції (8%), очікування вільного місця (6%), обрахування (неправильно визначена вартість замовлення) (2%) (табл.

1.4) [32].

Таблиця 1.4.

Результати дослідження вимог до послуг

№ з/п	Вимоги споживачів до послуг	Характеристика потреб та очікувань
1	Надійність	стабільне виконання операцій незалежно від зміни виконавця та умов відшкодування збитків у випадку невідповідності вимог
2	Доступність	безперешкодне отримання послуг (в обідні перерви, за поганого транспортного сполучення) відсутність додаткових витрат, оплата за вхід у заклад
3	Інформаційність	більш повне інформування в меню про інгредієнти страв (зокрема прянощів: часник, кріп, базилік) інформування по телефону, Інтернету
4	Простеженість дій виконання операцій	можливість спостерігати за виконанням операцій замовлення
5	Культура обслуговування	привітне ставлення персоналу з обслуговування компетентна відповідь на питання щодо кулінарної продукції та послуг швидкість та техніка виконання обслуговування
6	Якість продукції	естетичний вигляд кулінарних виробів належність кулінарної продукції до певного типу кухні інформація про калорійність та енергетичну цінність продукції
7	Номенклатура додаткових послуг	перелік додаткових послуг (з організації культурної програми – тамада, замовлення артистів, флористика, організація салютів, тощо)

Забезпечення якості послуг залежить від ступеня виконання та дотримання регламентованих вимог, а їх поліпшення – від виявлення додаткових вимог споживачів до якості послуг. Ураховуючи умови діяльності закладів ресторанного господарства, визначення і виконання додаткових вимог

є необхідними заходами поліпшення якості послуг задоволеності споживачів.

Розглядаючи операції з виготовлення кулінарної продукції, її реалізації в певних умовах та організацію відпочинку, визначено, що якість послуг, а відповідно, і ступінь задоволеності споживачів, залежить від рівня виконання двох процесів: виготовлення продукції та надання послуг. Під час дослідження методів оцінювання продукції та послуг визначено низку особливостей та потребу розробки спеціалізованого методу з простим алгоритмом виконання, доступного для частого застосування [42].

Оцінювання якості об'єктів, що служить основою проведення стандартизації, сертифікації, визначення оптимальних параметрів, для формулювання конкретних властивостей продукції та послуги повинно проводитися найбільш об'єктивними методами, які передбачають застосування засобів вимірювальної техніки. Однак послугам властиві здебільшого якісні характеристики, які стосуються здатності задовольняти передбачувані потреби.

Дослідження методів дало змогу запропонувати можливі заходи підвищення об'єктивності результатів, які необхідно взяти до уваги під час розроблення спеціалізованого методу оцінювання якості послуг, а саме [36]:

1) враховувати специфіку галузі шляхом чіткого вираження якості конкретної послуги сукупністю показників та критеріїв, характерних для даного виду діяльності;

2) приділяти значну увагу вагомості показників якості послуги з погляду споживачів, тобто визначити їх думку шляхом застосування соціологічних методів;

3) сьогодні на ринку присутні однотипні послуги, відмінність яких полягає у різниці їх вартості, яка в багатьох випадках під час вибору продукту відіграє не лише вирішальну роль, а й справляє позитивне враження на споживачів. Тому доречно під час оцінювання якості послуг брати до уваги рівень їх вартості;

4) як відомо, крім оцінювання якості першою стороною, розрізняють також оцінювання другою стороною (покупцями або споживачами) та третьою

сторonoю (незалежними експертами). Зауважено, що в багатьох випадках результати оцінки за одними і тими ж критеріями якості залежать від виконавця, тобто результати оцінки виробника, споживача та експертів можуть суттєво відрізнятися. Це є підставою для того, щоб об'єднати інтереси трьох сторін у процесі оцінювання, залучивши до участі оцінювання споживачів, незалежних експертів і самих виробників послуг.

5) врахувати характерні особливості послуг, які визначають їх відмінність від продукції: а) наявність, окрім самої послуги, певної фази «обслуговування» до і після виконання (надання) послуги; б) доволі висока регіональна та національна залежність уявлень про якість послуг, яка відображається на формуванні вимог та очікувань споживачів до якості послуг; в) необхідність прямого контакту, або невіддільність від джерела або суб'єкта послуги, згідно з чим процес надання й споживання послуг відбувається одночасно. Важливий вплив на формування думки споживача про якість має його взаємодія з виконавцем (реалізатором), при цьому споживач як активний учасник процесу може впливати на кінцевий результат відповідно до своїх побажань та вимог. Звідси впливає ще одна особливість послуг – мінливість; г) на відміну продукції, яку оцінюють у готовому вигляді (вихідний контроль) і тим самим попереджають надходження неякісної продукції до споживача, у сфері послуг це практично неможливо.

Найбільш поширеним методом одержання інформації від споживачів про якість послуг та інші особливості предметів є соціологічний – опитування, анкетування і тестування. Адекватним у цьому випадку буде анкетування потенційних (споживачі послуг закладу, що проводить оцінювання) споживачів послуг. Це дасть змогу визначити важливість кожного показника для даної групи респондентів. Особливу увагу під час опрацювання анкет необхідно звернути на наявність зауважень та пропозицій щодо діяльності закладу – це найкращі поради та правильні напрями поліпшення задоволеності потенційних гостей закладу, тому необхідно ретельно узагальнити і подати їх зміст у рекомендаційній формі для короткострокового вирішення.

Оцінка якості послуг, формування рекомендацій є кінцевим етапом процесу оцінювання, який передбачає обчислення загального показника якості послуг закладу. Оцінювання якості послуг проводять із певною метою, у більшості випадків це виконують для визначення досягнутого рівня якості наданих послуг, прогнозування конкурентоспроможності, встановлення альтернативних шляхів поліпшення якості. [10] З огляду на результати оцінювання якості наданих послуг, завданням подальших досліджень є поліпшення рівня якості культури обслуговування, що є найбільш впливовим показником на рівень якості послуг ресторанів. Позитивне вирішення цього завдання сприятиме розширенню бази лояльних клієнтів та формуванню сприятливого іміджу закладу, що в підсумку підвищить фінансовий показник його діяльності.

Враховуючи особливості діяльності закладів ресторанного господарства різних типів та класів, для виконання необхідних функцій контролю можна застосовувати відповідні види контролю, які можна класифікувати за етапом їх виконання та за напрямом – технічно-технологічним, санітарно-бактеріологічним, екологічним, безпечності та метрологічним. Загальновідомо, що ефективність контролю багато в чому визначається безперервністю, системністю і комплексністю взаємозалежного здійснення технічних, організаційних та економічних заходів, що дає можливість передбачити та своєчасно усунути проблеми [15].

Під час організації внутрішньої системи контролю забезпечення якості важливо пам'ятати, що наявність суб'єктивного фактора є значною, тому необхідно враховувати рівень компетентності (кваліфікацію, досвід) персоналу закладу та його спроможність виконувати передбачені системою завдання, а також: 1) забезпечити обізнаність персоналу щодо доцільності контролю та його відповідальності у забезпеченні якості послуг; 2) відповідно до посадових інструкцій, дотримуючись рівномірності навантаження, провести розподіл обов'язків, передбачених завданнями системи контролю; 3) забезпечити виконавців контролю відповідними нормативними документами, методиками

та засобами вимірювання.

Впровадження внутрішньої системи контролю відповідно до запропонованої організаційної структури дасть змогу супроводжувати діяльність закладу необхідними спостереженнями і вимірюваннями, на основі яких здійснюють контроль забезпечення якості виробництва продукції та надання послуг, а також поліпшить умови додержання і виконання вимог стандартів, норм і правил, що висуваються до ресторанів.

ВИСНОВОК ДО РОЗДІЛУ 1

У першому розділі розкрито теоретико-методологічні засади вивчення підприємства ресторанного господарства як об'єкту гастрономічного туризму.

Гастрономічний туризм розглядаємо як спеціалізований вид туризму, що передбачає ознайомлення з кулінарними традиціями та дегустацію страв та напоїв. Даний вид туризму дозволяє подорожуючим ознайомитися зі звичаями, традиціями та культурою різних народів через споживання їх національної їжі. Гастрономія є обов'язковою складовою при організації туристичних подорожей.

Висвітлено сутність понять «ресторанне господарство», «рестран». Подані класифікації закладів ресторанного господарства за видами економічної діяльності. Систематизовано класифікацію закладів ресторанного господарства за ознакою комплексу продукції та послуг, відповідно до якої ресторани заклади поділяють на основні, спеціалізовані та комбіновані.

Наведено результати дослідження вимог до послуг сфери гостинності. Описано методiku оцінки якості послуг у закладах ресторанного господарства. Основні методи оцінювання якості продукції затверджені стандартом. Процедура оцінювання якості продукції та послуг передбачає встановлення номенклатури показників, визначення значень цих показників та порівняння їх із базовими. Іншими словами, оцінка якості продукту (продукції, послуг, процесів) є усвідомленням того, якою мірою ті або інші продукти праці можуть задовольняти певні потреби суспільства.

В умовах сьогодення ресторани підприємства виконують вагомі соціальні завдання, пов'язані, насамперед, із задоволенням життєвих потреб населення у послугах з організації харчування, відпочинку та дозвілля, тим самим сприяючи розвитку гастрономічного туризму в Україні.

РОЗДІЛ 2

ХАРАКТЕРИСТИКА РЕСТОРАННОГО ЗАКЛАДУ

2.1. Ресторан «New York Street Pizza» як заклад громадського харчування

Ресторан «New York Street Pizza» – один із мережі закладів європейської кухні, з елементами італійської, азіатської та української, що знаходиться у м. Рівне. Мережа «New York Street Pizza» це понад 50 закладів в Україні.

