

ЗАКЛАД ВИЩОЇ ОСВІТИ
«УНІВЕРСИТЕТ КОРОЛЯ ДАНИЛА»
Факультет суспільних і прикладних наук
Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
для здобуття першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
на тему: «**Організація та технології обслуговування у закладах
ресторанного господарства при готелю «Марія Гарден»**»

за освітньо-професійною програмою
«**Менеджмент готельно-ресторанного бізнесу**»
спеціальності **241 Готельно-ресторанна справа**

Студентки 4 курсу ГРС-19 групи
Рудейко Юлії Олександрівни

(прізвище, ім'я, по батькові)

Керівник Дефутат М.М

к. г. н. доцент

* (посад, вчене звання, науковий ступінь, прізвище та ініціали)

Національна шкала 5

Кількість балів 20 оцінка: ECTS A

Члени комісії

Def
(підпис)

Deputat N. M
(прізвище та ініціали)

Def
(підпис)

Каліцька О.В.
(прізвище та ініціали)

Def
(підпис)

Малюковська О.П.
(прізвище та ініціали)

Def
(підпис)

Коринявська Т.А.
(прізвище та ініціали)

Def
(підпис)

Остаф'ячук Т.Т.
(прізвище та ініціали)

ЗАКЛАД ВИЩОЇ ОСВІТИ
«УНІВЕРСИТЕТ КОРОЛЯ ДАНИЛА»
Факультет суспільних і прикладних наук
Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи
Освітній ступінь: «бакалавр»
Спеціальність: 241 «Готельно-ресторанна справа»

ЗАТВЕРДЖУЮ

завідувач кафедри туризму та
готельно-ресторанної справи

Термеужа А. М.
« 8 » 02 2023 року

ІНДИВІДУАЛЬНЕ ЗАВДАННЯ СТУДЕНТУ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ

Руденко Юлії Олександрівни

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи «Організації та технології обслуговування у закладах
ресторанного господарства при готелі «Maria Garden»»

Керівник роботи Депутат М.М

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

Затверджені наказом закладу вищої освіти від 11.11.2023 року №155/1-НВ

2. Строк подання студентом роботи 25.05.2023 року

3. Зміст кваліфікаційної роботи (перелік питань, які потрібно розробити) _____

1. дослідити класифікацію підприємств харчування, культура обслуговування
на підприємствах харчування;

2. з'ясувати умови харчування та методи обслуговування, обслуговування у
готельних номерах;

3. охарактеризувати технології обслуговування у готельному комплексі;

4. проаналізувати ресторан у готелі «Maria Garden» міста Івано-Франківська;

5. провести порівняльну характеристику обслуговування ресторану готелю
«Maria Garden» з іншими готелями міста Івано-Франківська;

6. зробити аналіз технологій обслуговування у готелі «Maria Garden» міста
Івано-Франківська;

7. з'ясувати проблеми обслуговування у готелі «Maria Garden» міста Івано-
Франківська;

8. визначити напрямки удосконалення обслуговування у готелі «Maria Garden»
міста Івано-Франківська.

4. Дата видачі завдання 08.05. 2023 року

Календарний план виконання роботи

№ н/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строки виконання етапів роботи	Примітка
1	Визначення теми дипломної роботи	14 листопада	виконано
2	Затвердження теми	8 лютого	виконано
3	Визначення плану роботи на погодження з науковим керівником	14 березня	виконано
4	Підбір та аналіз літературних джерел з теми кваліфікаційної роботи	15 березня	виконано
5	Підбір методів проведення дослідження	березень	виконано
6	Написання розділу 1. Організація та технології обслуговування у готельному комплексі	березень	виконано
7	Написання розділу 2. Організація обслуговування ресторанів у готелі "Maria Garden" міста Івано-Франківськ	квітень	виконано
8	Написання розділу 3. Проблеми обслуговування у готелі "Maria Garden" міста Івано-Франківськ та шляхи її вирішення	травень	виконано
9	Підготовка текстового варіанту роботи для попереднього захисту роботи	25 травня	виконано
10	Обробка зауважень наукового керівника	31 травня	виконано
11	Представлення роботи для перевірки на академічну доброчесність	1 червня	виконано
12	Представлення оформленої роботи на кафедру	10 червня	виконано
13	Написання відгуку наукового керівника	12 червня	виконано
14	Рецензування кваліфікаційної роботи	15 червня	виконано
15	Підготовка доповіді та презентації до роботи	15-20 червня	виконано
16	Захист кваліфікаційної роботи на засіданні ДЕК	21 червня	виконано