«New York Street Pizza» – смачна гаряча їжа з швидкою доставкою, постійними акціями та новинками. Заклад-космополіт: тут створено усе, що може потребувати житель або гість міста. Літня тераса у центрі міста, вигідна зональність усередині – панорамні вікна другого поверху, прихована банкетна зала, столики на двох та для великих компаній. Тут проводять дитячі майстер-класи, ділові зустрічі, святкують банкети, куштують бізнес-ланчі, замовляють їжу додому та смакують кавою за принципом take-away.

Кухня народів світу в основному меню та додатках – спеціальні пропозиції за чесні гроші. Концепція закладу базується на трьох основах: гастрономічна мода, домашня гостинність та демократичні ціни.

Ресторан «New York Street Pizza», що на вул. Княгині Ольги 1а у м. Рівне, побудований за індивідуальним проектом і має оригінальне архітектурно-планувальне рішення. Зручні під'їзні шляхи до входу в заклад, вся прилегла територія впорядкована, озеленена, добре обладнана, ввечері штучно освітлена. Є безкоштовний паркінг для легкових автомобілів відвідувачів, який розташовано поряд із закладом. Забезпечено комфортність внутрішнього і зовнішнього дизайну приміщень. Над входом до ресторану є вивіска з декоративними елементами оформлення в європейському стилі (Додаток А).

Центральний вхід має повітряно-тепловий захист і забезпечує одночасний рух зустрічних потоків відвідувачів. Забезпечено кондиціонування з

автоматичним підтримуванням оптимальних режимів температури та вологості системи вентиляції.

Загальна характеристика гастрономічного закладу на прикладі ресторану «New York Street Pizza» подана у таблиці 2.1.

Заклад має 2 поверхи, інтер'єр витриманий в сучасному стилі – цегляна кладка стін, меблі з темного дерева та м'які дивани з текстилю, також всі зали прикрашені живими рослинами.

Таблиця 2.1.

Загальна характеристика ресторану «New York Street Pizza» [38]

з/п	Назва	Загальні відомості
1	Організаційно-правова форма	Приватна власність
2	Адреса, контактні дані	33014, Україна, м. Рівне, вул. Княгині Ольги 1а, тел. +38(068 007 00 72)
3	Графік роботи	10:00 – 22:00
4	Тип закладу	Ресторан
5	Кількість посадкових місць	120
6	Додаткові площі	Наявний літній майданчик та паркінг
7	Досвід роботи на ринку	7 років
8	Спеціалізація закладу	Гастрономічний
9	Основний контингент	Загальнодоступний
10	Цінова політика	Доступна
11	Інтер'єр	Сучасний лофт
12	Використовувані форми обслуговування	Обслуговування офіціантами

У ресторані «New York Street Pizza» є три зали. На другому поверсі можна милуватись панорамним видом на Покровський Собор. Крім того, також наявний літній майданчик (Додаток Б). Часто проходять спортивні трансляції.

Заклад пропонує страви європейської, української та азійської кухні. Особливо рекомендують скуштувати м'ясний пиріг з часниковим соусом,

лазанью з м'ясним фаршем, салат з карамелізованою грушею та курячою печінкою, фірмову піцу New York.

Створені зручності і затишок за допомогою дизайну в сучасному стилі. Пропонована атмосфера, сприятлива для дозвілля і відпочинку, за рахунок декоративного озеленення, художніх композицій, кольорової гами та освітлювання.

2.2 Структура ресторану «New York Street Pizza» та процес обслуговування

Ресторан позиціонує себе, як заклад з високим рівнем комфорту, пропонує широкий асортимент страв та напоїв, їх досконалу подачу, а також послуги організації дозвілля: проведення днів народжень, корпоративів, сімейних свят.

Найважливішими складовими частинами ресторанного закладу є: вхідна частина, торговий зал, бар, сервісне та посудомийне відділення, туалетні кімнати, кімната для прасування та зберігання столової білизни, виробничі та побутові приміщення.

Вхідна частина ресторану є територією гостинності. Ресторан «New York Street Pizza» починається з невеличкої прохідної частини (тамбуру), яка сприяє збереженню чистоти в підприємстві, оскільки в дощову або снігову погоду дозволяє відвідувачам струсити парасолю або сніг.

Торгові зали ресторану за призначенням можна розділити на зали загального призначення та бенкетні. У ресторані «New York Street Pizza» є три зали:

- центральний зал розрахований на 30 місць для проведення вечорів в сімейному колі; (Додаток В)
- зал на другому поверсі для проведення зустрічей, урочистих вечорів гостей (на 65 місць); (Додаток Г)

- банкетний зал передбачений для проведення банкетів, ювілеїв, днів народжень, конференцій та інших урочистостей на 25-30 осіб. (Додаток Д)

У ресторанні відпускання гарячих напоїв, соків, безалкогольних та алкогольних напоїв та розрахунок гостей здійснюються в одній із основних структурних зон даного закладу, якою є бар (Додаток Е).

У «New York Street Pizza» працюють сервісне та посудомийне відділення. Сервісна кімната належить до числа найважливіших допоміжних служб торгового залу ресторану. Вона забезпечує постійну наявність необхідного асортименту посуду, проводить видавання та приймання всіх предметів сервірування, видає обмінний фонд посудомийному відділенню.

Процес миття столового посуду здійснюється за допомогою посудомийної машини необхідної продуктивності. Перед початком роботи один з мийників посуду отримує в сервізній по заявці обмінний фонд посуду з порцеляни, скла, металу, а також приладдя. Протягом робочого дня використаний посуд та приладдя негайно обмінюються офіціантом у посудомийному відділенні на чистий. Такий-порядок роботи повністю виключає непродуктивні затрати часу в офіціантів на обмін посуду, сприяє ритмічній роботі, прискорює обслуговування відвідувачів.

До послуг, передусім, персоналу, кімната для прасування та зберігання столової білизни. Прасування білизни проводиться в окремому відділенні для чистої білизни за допомогою електричних прасувальних катків. Скатертини, готові де видачі в зал, зберігають на підвісних кронштейнах, серветки та рушники – на стелажах. Чисту білизну зберігають на стелажах за розмірами та найменуваннями.

До виробничих приміщень ресторану «New York Street Pizza» відносять холодний, гарячий та кондитерський цехи. Видача страв відбувається через гарячий та холодний цехи. А також через виробничі цехи «суші-бар» та «піца-бар» які є відкритими для гостей. Правильна організація роботи саме цих цехів визначає швидкість подавання страв та їх високу якість.

У використанні лише персоналу побутові приміщення ресторану, серед яких, кімната відпочинку, туалетні кімнати, шафи для особистих речей працівників. Гардероб для офіціантів – це місце, де зберігається формений одяг та взуття.

Туалетні кімнати мають вхідні тамбури, умивальну кімнату, туалетні кабінки. Тамбури призначені як заслін для функціональних кімнат, при виході з них. Стіни таких приміщень викладено плиткою, підлога виконана з темних матеріалів.

У ресторані «New York Street Pizza» здійснюється обслуговування учасників різних заходів.

Заходи, або івенти (від англ. Event - подія) поділяються на дві категорії B2C і B2B. До заходів B2C відносять: корпоративні свята, спортивні змагання, фестивалі, концерти тощо, тобто заходи, розраховані на масову цільову аудиторію (масового споживача).

До заходів B2B відносять: конгреси, конференції, форуми, симпозіуми, «круглі столи», семінари, презентації, тренінги, майстер-класи, прес-конференції тощо, тобто заходи, які мають діловий характер. Організацією цих заходів займаються івентори – спеціалізовані івент-компанії (агентства, івент-відділи в структурі інших компаній). Вони розробляють, здійснюють підготовку і проводять заходи самостійно або із залученням івент-підрядників, які надають певні спеціалізовані послуги. Важливою складовою організації таких заходів є надання послуг харчування. Для цього за місцем проведення заходу можуть бути використані діючі ресторани, кафе, буфети при виставкових центрах, театрах, спортивних спорудах тощо [18].

Ресторан «New York Street Pizza» займається обслуговуванням учасників офіційно-ділових заходів, корпоративних свят, майстер-класів, банкетів, сімейних свят. Організацією таких заходів займається безпосередньо відповідальна особа. Час харчування завчасно має бути погоджений з закладом, та розкладом проведення заходів.

Розглянемо особливості підготовки та організації обслуговування

учасників заходів у ресторані «New York Street Pizza».

У ресторані «New York Street Pizza» здійснюють обслуговування прийомів, ювілеїв та інших торжеств, організовуючи бенкети з повним обслуговуванням офіціантами. Кожен прийом складається з двох частин. Перша – зустріч, вітання і збір гостей, друга – банкет. Банкет – це урочистий званий сніданок, обід або вечеря, що влаштовується на честь певної особи або події [14].

В даному закладі ресторанного господарства проводяться такі види банкетів:

- за способом організації їжі за столом – сидячі;
- за участю персоналу в обслуговуванні : повне – коли всі операції здійснюють офіціанти, що забезпечує вищий рівень обслуговування;
- за асортиментом страв і напоїв: банкет загального призначення;
- за часом влаштування: денні та вечірні.

Банкет в ресторані «New York Street Pizza» – це, коли всі учасники свята сидять за гарно сервірованими столами, на яких, за 5 хвилин до приходу гостей, вже знаходяться холодні закуски, салати, напої. Після приходу відвідувачів, офіціанти здійснюють подачу гарячих страв, напоїв та десертів. Також слідкують за чистотою залу. Кількість учасників банкетів зазвичай становить від 8 до 35 чоловік.

Процес сервірування у ресторані «New York Street Pizza» здійснюється в такій послідовності: підставна тарілка, виделка столова, ніж столовий, фужер для води, чарка для горілки, келих для шампанського або вина, серветки, сільничка, перчниця. Залежно від кількості відвідувачів, ставлять декілька столів разом. Їх накривають скатерттинами, сервірують, виставляють холодні закуски, хліб, у вазах фрукти. На торцях столів ставлять напої.

Розстановка столів у залі ресторану залежить від форми столів, побажань замовника. В досліджуваному мною ресторані «New York Street Pizza» прямокутні та квадратні столи. Їх розміщують індивідуально чи стикують, якщо кількість гостей перевищує 5 чоловік. Біля столів передбачено прохід, для

зручності як персоналу, так і гостей.

Отже, організація будь-якого заходу, включає прийоми оформлення замовлення, підготовку до проведення заходу, обслуговування. Організована, чітка робота по підготовці до обслуговування бенкету залежить від того, наскільки докладно і вчасно обговорені всі деталі проведення бенкету між замовником і керівництвом ресторану. Тому бажано, щоб той, хто буде безпосередньо керувати підготовкою бенкету й обслуговуванням гостей, був докладно інформований про особливості даного замовлення. Цим і займається адміністратор закладу ресторанного господарства.

2.3. Організація харчування в ресторані

«New York Street Pizza»

У ресторані «New York Street Pizza» здійснюється організація харчування і обслуговування учасників різних заходів.

До послуг гостей даного ресторанного закладу пропонується: «Основне меню», «Винна карта», «Додаток-Новинка». Глибина асортименту ресторану «New York Street Pizza»: основне меню (200 позицій), барне меню (90), десерти (15), пісні страви (10). Насиченість – загальна кількість товарів складає 315 товарів, а гармонійність – ступінь однорідності між солодкими стравами та напоями. Також кожні 2 місяці з'являються сезонні новинки.

Харчування за меню-замовленням здійснюється в ресторані «New York Street Pizza» за безготівковим та готівковим розрахунком.

Меню-замовлення заповнюється в трьох примірниках і підписується адміністратором ресторану та особою, відповідальною за організацію заходу. Перший та другий залишаються у адміністратора, третій – у особи, відповідальної за захід. Підчистки та виправлення в меню – замовленнях не допускаються.

Меню страв у ресторані «New York Street Pizza» має універсальний характер і включає страви європейської, азіатської та української кухні.

Пропоновані страви меню об'єднані у групи: холодні закуски, гарячі закуски, перші страви, страви на грилю, піца, суші, солодкі страви, напої гарячі та холодні.

У меню банкету включається порівняно невелика кількість холодних закусок, декілька гарячих страв, десертні блюда, фрукти та напої. Подача страв відбувається, за попередньо обговореним часом. В даному ресторані два офіціанта обслуговують 25-30 учасників банкету. Необхідність одночасного обслуговування великої кількості людей, потребує швидкості та чіткості роботи офіціантів. Для прискорення обслуговування столи сервірують заздалегідь.

Також ресторан «New York Street Pizza» пропонує комплексні обіди. Реалізація комплексних видів харчування дозволяє протягом 25-30 хвилин, обслуговувати гостей сніданками, протягом 40 хвилин – обідами.

Мною здійснено аналіз меню у ресторані «New York Street Pizza».

Візитною карткою ресторану називають його меню, тобто перелік страв, напоїв (зі вказаними цінами й виходу страви), які є в наявності у продажі під час роботи (Додаток Ж). Тому, при його складанні, необхідно урізноманітнити використовувану сировину і продукти для широкого вибору кулінарних виробів і напоїв із застосуванням різних засобів кулінарної обробки та здійснювання чергування за днями тижня [3].

В ресторані «New York Street Pizza» в меню включають різні овочеві, м'ясні, рибні страви, закуски, виготовлені у відварному, смаженому, тушкованому та запеченому вигляді. До послуг гостей:

- гарячі закуски (млинці з грибами, сиром та куркою, з лососем та шпинатом, різноманітні види омлету та яєшні, ковбаски-гриль, буженина);
- холодні закуски (широкий асортимент асорті сиру, м'ясних виробів, овочів, українські різносоли, сало, різноманітні види салатів);
- рибні страви (стейк з лосося, філе лосося на шпинатній подушці, скумбрія з овочами, форель);
- м'ясні страви (стейки з телятини, курки, свинини, буженина, крильця та куряче філе); десерти (тирамісу, шоколадний фондан, солодкі млинці,

морозиво, пана-кота, крем бруле, торт п'яна вишня, чізкейк)

В додаток до страв, є різноманітні напої. Винна карта представлена винами Італії, Грузії, Франції, України, Чилі та Португалії та ігристі вина. З міцних напоїв є коньяки, горілка, віскі, бренді, елітні напої, лікери. В коктейльній карті присутні традиційні тропічні коктейлі, шот екстримальні лонги, фрозени). Звичайно, в меню також можна побачити широкий асортимент пива, води, гарячих напоїв.

Обов'язково враховується при складанні меню сезонність та температура повітря. При складанні меню також враховуються смакова якість їжі та зовнішнє оформлення страви.

Страви та закуски, які включені в меню, повинні бути в наявності протягом усього дня роботи ресторану, або протягом часу, вказаного в меню. В ресторані «New York Street Pizza» складають меню, задля більшого уподобання гостей. Меню банкетів відрізняється від інших видів меню тим, що при його складанні активну участь бере замовник. Банкет може бути сніданком, обідом чи вечерею [31].

Художнє оформлення меню ресторану «New York Street Pizza» урахує те, що меню – це не просто перелік страв, а свого роду візитна картка, один з засобів реклами. Оскільки «New York Street Pizza» насичений різними культурами, в оформленні меню використовуються різні національні символіки.

Загалом, ресторан «New York Street Pizza» – вдалий вибір для обслуговування і розміщування гостей, які проживають та відвідують місто Рівне.

Формування цінової політики в ресторані «New York Street Pizza». Цілеспрямована цінова політика полягає в наступному: треба встановлювати на свої послуги такі ціни і так змінювати їх залежно від ситуації на ринку, щоб опанувати певною часткою ринку, отримати бажаний обсяг прибутку [28].

Основними моментами при визначенні ціни на страви в ресторані «New York Street Pizza» є наступні:

- 1) на основі собівартості оцінюється мінімально можлива ціна продукції, відповідна найменшим витратам виробництва;
- 2) на основі аналізу цін конкурентів визначається середній рівень цін на страви та напої;
- 3) ціни, зумовлені попитом або кон'юктурою ринку, можуть коливатись від мінімальних до максимальних. Ціни змінюються в різні періоди життєвого циклу продукції.

Таким чином, асортимент продукції пропонується у вигляді основного меню, до якого додається винна карта. Саме меню поділене на декілька категорій.

В основному меню відвідувачам пропонується скуштувати від простої страви до вишуканої забаганки. Сюди входять: салати, холодні та гарячі закуски, перші страви, мучні страви, суші, піца, другі страви з м'яса(свинини, телятини, птиці), картопля на сковороді, лазанья, гарячі страви з риби, соуси, гарніри, десерти.

Із салатів, які пропонуються у ресторані найдешевшими є: Салат «Хіяши вакаме з горіховим соусом» (80гр.), коштує 40 грн., салат «Органік» (200 гр.) коштує 50 грн. Найдорожчим салатом у меню є салат «Мангеттен» з теплим вугрем та авокадо (200 гр.), який коштує 165 грн. Із холодних закусок найдешевшим є «Карпачо з буряка» (230гр.) коштує 59 грн. , найдорожчим є «Карпачо з лосося» (330 гр.) коштує 190 грн. (Рис. 2.1.).

Найдорожчим у меню другими стравами із м'яса є «Дошка New-York» (645 грн. – картопля по-селянськи, ковбаски гриль, ребра гриль, курячі крильця, маринована ялтинська цибуля, соус барбекю, хрін, французький соус). У стравах з риби пропонується «Форель річкова», «Філе лосося на шпинатній подушці», «Стейк з лосося» та «Скумбрія з овочами». Ціна за страви з риби варіюється від 150 до 400 грн.

Також меню має різноманітний вибір піци та суші.

Авторські піци мають 20 різних видів, від класичної «Маргарита» до фірмової піци «Нью-Йорк».

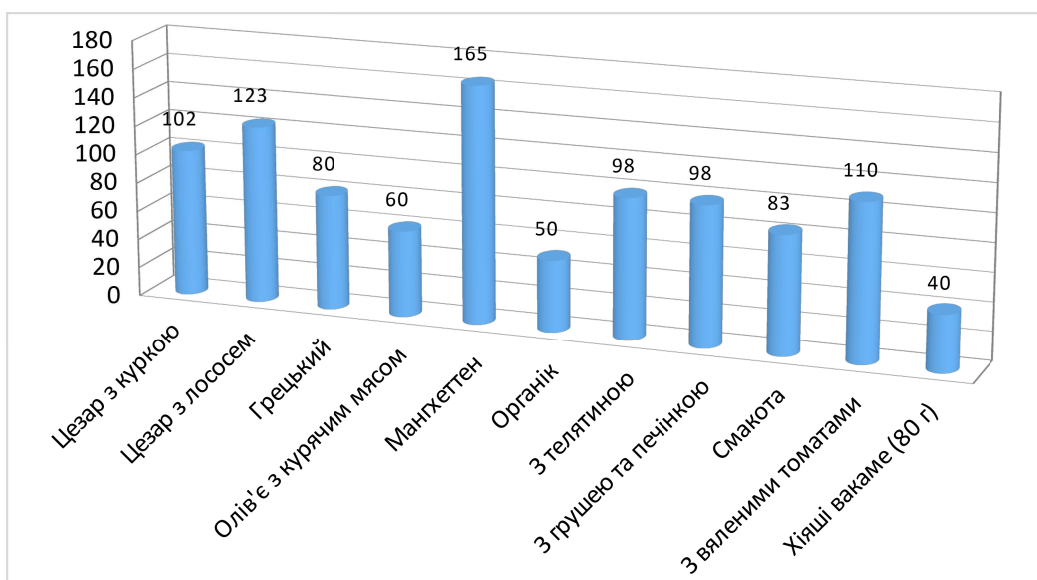


Рис. 2.1. Вартість салатів ресторану «New York Street Pizza»
(грн., січень, 2022 р).