Студент


(підпис)

Юлія РУДЕНКО

(прізвище та ініціали)

Науковий керівник


(підпис)

Микола ДЕПУТАТ

(прізвище та ініціали)

АНОТАЦІЯ

Метою дослідження є обслуговування у закладах ресторанного господарства в сучасних умовах.

В першому розділі розглянуто організацію та технології обслуговування у готельному комплексі.

В другому розділі розглянуто організацію обслуговування ресторанів у готелі «Maria Garden» міста Івано-Франківська.

В третьому розділі аналіз проблем обслуговування у готелі «Maria Garden» міста Івано-Франківська та шляхи їх використання.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: ГОТЕЛІ, ОБСЛУГОВУВАННЯ, КОМПЛЕКС, РЕСТОРАНИ.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1. ОРГАНІЗАЦІЯ ТА ТЕХНОЛОГІЇ ОБСЛУГОВУВАННЯ У ГОТЕЛЬНОМУ КОМПЛЕКСІ.....	7
1.1. Класифікація підприємств харчування, культура обслуговування на підприємствах харчування.....	7
1.2. Умови харчування та методи обслуговування, обслуговування у готельних номерах.....	14
1.3. Технології обслуговування у готельному комплексі.....	19
Висновки до розділу 1.....	25
РОЗДІЛ 2. ОРГАНІЗАЦІЯ ОБСЛУГОВУВАННЯ РЕСТОРАНІВ У ГОТЕЛІ «Maria Garden» МІСТА ІВАНО-ФРАНКІВСЬКА.....	27
2.1. Ресторан у готелі «Maria Garden» міста Івано-Франківська.....	27
2.2. Порівняльна характеристика обслуговування ресторану готелю «Maria Garden» з іншими готелями міста Івано-Франківська.....	31
2.3. Аналіз технологій обслуговування у готелі «Maria Garden» міста Івано-Франківська.....	37
Висновки до розділу 2.....	40
РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ ОБСЛУГОВУВАННЯ У ГОТЕЛІ «Maria Garden» МІСТА ІВАНО-ФРАНКІВСЬКА ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ.....	41
3.1. Проблеми обслуговування у готелі «Maria Garden» міста Івано-Франківська.....	41
3.2. Напрямки удосконалення обслуговування у готелі «Maria Garden» міста Івано-Франківська.....	47
Висновки до розділу 3.....	55
ВИСНОВКИ.....	56
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	59

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Успішний розвиток індустрії туризму робить вагомий внесок у ВВП кожної країни, дає можливість забезпечити зайнятість населення, сприяє поживленню соціально-економічного розвитку та зміцнює її рейтинг у контексті міжнародного співробітництва. Слід зазначити, що Україна посідає одне з провідних місць у Європі за цінними природними та історико-культурними ресурсами, здатними викликати значний туристичний інтерес у вітчизняних та іноземних мандрівників. Тому країна має всі умови, щоб бути в лідерах світового туризму.

З кожним роком зростає інтерес іноземних туристів до України, збільшується кількість як іноземних туристів, так і місцевих. Водночас Україна повільно, але впевнено збільшує різноманітність готельної індустрії. У результаті аналізу розміщення зазначених підприємств встановлено, що найбільша їх кількість розташована в курортних зонах та на територіях з багатою історичною спадщиною та розвиненою індустрією туризму.