Піца може бути двох розмірів – 30 см в діаметрі (500 г) та 50 см в діаметрі (1000 г.) (Рис.2.2.). Суші налічують 9 видів різних ролів: футомакі, хосомакі, сашимі, нігірі, філадельфія, каліфорнія, гарячі роли, дракони та фірмові роли NY. Також для великих компаній передбачено суші сети: Сет «NYSP»(2300 г., 11 позицій, ціна – 1300 грн.), (Додаток К); Сет «Мангеттен» (1700 г., 6 позицій, ціна – 750 грн.); Сет «Самурай» (920 г, 5 позицій, 500 грн.).

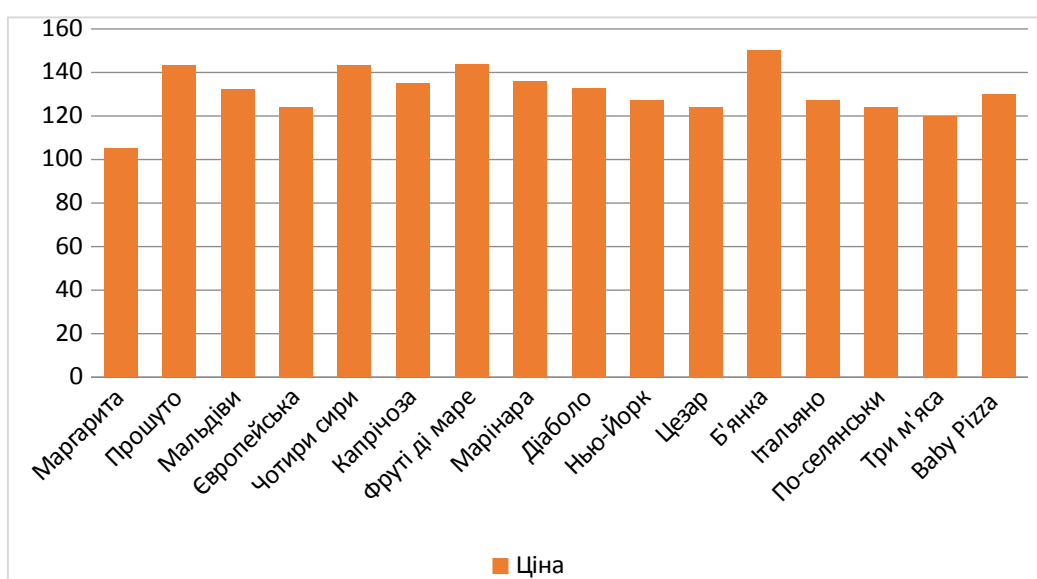


Рис. 2.2. Вартість піци ресторану «New York Street Pizza» (500 г)

Лазанї представлені у трьох видах: з м'ясним фаршем, з курячим м'ясом та з овочами

Барна частина меню ресторану «New York Street Pizza» різноманітна та включає:

- безалкогольні напої – холодні напої, сік, фреш, смузі та мілкшейк;
- алкогольні напої – пиво, ігристі вина, вина різних країн (України, Грузії, Чілі, Італії, Португалії, Франції), горілка, віскі, коньяк, текіла, бренді, вермут, джин, ром, лікери та настоянки;
- безалкогольні та алкогольні коктейлі;
- кава та чай.

Порція еспресо коштує 25 грн., це середня ціна для ресторанів міста Рівне. Ресторан має великий різновид чаїв: заварний чай (чорний, зелений, трав'яний, фруктовий, дика вишня) – 350 мл. та запашні чаї на основі різних фруктів(апельсиновий з прянощами, фруктовий, імбирний з лимоном, обліпиховий з медом, барбарисовий) – 1 л.

Із алкогольних напоїв, які представлені в меню ресторану «New York Street Pizza» найдорожчими у різних категоріях є:

Португальське червоне солодке кріплене «Доус Файн Рубі Порт» (660 грн.), ігристе вино, брют «Просекко Тревізо, Масоттіна» (470 грн.); горілка «Фінляндія Оригінал» (49 грн. – 50мл); віскі «Томатін Легасі 8Р» (115грн. – 50мл.); коньяк «Мартель VS» (118грн. – 50мл); текіла «Ольмека Голд » та «Дестіладор Сільвер» (77грн. – 50мл); бренді «Метакса» (72грн. – 50мл); вермут «Мартіні Б'янка» (40грн. – 50мл); джин «Гордонс» (66грн. – 50мл); ром «Капітан Морган Спайсд Голд» та «Капітан Морган Ямайка» (68грн. – 50мл); лікер «Бейліз» (79грн. – 50мл). (Рис. 2.3.)

Таблиця 2.3.

Вартість алкогольних напоїв

Горілка	Ціна (грн)	Віскі	Ціна (грн)	Лікери та настоянки	Ціна (грн)
Фінляндія Оригінал	49	Томатін Легасі 8Р	115	Бехеровка	52
Дістіл 9	35	Чівас Рігал 12Р	115	Бейліз	79
Перша Гільдія Поважна	27	Джемісон 6Р	87	Старий Талін	62
Грін Дей	24	Беллс Оріджинал	60	Самбука	62
Грін Дей Еволюшн	25			Егермейстр	65
Козацька Рада	24			Гербал №9	35
Козацька Рада Перцева	24				
Коньяк	Ціна (грн)	Ром	Ціна (грн)	Текіла	Ціна (грн)
Мартель VS	118	Капітан Морган Спасд Голд	68	Ольмека Голд	77
Старий Кахеті	55	Капітан Морган Ямайка	68	Дестіладор Сільвер	77
Клінков	52				
Аріне	71				
Бренді	Ціна (грн)	Джин	Ціна (грн)	Вермут	Ціна (грн)
Метакса	72	Гордонс	66	Мартіні Б'янко	40

З десертів пропонується найсмачніші солодоші: морозиво, сирники, панкейки, млинці з різноманітною начинкою, шоколадний фондан, тирамісу, пана-кота, крем брюле, торт п'яна вишня, чізкейк Нью Йорк, штрудель з яблуками. найдешевшим у меню є морозиво (37 грн.), найдорожчим – штрудель з яблуками (88грн.).

Також є пісні страви: пісний борщ, салати «Органік» та «Смакота», «Хіяши Вакаме з горіховим соусом» крем-суп із сочевиці, крем-суп із шпинату, вівсянка з пасерованими яблуками, місо, вегетеріанська піца (Додаток Л).

Нами проаналізовано структуру доставки та самовивозу замовлень у ресторані «New York Street Pizza» у певні дати 2021 та 2022 календарного року вибірково. Переважає самовивіз замовлених страв. У наведені дні, щоденно замовлення «беруть з собою» від 13 до 40 осіб. Послугою «доставка» від ресторану «New York Street Pizza» у зазначенні дні 2021-2022 рр. скористалися від 7 до 30 осіб. Заклад має свою систему знижок, яка діє по всіх закладах «New York Street Pizza» у багатьох містах України. Карту на знижку можна отримати, після замовлення на суму 2500 грн. Та заповнити анкету для отримання карти на знижку –10%. [38]

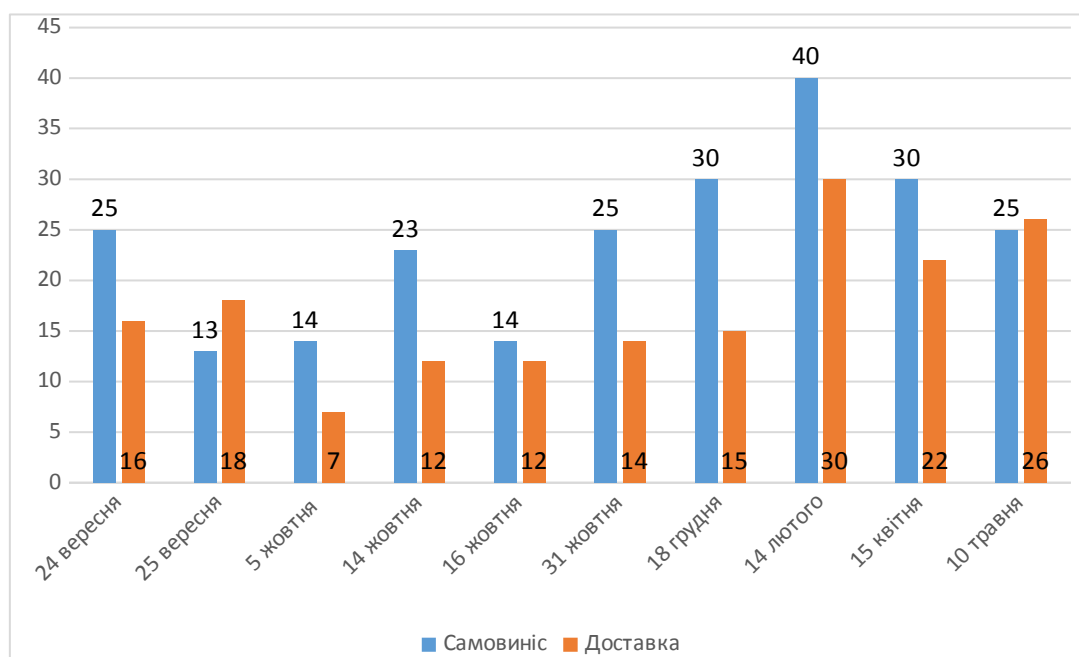


Рис. 2. Структура доставки та самовивозу замовлень у ресторані «New York Street Pizza» протягом дня (2021-2022 рр.)

Середній чек в ресторані «New York Street Pizza» складає 300-400 грн. Крім того, враховуючи попит ринку ресторан «New York Street Pizza» працює як на доставку, так і самовивіз для зручності та безпеки клієнтів у період пандемії. Якщо сума замовлення складає більше 350 грн, тоді доставка безкоштовна, якщо до 350грн, тоді доставка коштує 35грн по місту.

Загалом ресторан «New York Street Pizza» у місті Рівне орієнтується на відвідувачів з середнім рівнем доходу. Цінова політика достатньо гнучка і поєднує в собі можливості для задоволення вимогливого смаку будь-якої категорії відвідувачів.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2

У другому розділі здійснено характеристику закладу ресторанного господарства «New York Street Pizza». Ресторан «New York Street Pizza» – один із мережі закладів європейської кухні, з елементами італійської, азіатської та української, що знаходиться у м. Рівне.

Розглянуто особливості підготовки та організації обслуговування учасників заходів у ресторані «New York Street Pizza». У закладі здійснюють обслуговування прийомів, ювілеїв та інших торжеств, організовуючи бенкети з повним обслуговуванням офіціантами. Описано внутрішній інтер'єр закладу. Визначено найважливіші складові частини ресторанного закладу, а саме: вхідна частина, торговий зал, бар, сервісне та посудомийне відділення, туалетні кімнати, кімната для прасування та зберігання столової білизни, виробничі та побутові приміщення.

Детально розглянуто меню, винну карту та додатки до меню.

Проаналізовано формування цінової політики в ресторані «New York Street Pizza». Цілеспрямована цінова політика полягає в наступному: треба встановлювати на свої послуги такі ціни і так змінювати їх залежно від ситуації на ринку, щоб опанувати певною часткою ринку, отримати бажаний обсяг прибутку. Ціни змінюються в різні періоди життєвого циклу продукції.

Нами проаналізовано структуру доставки та самовивозу замовлень у ресторані «New York Street Pizza» у певні дати 2021 та 2022 календарного року вибірково. Загалом заклад «New York Street Pizza» у місті Рівне орієнтується на відвідувачів з середнім рівнем доходу. Цінова політика достатньо гнучка і поєднує в собі можливості для задоволення вимогливого смаку будь-якої категорії відвідувачів.

Таким чином, розкрито особливості харчування, обслуговування та основні моменти цінової політики в ресторані «New York Street Pizza».

РОЗДІЛ 3

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ЗАКЛАДУ

3.1. SWOT-аналіз ресторану «New York Street Pizza»

З метою визначення проблем та перспективи розвитку гастрономічного закладу доцільно застосувати метод SWOT-аналізу, який допоможе визначити сильні та слабкі сторони у роботі уже існуючого ресторанного закладу.

SWOT-аналіз дозволяє підприємству вивчити існуючі на ринку можливості й зважити свої здатності з їхнього використання. Також при цьому вивчаються загрози, здатні підірвати позиції підприємства. Сильні і слабкі сторони розглядаються з позиції покупців, що підводить реальну основу під рішення про розподіл ресурсів і допомагає підприємству дістати максимум користі з наявних у неї можливостей. SWOT-аналіз дозволяє визначити, які кроки можуть бути зроблені для подальшого розвитку підприємства, а також які проблеми необхідно терміново вирішити [36].

Переваги та недоліки, загрози та можливості у роботі ресторану «New York Street Pizza» на основі власного досвіду подано у таблиці 3.1.

Відповідно до таких параметрів як організація, виробництво, фінанси, інновації, маркетинг та інші, тенденції у розвитку гастрономічного закладу ресторанного типу нами визначено через функції та дисфункції у його діяльності.

Тенденції розвитку ресторану «New York Street Pizza» як гастрономічного закладу систематизовано у таблиці 3.2.

Таблиця 3.1.

SWOT-аналіз ресторану «New York Street Pizza»

Переваги	Недоліки
<ul style="list-style-type: none"> - Велика база постійних клієнтів - Дружелюбний та професійний персонал - Оригінальний інтер'єр - Швидкість приготування страв - Зручне розташування закладу - Постійне оновлення меню - Доставка та самовиніс - Літня тераса - Бізнес-ланчі - Інтернет-сайт та онлайн-замовлення - Привілеї на харчування персоналу - Гнучка схема оплати послуг - Наявність надійних партнерів - Великий досвід роботи - Підвищення кваліфікації персоналу 	<ul style="list-style-type: none"> - Високі ціни - Багато пунктів меню - Низька заробітна плата - Незмінний інтер'єр - Відсутність дитячої кімнати - Невелика парковка - Незручний графік роботи для персоналу (з раннього ранку до пізнього вечора) - Збої у постачанні
Можливості	Загрози
<ul style="list-style-type: none"> - Розвиток додаткових послуг - Збільшення реклами - Розвиток інформаційної галузі - Залучення нових відвідувачів - Нові канали реклами - Збільшення прибутку 	<ul style="list-style-type: none"> - Збільшення конкурентів на ринку - Проблеми з постачальниками - Збільшення податків - Плинність персоналу через невисоку заробітну плату - Підвищення закупівельних цін на напівфабрикати та продукти для ресторану

Таблиця 3.2.

**Тенденції розвитку ресторану «New York Street Pizza» як
гастрономічного закладу**

№ з/п	Параметр оцінки	Сильні сторони	Слабкі сторони
1	<i>Організація</i>	1. Високий рівень кваліфікації співробітників та керівників, які мають вищу освіту і досвід роботи в даній сфері. Підготовка кадрів. 2. Високий рівень обслуговування.	Невисока оперативність при прийнятті рішень всіма учасниками ділового партнерства.
2	<i>Виробництво</i>	1. Висока якість сировини і високоякісне обладнання. 2. Продукція високої якості, надійні канали постачання сировини і матеріалів..	-
3	<i>Фінанси</i>	Акумуляування власними і взятими в борг фінансовими ресурсами, передбачається високий прибуток.	Виплати по кредитах.
4	<i>Інновації</i>	Висока якість страв приготовлених за оригінальною рецептурою.	Можливість не сприйняття споживачами нового продукту
5	<i>Маркетинг</i>	Зручне місце розташування.	Відсутність постійних клієнтів
6	<i>Конкуренція</i>	Є всі можливості для завоювання значної кількості споживачів	Поява конкурентів
7	<i>Збут</i>	Розширення асортименту,	Погане сприйняття

		постійні постачальники, залучення інвесторів	продукту споживачем
8	<i>Попит</i>	Завоювання ринку	Зміна і зменшення споживчого попиту
9	<i>Економічні фактори</i>	Підвищення рівня доходу населення і як наслідок збільшення грошових потоків	Підвищення рівня цін через інфляцію і підвищення податку. Зниження загального рівня купівельної спроможності.
10	<i>Науково-технічні</i>	Удосконалення технологій і за рахунок цього зменшення витрат на виробництво	Змінна обладнання через нові удосконалені види
11	<i>Демографічні</i>	Збільшення кількості постійних клієнтів з високим рівнем доходу. Збільшення кількості клієнтів за рахунок впровадження нового продукту. Збільшення кількості іноземних гостей.	Збільшення кількості населення, які не користуються послугами ресторанного господарства (люди похилого віку (50 і вище років) і діти (до 17 років)).
12	<i>Політичні та правові</i>	Збільшення кількості іноземних туристів в даному закладі за рахунок політичної стабільності в країні	Збільшення кількості правопорушень (побої в закладі, нанесення збитків закладу без компенсації), корупція в правозахисних органах
13	<i>Соціально-культурні</i>	Перетворення кавярень в соціокультурне явище і збільшення кількості споживачів, які хочуть культурно відпочити	
14	<i>Природно-кліматичні та екологічні фактори</i>	Збільшення днів з гарною погодою сприяє збільшенню відвідувачів закладу	Зростання цін на закупівлю продукції при поганому урожаї, якому сприяли погані природні умови

3.2. Підвищення якості обслуговування у ресторані

«New York Street Pizza »

Для сучасних гастрономічних закладів важливим є забезпечення належного рівня сервісу послуг під час обслуговування споживачів, оскільки сьогодні дана проблема є актуальною для багатьох сервісних організацій. Це пов'язано з тим, що у галузі ресторанного господарства відбуваються значні зміни: розвиваються сучасні форми обслуговування, стають популярними європейські стандарти й технології, а також постійно зростають вимоги до рівня сервісу обслуговування споживачів у закладах ресторанного господарства.[40]

Відповідно обслуговування у таких закладах обов'язково виконується офіціантами, з попереднім чітким дотриманням стильової єдності сервірування столів та забезпеченням рівня сервісу: «добрий», «вищий від доброго», «відмінний». Проте недосконала диференціація характеристик та ознак відповідно до регламентованих рівнів сервісу унеможливорює об'єктивне встановлення рівня сервісу в конкретному закладі та критерії його регулювання. Обслуговування – сукупність операцій, які виконує персонал з обслуговування у безпосередньому контакті зі споживачами під час реалізації кулінарної продукції та організації відпочинку. Дослідження структури системи обслуговування передбачає виокремлення сукупності усіх структурних елементів (процесів) обслуговування у повно сервісних закладах, з відповідними вхідними та вихідними даними, що дає змогу формувати механізми управління системою обслуговування [5].

Основним способом дослідження об'єктів певної системи є моделювання. Метою моделювання є використання математичних методів для удосконалення системи обслуговування у повносервісних закладах, що забезпечить високий рівень сервісу, який передбачає відповідний рівень культури обслуговування, вираження ідейної цілісності (образу) закладу підсиленням ознак індивідуальності та спеціалізації, надаючи цим йому конкурентних переваг

серед однотипної групи..