З кожним роком в Україні зростає кількість готелів різного призначення, враховуючи різні можливості споживачів та сфери обслуговування, що значно підвищує конкуренцію. Це допоможе готелям боротися за виживання, розширити спектр послуг і підвищити їх якість. Підприємства готельно-туристичного комплексу надають споживачам комплекс послуг з відпочинку, харчування, екскурсій. Заклади ресторанного господарства представлені різними видами: ресторан, кафе, бар, буфет, кухня, закусочна, в яких використовуються різні форми обслуговування.

Існує ряд відмінностей між стандартами обслуговування, прийнятими в готельних ресторанах, і стандартами, прийнятими в незалежних ресторанах. Основні стандарти обслуговування в готельних ресторанах затверджуються на рівні керівництва готельної корпорації і поширюються на весь готель. Багато клієнтів ресторанів, що належать готелям, зацікавлені в однаковій якості обслуговування в усіх готелях або мережах (якщо готель є мережею).

Стандарти обслуговування стосуються набору процедур і щоденних операцій, які виконує персонал ресторану, щоб максимально задовольнити відвідувачів.

Зважаючи на процеси євроінтеграції України та нових конкурентів у сфері готельно-ресторанного бізнесу, як ніколи актуальним є дослідження організації та технології обслуговування в українських готелях ресторанного господарства в сучасних умовах.

Підґрунтям для подальшого дослідження корпоративної культури слугують праці українських та зарубіжних вчених: Міценко Н. Г. [21], Ляшук М.М. [16], Семенюк Л.В. [34], Сокол Т.Г. [36], П'ятницька Н.А. [29], Александрова С.А. [1] та інших.

Метою дослідження є дослідження обслуговування у закладах ресторанного господарства в сучасних умовах.

Для досягнення поставленої мети потрібно виконати такі **завдання**:

- дослідити класифікацію підприємств харчування, культура обслуговування на підприємствах харчування;
- з'ясувати умови харчування та методи обслуговування, обслуговування у готельних номерах;
- охарактеризувати технології обслуговування у готельному комплексі;
- проаналізувати ресторан у готелі «Maria Garden» міста Івано-Франківська
- провести порівняльну характеристику обслуговування ресторану готелю «Maria Garden» з іншими готелями міста Івано-Франківська
- зробити аналіз технологій обслуговування у готелі «Maria Garden» міста Івано-Франківська;
- з'ясувати проблеми обслуговування у готелі «Maria Garden» міста Івано-Франківська;
- визначити напрямки удосконалення обслуговування у готелі «Maria Garden» міста Івано-Франківська.

Об'єктом дослідження виступають суспільні відносин, які виникають під час організації та технології обслуговування у закладах ресторанного господарства при готелях.

Предметом дослідження є організація та технології обслуговування у закладах ресторанного господарства при готелях в сучасних умовах на прикладі готеля «Maria Garden» у місті Івано-Франківськ.

Методами дослідження стали діалектичний, порівняльно-правовий, історико-правовий, формально-логічний, системно-функціональний методи та інші методи. За допомогою історико-правового та діалектичного методів вдалося дослідити розвиток організації обслуговування у закладах ресторанного господарства.

Аналіз, наукове дослідження, вивчення теоретичних та практичних рекомендацій використовувалися стосовно вдосконалення обслуговування у закладах ресторанного господарства, формування таблиць та рисунків для більш наочного відображення результатів, які досліджувались в теоретичному аспекті; зіставлення та аналіз для визначення основних показників підприємства та наукове узагальнення заходів, які пропонуються.

Із застосуванням формально-логічного методу була опрацьована наукова література стосовно теми дослідження і аналізувалися праці вчених з проблем, пов'язаних з організацією та технологією обслуговування у закладах ресторанного господарства при готелях в сучасних умовах.