Моделювання має наступні позитивні аспекти в удосконаленні організації обслуговування [9]:

- орієнтоване на сучасні умови діяльності закладів, крім цього, не має аналогів у своїх принципах, існуючі напрямки спрямовані на розширення асортименту продукції, задоволення потреб різних контингентів споживачів ;

- у ході реалізації передбачає одержання результатів оцінювання якості всіх елементів системи обслуговування, а також її інтегральної оцінки якості;

- дає змогу забезпечувати однотипним закладам найвищий рівень сервісу, розвивати своєрідні відмінності в обслуговуванні, що є важливим чинником в умовах жорсткої конкуренції, яка здебільшого в групі однотипних закладів зводиться до регульованої цінової тактики.

Одним із можливих варіантів удосконалення організації обслуговування є проведення маркетингових досліджень, що, в свою чергу, передбачає повне вивчення попиту споживачів; проведення гнучкої політики ціноутворення; вибір найбільш ефективних методів реалізації; використання різних заходів стимулювання продаж та підвищення ефективності реклами. Це – перелік заходів, які реально спроможні покращити становище підприємства на ринку, підвищити його ефективність. Застосування всіх цих заходів викликане вимогами сучасних ринкових умов [42].

Удосконалити організацію обслуговування споживачів в закладі ресторанного господарства може допомогти система стандартів обслуговування (табл. 3.3).

Обов'язкова сертифікація послуг ресторанного господарства здійснюється на відповідність вимогам безпеки життя і здоров'я споживачів, охорони навколишнього середовища, встановленим в законодавчих актах, державних стандартах, санітарних правилах і нормах, будівельних нормах і правилах, а також правилах виробництва та реалізації продукції та послуг ресторанного господарства.

Таблиця 3.3.

Організацію обслуговування споживачів в закладі ресторанного господарства [6]

№ з/п	Показник	Характеристика
1	Стандартизація роботи персоналу	Детальний опис того, що, як і в яких ситуаціях повинен робити персонал ресторану. Стандарти обслуговування спочатку розробляються для того, щоб їх було зручно використовувати в процесі контролю сервісу, мотивації і навчання персоналу надалі. При цьому всі стандарти сервісу повинні бути об'єктивними, вимірюваними, зрозумілими та відповідати очікуванням споживачів
2	Навчання кадрів	Персонал повинен знати продукцію ресторану та правила роботи з клієнтом; тренінги і семінари такої спрямованості необхідно проводити систематично
3	Контроль	Перевіряючий у ролі звичайного клієнта відвідує заклад ресторанного господарства та оцінює якість продукції, роботу співробітників, швидкість обслуговування і т.д. Результати контролю можуть бути успішно інтегровані в систему мотивації співробітників
4	Мотивація співробітників	Система мотивації повинна використовувати інструменти матеріальної і нематеріальної зацікавленості співробітників і погоджувати ефективність його роботи з винагородою (кращий продавець, кращий ресторан і т.д.)
5	Якість виконання стандартів обслуговування	Переконання співробітників, що якість обслуговування – це те, що дійсно потрібно закладу, тобто гідно забезпечувати людям гідний сервіс. Усі заохочення, події, пов'язані з роботою компанії над якістю обслуговування, повинні висвітлюватися на зборах, у листах, внутрішніх газетах, сайті закладу і по можливості у зовнішніх ЗМІ

При цьому перевіряються характеристики (показники) послуг, умови обслуговування і використовуються методи, що дозволяють: повно й достовірно підтвердити відповідність послуг вимогам, що забезпечує безпеку для життя і здоров'я громадян, навколишнього середовища; провести ідентифікацію послуг, у тому числі кулінарної продукції [41].

Останнім часом був виділений такий важливий фактор в удосконаленні організації обслуговування споживачів в ресторанах, як гостинність.

Індустрія гостинності являє собою широкий спектр підприємств, такі як готелі, ресторани, туристські агентства. Усі ці підприємства мають між собою дещо загальне – їхній «продукт» – це комплекс фізичних, соціальних і емоційних компонентів. Продукт ресторану значно ширше, ніж просто їжа на тарілці. Сюди необхідно включити фізичну атмосферу, чистоту і відчуття компетентності і турботи з боку обслуговуючого персоналу. Ресторан повинний бути більше, ніж супермаркет приготовлених страв. Сучасний ресторан повинен пропонувати своїм споживачам не просто їжу. Це святилище фізичного і щиросердечного спокою, відпочинку за вечерею чи сніданком. Кожен сегмент індустрії гостинності надає продукт, що сприймається в комплексі з різними елементами .

Гостинність – елемент будь-якого турботливого обслуговування, а особливо ресторанів, під час обслуговування святкових заходів. [24]

Гостинність у відносинах із клієнтами було забуто багатьма і виявилось одним із утрачених мистецтв. Пояснення цьому шукають у поведженні персоналу, ігноруванні потреб клієнтів чи надмірній зацікавленості керівництва в одержанні прибутку. Перелік подібних «причин» нескінченний. Зовнішня очевидність такої омани привела до скорочення до мінімуму всіх контактів клієнтів з персоналом. Стратегія здавалася простою: якщо гості скаржаться на відсутність люб'язності з боку персоналу, потрібно скоротити персонал. Так почалася ера самообслуговування, викликана до життя тенденцією заміни персоналу машинами. Завдяки новим технологіям з'явилася можливість швидко нагодувати тисячі людей, у лічені хвилини одержати статистичні дані про ціну

продуктів і рівень завантаження, у найкоротший термін зробити бронювання в будь-якому готелі світу, законсервувати будь-яку величезну кількість продуктів і зробити багато чого іншого, що ще кілька років назад було присутнє лише в ідеях фантастів.

Варто відмітити, що в умовах індустрії гостинності захопленість технологічними нововведеннями привела до переконання, що всі контакти між клієнтами й обслуговуючим персоналом варто було б звести до мінімуму, оскільки це раз і назавжди вирішило б і проблему ввічливості, і гостинності [37].

На щастя, клієнти не прийняли цю тенденцію, і в даний час є багато доказів того, що індустрія харчування переглядає свої позиції в даному питанні. Гостинність не тільки не вмерла, але, навпаки, стає новим символом.

Важко дати повне і точне визначення гостинного поведження, але кожний з нас відразу може помітити, коли воно відсутнє. Гостинність важко вимірити чи включити в навчальні програми. Це якість обслуговування, а не рівень підготовки чи досвід, якому можна навчитися. Не можна сказати, однак, що навчання тут не є важливим. Належне навчання дає робітнику навички, необхідні для створення умов, при яких може проявитися гостинність. Наприклад, добре підготовлений офіціант «озброєний» знаннями про кожен страву, включену в меню, і може послужливо запропонувати гостю різні варіанти. Однак знання працівником характеру і звичок своїх гостей - це ще не гостинність, але воно дає сприятливі можливості для її прояву [23].

Навчання персоналу повинно включати вивчення особливостей гостей, що користуються послугами даного підприємства. Офіціант напевно виявить до них більше турботи, якщо буде знати, що гості, що прибувають сьогодні ввечері, уже виїхали з будинку і знаходяться в дорозі вісім годин. І що вони до такої міри будуть стомлені дорогою, що їм неодмінно буде потрібно уважне і турботливе обслуговування, оскільки вони будуть просто не в змозі витримати тривале обслуговування в часі.

Взаємозв'язок між навчанням і гостинністю, можливо, найкраще може

бути продемонстрований при спілкуванні. Спілкування, у якому була би можливість виявити гостинність і повагу, не може відбутися доти, поки офіціант не буде мати хоча б загального уявлення про мову народу, культурні особливості і традиції країни гостя. Щире бажання офіціанта бути корисним і гостинним ще недостатньо. Голосно і повільно сказаного «Чим можу бути корисний» недостатньо, якщо гість не володіє мовою і не розуміє сказаного.

Розвиток почуття привітності залежить і від форми навчання. Офіціант, що ніколи не бачив вечері при свічках, омарів і страв французької кухні, навряд чи зрозуміє, чого від нього хочуть, коли гість побажає для себе відповідного обслуговування і обстановки. Добре підготовлений персонал може керуватися власними позитивними відчуттями і легко усувати виникаючі проблеми, оскільки самі були в подібних ситуаціях. Можна сказати, що гостинність – це більш ніж запам'ятовування фактів і виконання кваліфікованої роботи. Подобається це чи ні, гостинність вимагає часу і має потребу в колективному співробітництві [30].

Сьогодні в Києві існує велика кількість підприємств ресторанного господарства, однак мало хто з них реалізує продукцію в повному обсязі свого виробництва і у відповідній якості, тому для ресторану «Колиба» буде раціональним надавати повний спектр своїх послуг та намагатися впроваджувати нові послуги.

Підвищення якості послуг необхідно розглядати з соціальної, технічної і економічної точок зору. Це знайшло своє відображення і у визначенні поняття «якість продукції».

Якість виконання послуги – це відповідність виробленого виробу або виконаної роботи вимогам стандартів, технічним умовам, а також індивідуальним вимогам споживача. Оптимальним значенням показника якості послуг є те, при якому досягається найбільший корисний ефект від споживання послуг при заданих витратах на її створення та споживання [30]

Якість послуг залежить від значної кількості факторів. Саме цих факторів необхідно дотримуватися ресторану «New York Street Pizza», щоб досягти

помітного ефекту [37];

- технічні фактори, до яких належать конструкція, схема послідовного зв'язку елементів, система резервування, схемні вирішення, технологія виготовлення, засоби технічного обслуговування і ремонту, технічний рівень бази проектування, виготовлення та ін.;

- організаційні фактори – це розподіл праці, спеціалізація, форми організації виробничих процесів, ритмічність виробництва, форми і методи контролю, форми і способи транспортування, зберігання, експлуатації та ін.;

- до економічних факторів належать: ціна, собівартість, форми і рівень зарплати, рівень витрат на технічне обслуговування і ремонт, ступінь підвищення продуктивності суспільної праці та ін.;

- суб'єктивні фактори. В забезпеченні якості продукції значну роль відіграє людина з професійною підготовкою, фізіологічними й психологічними особливостями, які по-різному впливають на перелічені вище фактори.

Щодо організації обслуговування в ресторані «New York Street Pizza», необхідно відмітити, що обслуговування відбувається на високому рівні і відповідає класу «вищий». Ресторан проводить маркетингові дослідження, які, в свою чергу, дозволяють йому орієнтуватися на потреби споживачів; проводити гнучку політику ціноутворення; вибрати найбільш ефективні методи реалізації; використовувати різні заходи стимулювання продаж та підвищувати ефективність реклами. Цей перелік заходів реально спроможний покращити становище підприємства на ринку та підвищити його ефективність.

Також для удосконалення обслуговування споживачів у ресторані «New York Street Pizza» використовується система стандартів обслуговування. Система включає в себе: стандартизацію роботи персоналу, навчання кадрів, контроль, систему мотивації, якість виконання стандартів обслуговування. Велику увагу керівництво і персонал ресторану приділяють гостинності.

Для удосконалення організації обслуговування в ресторані «New York Street Pizza», потрібно до переліку послуг, які надаються в ресторані додати наступні [9]:

- виготовлення страв із сировини замовника на підприємстві;
- послуга офіціанта з обслуговування на дому;
- доставка кулінарної продукції на робочі місця та додому;
- організація навчання кулінарної майстерності;
- продаж фірмових значків, сувенірів тощо;
- організація шведського столу;
- часткове обслуговування офіціантами (за бажанням замовника офіційно-ділового заходу).

Запропоновані нововведення щодо підвищення якості обслуговування і заходи направлені на виправлення недоліків у роботі обслуговуючого персоналу. Удосконалення організації обслуговування споживачів в ресторані «New York Street Pizza», а саме:

- 1) моделювання системи обслуговування;
- 2) проведення маркетингових досліджень і введення системи стандартів обслуговування;
- 3) використання гостинності, як «секретного елемента» обслуговування [39].

Передумовою планування поліпшення якості є мотивація, спричинена досягненням цілей закладу ресторанного господарства, впровадженням нових технологій виробництва продукції та послуг, появою нових потреб споживачів, посиленням державного регулювання нормативних обмежень тощо. Планування якості включає визначення того, які стандарти та базові показники якості застосовні до даного проекту і як домогтися відповідності.

Якщо якість послуг ресторанного господарства розглядати як сукупність властивостей, які дають змогу задовольнити конкретні потреби в певних умовах споживання, то поліпшення якості означає або більш повне задоволення потреб, тобто розширення кола задоволених потреб за одних і тих же (а іноді й більших) витрат, або зниження виробничих та експлуатаційних витрат на задоволення колишніх потреб. У будь-якому випадку це передбачає позитивний економічний ефект.

У процесі планування поліпшення якості мають бути сформовані та враховані базові показники, що виражатимуть об'єктивні особливості послуг і є важливим доповненням регламентованих вимог [25].

Контроль є невід'ємним складником забезпечення та поліпшення якості, дає змогу підтвердити виконання затверджених планів або встановити необхідні ступені коректування системи. З іншого боку, це й оперативний зворотний зв'язок зі споживачами послуг, що дає змогу контролювати та постійно вдосконалювати весь процес діяльності.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 3

Ресторанний бізнес є однією із тих галузей господарства країни, який значно постраждав від карантинних заходів під час світової пандемії COVID-19 та війни, на сьогодні гастрономія потребує трансформаційних змін та застосування нових методів і форм відвідування закладу, задля мінімізації можливості захворювання та безпеки відвідувачів.

Нами висвітлено оптимізацію розвитку ресторанної гастрономії. Окреслено перспективи розвитку закладу «New York Street Pizza».

Вважаємо, що ресторан має усі перспективи вийти на вищий рівень розвитку. На сьогодні, в умовах світової пандемії, в умовах війни, ресторанний бізнес «страждає», але навіть в таких умовах, ресторан «New York Street Pizza» розвивається та покращує обслуговування та харчування гостей.

Здійснено SWOT-аналіз закладу ресторанного господарства. Визначено переваги, можливості, а також слабкі сторони у роботі ресторану «New York Street Pizza». Важливим питанням сучасного гастрономічного ринку є питання впровадження інновацій та залучення інвестицій у розвиток ресторанного господарства.

Було запропоновано нововведення щодо підвищення якості обслуговування і заходи направлені на виправлення недоліків у роботі обслуговуючого персоналу, та описано удосконалення організації обслуговування споживачів в ресторані «New York Street Pizza».

Узагальнено тенденції розвитку ресторану «New York Street Pizza» як гастрономічного закладу.

ВИСНОВКИ

Розкрито теоретико-методологічні засади вивчення підприємства ресторанного господарства як об'єкту гастрономічного туризму.

Гастрономічний туризм розглядаємо як спеціалізований вид туризму, що передбачає ознайомлення з кулінарними традиціями та дегустацію страв та напоїв. Даний вид туризму дозволяє подорожуючим ознайомитися зі звичаями, традиціями та культурою різних народів через споживання їх національної їжі. Гастрономія є обов'язковою складовою при організації туристичних подорожей.

Висвітлено сутність понять «ресторанне господарство», «ресторан». Подані класифікації закладів ресторанного господарства за видами економічної діяльності. Систематизовано класифікацію закладів ресторанного господарства за ознакою комплексу продукції та послуг, відповідно до якої ресторани заклади поділяють на основні, спеціалізовані та комбіновані.

Наведено результати дослідження вимог до послуг сфери гостинності. Описано методiku оцінки якості послуг у закладах ресторанного господарства. Основні методи оцінювання якості продукції затверджені стандартом. Процедура оцінювання якості продукції та послуг передбачає встановлення номенклатури показників, визначення значень цих показників та порівняння їх із базовими. Іншими словами, оцінка якості продукту (продукції, послуг, процесів) є усвідомленням того, якою мірою ті або інші продукти праці можуть задовольняти певні потреби суспільства.

В умовах сьогодення ресторани підприємства виконують вагомі соціальні завдання, пов'язані, насамперед, із задоволенням життєвих потреб населення у послугах з організації харчування, відпочинку та дозвілля, тим самим сприяючи розвитку гастрономічного туризму в Україні.

Здійснено характеристику закладу ресторанного господарства «New York Street Pizza». Ресторан «New York Street Pizza» – один із мережі закладів європейської кухні, з елементами італійської, азіатської та української, що

знаходиться у м. Рівне. в районі Покровського собору, що підвищує туристичну атрактивність закладу.

Розглянуто особливості підготовки та організації обслуговування учасників заходів у ресторані «New York Street Pizza». У закладі здійснюють обслуговування прийомів, ювілеїв та інших торжеств, організовуючи бенкети з повним обслуговуванням офіціантами. Описано внутрішній інтер'єр закладу. Заклад побудований за індивідуальним проектом і має оригінальне архітектурно-планувальне рішення. Зручні під'їзні шляхи до входу в заклад, вся прилегла територія впорядкована, озеленена, добре обладнана, ввечері штучно освітлена. Є безкоштовний паркінг для легкових автомобілів відвідувачів, який розташовано поряд із закладом. Забезпечено комфортність внутрішнього і зовнішнього дизайну приміщень. Над входом до ресторану є вивіска з декоративними елементами оформлення в європейському стилі.

Визначено найважливіші складові частини ресторанного закладу, а саме: вхідна частина, торговий зал, бар, сервісне та посудомийне відділення, туалетні кімнати, кімната для прасування та зберігання столової білизни, виробничі та побутові приміщення.

Детально розглянуто меню, винну карту та додатки до меню. Меню страв у ресторані «New York Street Pizza» має універсальний характер і включає страви європейської, азіатської та української кухні, від салату «Органік» (50грн) до салату «Мангеттен» (165грн). Художнє оформлення меню ресторану «New York Street Pizza» ураховує те, що меню – це не просто перелік страв, а свого роду візитна картка, один з засобів реклами. Оскільки «New York Street Pizza» насичений різними культурами, в оформленні меню використовуються різні національні символики.

Проаналізовано формування цінової політики в ресторані «New York Street Pizza». Цілеспрямована цінова політика полягає в наступному: треба встановлювати на свої послуги такі ціни і так змінювати їх залежно від ситуації на ринку, щоб опанувати певною часткою ринку, отримати бажаний обсяг прибутку. Ціни змінюються в різні періоди життєвого циклу продукції.

Нами проаналізовано структуру доставки та самовивозу замовлень у ресторані «New York Street Pizza» у певні дати 2021 та 2022 календарного року вибірково. Загалом заклад «New York Street Pizza» у місті Рівне орієнтується на відвідувачів з середнім рівнем доходу. Цінова політика достатньо гнучка і поєднує в собі можливості для задоволення вимогливого смаку будь-якої категорії відвідувачів.

Розкрито особливості харчування, обслуговування та основні моменти цінової політики в ресторані «New York Street Pizza».

Ресторанний бізнес є однією із тих галузей господарства країни, який значно постраждав від карантинних заходів під час світової пандемії COVID-19 та війни, на сьогодні гастрономія потребує трансформаційних змін та застосування нових методів і форм відвідування закладу, задля мінімізації можливості захворювання та безпеки відвідувачів. Окреслено перспективи розвитку закладу «New York Street Pizza».

Вважаємо, що ресторан має усі перспективи вийти на вищий рівень розвитку. На сьогодні, в умовах світової пандемії, в умовах війни, ресторанний бізнес «страждає», але навіть в таких умовах, ресторан «New York Street Pizza» розвивається та покращує обслуговування та харчування гостей.

Здійснено SWOT-аналіз закладу ресторанного господарства. Визначено переваги, можливості, а також слабкі сторони у роботі ресторану «New York Street Pizza».