Наукова новизна випускної кваліфікаційної роботи полягає в комплексному дослідженні організації та технології обслуговування у закладах ресторанного господарства при готелях в сучасних умовах.

Практичне значення одержаних результатів полягає в тому, що їх зміст у багатьох аспектах доповнює наукові знання з вивчення окремих аспектів обслуговування у закладах ресторанного господарства при готелях в сучасних умовах. Зібраний матеріал і узагальнення можуть бути використані для підготовки аналітичних праць, при лекційних заняттях та спецкурсів у вищих навчальних закладах.

Структура випускної кваліфікаційної роботи обумовлена метою і предметом дослідження та авторським підходом до розгляду обраної теми. Випускна кваліфікаційна робота складається із вступу, трьох розділів, які включають в себе вісім підрозділів, висновків та пропозицій, списку використаних джерел. Повний обсяг роботи становить 65 сторінок, із яких основна частина роботи займає 50 сторінки. Список використаних джерел складається з 40 найменування.

РОЗДІЛ 1. ОРГАНІЗАЦІЯ ТА ТЕХНОЛОГІЇ ОБСЛУГОВУВАННЯ У ГОТЕЛЬНОМУ КОМПЛЕКСІ

1.1. Класифікація підприємств харчування, культура обслуговування на підприємствах харчування

Задоволення потреби людини в їжі є першорядною. Фактично, він задовольняє як всередині, так і за межами свого проживання. Робота підприємств громадського харчування спрямована на задоволення потреби в продуктах харчування поза місцем проживання. Сучасний розвиток національної економіки часто має соціальну спрямованість, яка полягає у створенні умов, що сприяють забезпеченню гідного життя та розвитку людини, а з іншого боку, вимагає якісних змін у цій сфері. Результати діяльності громадського харчування мають комплексний характер, дозволяють збільшити вільний час населення, звільнити його від домашніх справ, раціонально використовувати грошові доходи. Підприємства громадського харчування відіграють важливу роль у задоволенні потреб населення, а в інфраструктурній системі народного господарства розглядаються як суспільно організована форма задоволення потреб населення в готових продуктах харчування [16, с. 49-53].

Основним завданням громадського харчування є надання платних послуг населенню у формі громадського харчування. Громадське харчування є стабільним каналом для продуктів харчування, але за останні роки відбулися значні зміни у споживанні цих продуктів. Сучасне соціальне харчування змінюється відповідно до змін у виробництві, розподілі та споживанні продуктів харчування. Водночас спостерігаються негативні явища, зокрема, внаслідок зниження реальних доходів основної маси населення виникає структурно-асортиментний дисбаланс попиту та пропозиції, а також дисбаланси попиту. і платоспроможний попит [34].

У зв'язку з цим виникла необхідність дослідження сфери громадського харчування, яка б була адекватною соціально-ринковим умовам, розробити стратегію, яка є основою створення стратегії розвитку громадського харчування.

У наукових джерелах, як правило, виділяють два основні рівні розгляду проблеми розвитку громадського харчування: регіональний та діловий. Вони стверджують, що розвиток такої висококомерціалізованої галузі, як громадське харчування, визначається особливостями густоти розселення, соціально-демографічного складу населення та середнього рівня, головним з яких є регіональний. матеріальне забезпечення населення та інші. Тому оптимізацію структур управління цією системою слід проводити саме на рівні регіону [4].

Роль громадського харчування в національному господарстві визначається першочергово особливостями послуг, які продукуються ним. Послуги громадського харчування є маркетинговим багаторівневим продуктом. Саме такий підхід до послуги, викладений у межах атрибутивної теорії продукту Т. Левітта, згідно якої родовий продукт визначається як базові вміння, ознаки, характеристики і ресурси необхідні для участі у ринковому процесі, і представлений у вигляді ядра, що оточене трьома колами. Внутрішнє кільце, що оточує ядро (перший рівень) чи «очікуваний» споживачем продукт, означає мінімальне очікування клієнтів. Наступний рівень відповідає «розширеному продукту» і включає те, що може відрізнити даний продукт від його ринкових аналогів в частині додаткових переваг, що пов'язані з його придбанням і споживанням. По мірі звикання клієнтів до таких переваг, вони перестають розглядатися як додаткові і стають частиною очікуваного продукту. Останнє зовнішнє коло є потенційним продуктом, який складається із всього, що потенційно досягне і реалізується в перспективі для приваблювання та утримання клієнтів, на відмінну від розширеного продукту, який фіксує лише те, що було зроблено у цих цілях.

Центром моделі є не сам продукт, а вигода, яку отримає покупець після придбання товару. Так, наприклад, людина, відвідуючи престижний ресторан, задовольняє потребу підтримувати свій імідж, а клієнт системи швидкого харчування економить час. Служби громадського харчування виконують ряд важливих соціально-економічних завдань, таких як:

- задоволення об'єктивних потреб населення в готових продуктах харчування та послугах для їх суспільно організованого споживання;
- задоволення суб'єктивних соціокультурних потреб населення (спілкування, відпочинок, рекреація);
- покращення структури використання вільного часу споживачів;
- збільшення реальних доходів споживачів за рахунок раціоналізації структури витрат;
- підвищення реальних доходів малозабезпечених та соціально незахищених верств населення;
- економія часу мобільного економічно активного населення [31].

Послуги громадського харчування характеризуються загальними та спеціальними ознаками. Таким чином, загальне включає: нерозривність виробництва і споживання, непостійність ціннісних характеристик, непостійність, адресність і особисту участь споживача в процесі споживання послуги. Особливості включають різний розмір і характер послуг, що надаються за типами закладів громадського харчування; багатогранність форм надання послуг; надання багатьох видів послуг, що супроводжується зміною прав власності та зміною майнових відносин між споживачем і виробником; залежність результату не тільки від виробника, а й від споживача; надання послуг в умовах обмежених знань про об'єкт; суб'єктивний характер оцінки якості послуг; різноманітність і суперечливість у трактуванні поняття результативності послуги; тісний зв'язок комплексу та якості послуг із потребами населення. Крім того, послуги громадського харчування можна класифікувати за багатьма ознаками, а саме:

- призначення;

- функціональне наповнення послуги; - матеріальний склад;
- оплата;
- місце і терміни доставки; - за характером попиту;
- ступінь участі споживача в процесі обслуговування.

Звичайно, заходи громадського харчування відбуваються в ринкових умовах. Але з макро- чи національної точки зору економічна мета ринку громадського харчування полягає в тому, щоб забезпечити ефективне використання споживчих ресурсів для задоволення потреб суспільства. Реалізація цієї мети відбувається в результаті вивчення потреб суспільства (споживачів) у послугах і забезпечення їх різноманітності на ринку [23].

Рішення щодо розміщення обладнання та комунікацій залежать від типу об'єкта, оскільки кожна компанія має свої нюанси та особливості. Наприклад, залежно від конкретного типу підприємства та типу ресторанного господарства (нічний клуб, кав'ярня або бар у фітнес-клубі тощо, молодь, офісні працівники, сім'ї, дружні компанії тощо) вони мають кухню (японська, італійська, російська, українська тощо). Спосіб обслуговування, в свою чергу, впливає на кількість місць, пропоноване меню. Відповідність класу так званих додаткових показників комфортності, яким відповідають ресторани, клуби і бари, залежить від ряду аспектів: очікуваної середньої вартості чека (фінансових можливостей майбутніх гостей), майбутніх характеристик і переваг закладу (відкрита кухня, сцена, тераса, наявність плазмових екранів, спортивні програми, дитячі послуги, танцмайданчик, вітрина тощо).