Запропоновано нововведення щодо підвищення якості обслуговування і заходи направлені на виправлення недоліків у роботі обслуговуючого персоналу, та описано удосконалення організації обслуговування споживачів в ресторані «New York Street Pizza». Узагальнено тенденції розвитку ресторану «New York Street Pizza» як гастрономічного закладу.

Загалом, ресторан «New York Street Pizza» – вдалий вибір для обслуговування і розміщування гостей, які проживають та відвідують місто Рівне.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Агафонова Л. Г., Агафонова О. Є. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: ціноутворення, конкуренція, державне регулювання. Навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. Київський ун-т туризму, економіки і права. Київ: Знання України, 2002. 352 с.
2. Архипов В.В. Організація ресторанного господарства: навч. посіб. К. : Центр учбової літератури, 2007. С. 167–170.
3. Архипов В.В., Русавська В.А. Організація обслуговування у закладах ресторанного господарства. Навч. пос. К: Центр учбової літератури, 2009. 342 с.
4. Басюк Д.І. Інноваційний розвиток гастрономічного туризму в Україні. Наукові праці НУХТ. 2012. №45. С.128-132.
5. Бородіна В. В. Ресторанно-готельний бізнес: Облік, податки, маркетинг, менеджмент. М.: Книжковий світ, 2005. 165 с.
6. Браун Г., Хернер К. Настільна книга офіціанта: Довідник: пер. з англ. РнД. : Фенікс, 2005. 320 с.
7. Бусигин А.П. Как организовать кулинарный туризм? Гостиничный и ресторанный бизнес. 2008. №2. С.74-76.
8. Вишнеvsька Г.Г. Потенціал кулінарних турів у контексті спеціалізованого туризму. Актуальні проблеми історії, теорії та практики художньої культури. 2013. Вип.31. С.112-118. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/vyshnevskya.htm (дата доступу: 21.01.2022).
9. Волкова І. В., Миропольський Я. І., Мумрікова Г. М. Ресторанний бізнес. М: Флінта, 2008. 184 с.
10. Доманцевич Р.І. Основи стандартизації, метрології та управління якістю. К.: Укоопосвіта, 2000. 219 с.
11. Драчева Е.Л., Христов Т.Т. Гастрономический туризм: современные тенденции и перспективы Рос. регионы: взгляд в будущее. 2015. №3. URL: https://tourlib.net/statti_tourism/dracheva.htm. (дата доступу: 19.01.2022).

12. Дудар Т.Г., Дудар В.Т. Формування ринку конкурентоспроможної агропродовольчої продукції: теорія, методика, перспективи: монографія. Тернопіль: Економічна думка, 2009. 246 с.
13. Дурович А.П. Маркетинг в туризмі. Мінськ: Нове знання, 2003. 496 с.
14. Железнев В. П. Організація свят. РнД.: Фенікс, 2004. 476 с.
15. Заклади ресторанного господарства. Класифікація. 10 ДСТУ 4281:2004. К: Держстандарт України. С. 11.
16. Іванова Л. О. Маркетинг готельного і ресторанного господарства: навч. посіб. Укоопспілка, Львів. комерц. акад. Львів : Вид-во Львів. комерц. акад., 2012. 215 с.
17. Карпенко В.Д. А.Л. Рогова, В.Г. Шкарупа, О.І. Положишникова Організація виробництва і обслуговування на підприємствах громадського харчування. К.: НМЦ Укоопосвіта, 2003.248 с.
18. Карпенко В.Д. Рогова А.Л., Шкарупа В.Г., Положишникова О.І. Організація виробництва і обслуговування на підприємствах громадського харчування К.: НМЦ Укоопосвіта, 2003.248 с.
19. Класифікація закладів ресторанного господарства. URL: https://pidru4niki.com/10561127/turizm/klasifikatsiya_zakladiv_restorannogo_gospodarstva#85 (дата доступу: 20.12.2021).
20. Кляп М.П. Шандор Ф.Ф. Сучасні різновиди туризму, К.: Вища освіта ХХІ століття, 2011. 334 с.
21. Ковешніков В.С Гармаш В.В. Винний та гастрономічний туризм: важливий потенціал розвитку економіки Інвестиції: практика та досвід. 2017. №4. С.32-37.
22. Концепція «Рівненщина туристична. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-tourism/3034639-rivnensina-turistica-mae-onovlenu-konserciiu.html> (дата доступу: 01.04.2022).
23. Кримська В. А., Балашов В. В. Довідник офіціанта. М.: Економіка, 2006. 55 с.

24. Кукліна Т.С. Гастрономічний туризм на туристичному ринку України URL: https://tourlib.net/statti_ukr/kuklina.htm. (дата доступу: 18.01.2022).
25. Куць В.Р. Методи оцінки рівня якості продукції. Вимірювальна техніка та метрологія. 2000. № 56. С. 130–133.
26. Лук'янов В.О., Мунін Г.Б. Організація готельно-ресторанного обслуговування: навч. посіб. Ін-т економіки та упр. - 2-ге вид., переробл. і допов. Київ: Кондор, 2012. 344 с.
27. Мальська М.П. Історія розвитку закладів ресторанного господарства. URL: <https://westudents.com.ua/glavy/93162-1-storya-rozvitku-zakladv-restorannogo-gospodarstva.html> (дата доступу: 15.01.2022).
28. Мальська М.П., Гаталяк О.М., Ганич Н.М. Ресторанна справа: технологія та організація обслуговування туристів (теорія та практика): підручник. К.: Центр учбової літератури, 2013. 304 с.
29. Мальська, М. П. Організація готельного обслуговування. URL: http://pidruchniki.com.ua/14170120/turizm/istoriya_stanovlennya_rozvit_sferi_gosti_nosti. (дата доступу: 01.02.2022).
30. Мостова Л.М., Новікова О.В. Організація обслуговування на підприємствах ресторанного господарства. Навчальний посібник. К.: Ліра-К, 2010. 308с.
31. Мостова, Л. М. Організація обслуговування на підприємствах ресторанного господарства. Навчальний посібник. 2-е вид. К.: Ліра-К, 2011. 388 с.
32. О. Черевко, Л. Крайнюк. Методи контролю якості харчової продукції. 2015. 215с.
33. Організація обслуговування у закладах ресторанного господарства: підручник; за ред. П'ятницької Н. О. – 2-ге вид. перероб. та допов. Київ: Центр учбової літератури, 2011. 584 с.
34. Основні підходи до класифікації закладів ресторанного господарства в різних країнах світу. URL:

https://studopedia.ru/7_150348_harakteristika-osnovnih-oznak-klasifikatsii-zakladiv-restorannogo-gospodarstva.html (дата доступу: 03.02.2022).

35. Офіційний сайт Міжнародної асоціації гастрономічного туризму. URL: <https://worldfoodtravel.org/> (дата доступу: 10.01.2022).

36. П'ятницька Н.О. Організація обслуговування в підприємствах ресторанного господарства: підручник. К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2005. С. 190–200.

37. Радченко Л. А. Обслуговування на підприємствах харчування. РнД.: Фенікс, 2004. 384 с.

38. Ресторан «New York Street Pizza» URL : <https://newyork.rivne.ua> (дата доступу 03.12.2021).

39. Рівненська обласна державна адміністрація. URL: <http://www.rv.gov.ua/sitenev/main/ua/5819.htm> (дата доступу: 05.03.2022).

40. Саламатіна С.Є. Стан та перспективи розвитку гастрономічного туризму на півдні Одещини. Наукові праці ОНАХТ. 2014. №46. С.325-329.

41. Стешенко Д.О., Парфіненко А.Ю. Гастрономічний туризм як чинник розвитку туристичної сфери України Туристичний бізнес: світові тенденції та національні пріоритети: Матеріали VI Міжнар. наук.-практ. конф. (9 листопада 2012 р.). Х.: ХНУ імені В.Н. Каразіна. С.239-241.

42. Трададенко Т. Верес К. Гастрономічний туризм: перспективні напрями. Наукові здобутки молоді - вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті: програма і матеріали 80 Міжнар. наук. конф. молодих учених, аспірантів і студентів (10-11 квітня 2014 р.). К.: НУХТ, 2014. Ч.3. С.563-564.

43. Федорченко В. Занимательное питание / В. Федорченко // Гостиничный и ресторанный бизнес. 2005. №2. С.86-89.

44. Шандор Ф.Ф. Сучасні різновиди туризму. Київ: Знання, 2013. 334 с.

45. Ядов В.А. Социологическое исследование: методология, программа, методы. М., 1995. С. 165–177.

46. Яроменко О. В. Романів О.Я. Регіон як інвентивна туристична дестинація. Регіональні геоєкологічні проблеми: сучасний стан та шляхи їх

вирішення: Збірник наукових праць Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції (м. Рівне, 20- 22 жовтня 2016 р.). Рівне, 2016. С. 142–145.

47. Яроменко О.В., Прокопюк Д.О. Класифікація засобів розміщення туристів. Materiały XVI Międzynarodowej naukowo-praktycznej konferencji, «Kluczowe aspekty naukowej działalności-2019», Volume 11, Przemysł: Nauka i studia. С.3–5.

ДОДАТКИ
Додаток А
«Фасад ресторану»



Додаток Б.1

Літній майданчик «New York Street Pizza»



Додаток Б.2

Літній майданчик «Проведення майстер-класу»



Додаток В.1
Центральний зал «New York Street Pizza»



Додаток В.2
Центральний зал



Додаток Г.1
«Зал на другому поверсі»



Додаток Г.2
«Зал на другому поверсі»



Додаток Д
Банкетна зала «New York Street Pizza»



Додаток Е
Бар ресторану «New York Street Pizza»



Додаток Ж

Меню ресторану «New York Street Pizza»



Додаток К

Суші-сет «NYSP»