На основі аналізу типів сучасних закладів харчування та критеріїв їх класифікацій згідно з національними та міжнародними стандартами, в роботі пропонується доповнити існуючу національну типологію закладів ресторанного господарства - міжнародною. Пропоновані типи закладів, можна класифікувати за такими характеристиками: різновиди ресторанного господарства, методи обслуговування, час обслуговування, клас (комфорт, рівень обслуговування, надання послуг) та групи ресторанного господарства.

За торгово-виробничою ознакою виділяють підприємства:

- заготівельні (цех з виробництва напівфабрикатів і комбінати шкільного харчування);

- доготовочні (мають власну кухню);
- роздаткові (столові без кухні);
- змішані (фабрики-кухні).

За видами послуг, що надаються:

- підприємства, що виробляють та реалізують продукцію для безпосереднього споживання (в тому числі з переважанням швидкого обслуговування);

- підприємства, крім виробництва та реалізації продукції, що мають умови для організації відпочинку відвідувачів.

За якістю послуг, що надаються і формам обслуговування:

- ресторани, кафе, бари, які забезпечують високий рівень обслуговування і надають широкий спектр послуг;

- загальнодоступні підприємства для широких верств населення (їдальні, закусочні, піріжкові і т.п.);

- підприємства громадського харчування закритого типу (їдальні та буфети при виробничих підприємствах, установах, навчальних закладах, що забезпечують мінімально необхідні потреби в готовій їжі для працівників (студентів, учнів) в основному в обідній час).

За ступенем індивідуалізації виробленої продукції:

- підприємства громадського харчування з колективно організованим харчуванням (столові лікарень, санаторіїв, дитячих установ та ін.);

- підприємства, що надають можливість індивідуального вибору продукції та послуг (ресторани, кафе і т.п.).

За організаційно-правовими формами діяльності:

- юридичні особи;
- фізичні особи-підприємці.

Таблиця 1.1 - Основні критерії формування простору підприємств громадського харчування

	Тип ресторанного господарства	Різновиди ресторанного господарства	Метод обслуговування	Час обслуговування	Клас (рівень обслуговування)	Групи ресторанного господарства
	Майданчик харчування. Мають загальну торговельну залу.	1. Фестиваль вуличної їжі. 2. Святковий захід. 3. Інше.	1. Самообслуговування. 2. Продаж через стійку.	1. Швидкого обслуговування.	1. Народне гуляння.	Продаж їжі і напоїв, як правило, призначених для споживання на місці, з розважальною програмою або без неї.
	Кафе. Заклад РГ із широким асортиментом страв нескладного готування, кондитерських виробів і напоїв.	1. Кав'ярня. 2. Таверна. 3. Кафе-бар. 4. Кафе-пекарня. 5. Чайний салон. 6. Інше.	1. Самообслуговування. 2. Офіціантами.	1. Середній.	1. Звичайний.	

Особливість послуг громадського харчування також полягає в тому, що вони досить тісно переплітаються з іншими сферами діяльності. Зокрема громадське харчування є невід'ємною частиною туристичного та готельного бізнесу, який передбачає наявність галузей різного класу з використанням різнопрофільних підприємств громадського харчування.

Важливою відмінною рисою громадського харчування є можливість забезпечення необхідних умов для забезпечення певного способу організації

харчування з допомогою трьох функцій: виробництва, реалізації та організації споживання, тісно пов'язаних між собою.

Первинною функцією послуг громадського харчування є забезпечення потреб в їжі, тобто задоволення фізіологічних потреб. У той же час громадське харчування дає можливість задовольняти потребу у відпочинку, спілкуванні і розвагах, різноманітності дозвілля.

У сучасному світі функції громадського харчування не обмежуються створенням умов для харчування та відпочинку, а поширюють свій вплив на багато сфер: охорону здоров'я (лікувальне та раціональне харчування), побут (кулінарна культура), рекреацію (культурно-розважальна програми), освіта і просвітництво, туризм і рекреація [29].

Соціальне харчування, крім того, виконує роль соціалізації особистості. Соціалізація через громадське харчування – це виконання таким соціальним інститутом, як система громадського харчування, певних функцій, пов'язаних із вирішенням різноманітних соціальних завдань суспільства та особистості [19]. Освіта громадського харчування, соціального захисту, відпочинку, спілкування тощо. Відповідно до розвитку суспільства функції громадського харчування як форми задоволення виключно фізіологічних потреб стають все більш гнучкими, різноманітними і поєднуються з новими функціями.

Можна сказати, що соціальна їжа виконує дві основні функції: по-перше, вона збільшує людину та її фізичні можливості; по-друге, соціалізація індивідів за допомогою різних систем громадського харчування [26].

Отже, громадське харчування - це галузь діяльності, яка включає виробництво та реалізацію готових харчових продуктів і напівфабрикатів та побутове обслуговування. З точки зору складу функцій громадського харчування цей вид робіт відрізняється від оптової та роздрібної торгівлі: включає виробничі функції: підготовку та обробку сировини, приготування напівфабрикатів і готових страв. Відповідно різним є і склад витрат підприємств громадського харчування. Послуги громадського харчування надають підприємства, що відрізняються номенклатурою продукції та

виробничою діяльністю, видами та якістю послуг, формами обслуговування, ступенем індивідуалізації продукції, що випускається, організаційно-правовими формами роботи. Індустрія громадського харчування впливає на інші сектори економіки, такі як охорона здоров'я, освіта, туризм, і є двигуном економічного та культурного розвитку, а її результати багатофакторні.

1.2. Умови харчування та методи обслуговування, обслуговування у готельних номерах

У даний час споживачі сфери послуг і гостинності порівнюють компанії на ринку в основному за якістю обслуговування, яка є інтегральною характеристикою, що включає ряд показників і стає основним фактором конкурентоспроможності компанії в індустрії гостинності і туризму.

Слід зазначити, що для якості послуги в першу чергу важливі такі характеристики, як невідчутність і невіддільність від джерела послуги. Таким чином, комунікаційний персонал, який безпосередньо взаємодіє з клієнтами, відіграє найважливішу роль у забезпеченні високої якості та формуванні задоволеності гостя [25, с. 40]. Якісний готельний сервіс забезпечує конкурентну перевагу готельного підприємства на ринку, припускаючи індивідуальне обслуговування гостей, а також аналіз їх мотивації.

Ресторани відіграють особливо важливу роль у процесі комплексного обслуговування туристів і мають специфічні характеристики, що дозволяє розглядати цей вид господарської діяльності як важливу складову індустрії туризму. Організація закладів ресторанного господарства в готельних підприємствах є другим основним видом діяльності більшості готелів після номерного фонду, яким часто займається значна частина працівників [1].

Обов'язковою умовою кваліфікованого обслуговування гостей у закладах готельного та ресторанного обслуговування є детальне знання спеціальних правил пропозиції та подачі різноманітних страв і напоїв, а також технічних навичок і способів їх обслуговування. Холодні закуски збуджують

апетит, тому вони повинні мати привабливий зовнішній вигляд. Всі працівники закладу харчування в готелі повинні керуватися певними правилами, спрямованими на створення відчуття максимального комфорту для гостя.

Серед загальних правил для персоналу виділимо найважливіші:

- працівник готелю завжди повинен бути готовий надати послугу клієнту не тоді, коли це зручно працівнику, а тоді, коли клієнт потребує цієї послуги;
- працівник повинен виявляти позитивне ставлення до клієнта: він повинен виявляти повагу, вести розмову в абсолютно ввічливому, доброзичливому тоні, ні в якому разі не підвищувати голос, якщо, наприклад, клієнт підходить в кінці, він не повинен висловлювати своє невдоволення. свій робочий день, зберігаючи спокій і всіляко демонструючи клієнту, що співробітник стурбований його проблемою;

- співробітник готелю повинен посміхатися і підтримувати позитивний зоровий контакт з клієнтом. Використовуйте під час спілкування з гостями відповідні фрази («доброго ранку», «звичайно, я з радістю це зроблю» тощо);

- необхідно ввічливо повідомити клієнта, навіть повідомити йому неприємну новину, наприклад, клієнту необхідно заплатити певну суму;

- жоден працівник готелю не має права сперечатися з гостем навіть з дрібниці; якщо замовник щось говорить співробітнику, він повинен максимально проявити бажання зрозуміти замовника, кивати головою, вводити слова «зрозумів», «добре», якщо він не розуміє побажання замовника, то задавати такі питання. «Якщо я вас правильно розумію, ви хочете...» [16].

Підприємства ресторанного господарства обслуговують різноманітний контингент відвідувачів - вітчизняних та іноземних туристів, організованих та індивідуальних туристів. Якість цих послуг залишає в пам'яті туриста найбільше враження, адже саме ці послуги задовольняють його основні щоденні потреби. Важливу роль відіграють етика обслуговування, умови харчування та методи обслуговування, у тому числі обслуговування номерів у готелі тощо [18].

Мета обслуговуючого персоналу - створити відкриту, доброзичливу атмосферу, тому, звертаючись до гостя на ім'я, кожен співробітник готелю може отримати його схвалення. Гості і співробітники повинні будувати свої відносини на основі взаємоповаги і бути рівноправними діловими партнерами. Кожен гість повинен мати можливість підійти до кожного працівника готелю зі своїми проблемами та питаннями, а їхні очікування повинні бути виправдані. Такий рівень сервісу є запорукою успіху та конкуренції на ринку готельних послуг. Про гостя завжди треба дбати. Кожен член команди готелю стає одним цілим з послугами, які надає готель.

Головним завданням відділу продуктів харчування виступає підтримка високої якості продуктів харчування та послуг.

В обов'язки ресторанного менеджера входить [12]:

- підтримання високої якості обслуговування;
- наймання та навчання персоналу;
- організація обслуговування у номерах, міні-барах;
- проведення маркетингових досліджень;
- надання директорів розрахунку бюджету та бізнес-прогнозу на наступний тиждень, місяць, рік.

Банкетний менеджер є найбільшим спеціалістом з ресторанного обслуговування. Він повинен розбиратися у всіх типах банкету та способах подачі закусок, страв та напоїв [13].

Робота менеджера з планування дій секції може виглядати наступним чином:

- замовити необхідну кількість обладнання, наприклад візки, підноси, посуд з кришками та спеціальними ковпаками для збереження температури подачі, столові приладдя;
- скласти графік роботи службовців, щоб уникнути крайнощів, що часто спостерігаються в готелях, коли люди або збиваються з ніг, або тиняються без діла. Складаючи графік, менеджер виділяє відповідне число обслуговуючого персоналу, виходячи з запланованого обсягу робіт.

В сучасний час у готелях світу присутній доволі широкий спектр способів щодо організації харчування та обслуговування постояльців [14]:

- АО (Accommodation Only) – харчування не передбачене;

- ВВ (bed breakfast), означає «ліжко та сніданок», тобто при проживанні в готелі за системою ВР надається ліжко в номері та сніданок. Сніданок, як правило, передбачається у вигляді «шведського столу» і по безлічі страв залежить від рівня готелю та країни проживання;

- СВ (Continental Breakfast) - континентальний (дуже легкий) вид сніданків. Клієнту запропонують чай/каву/сік та булочку з маслом та джемом. Іноді до стандартного набору можуть додати йогурт, мюслі та дуже рідко шинку чи сир. Така система харчування в готелях підійде тим, хто не любить ситно снідати вранці;

- АВ (American breakfast) - американський сніданок або “м'ясний сніданок” (meat breakfast). Любителям щільнішої трапези варто вибрати саме цей тип. Асортимент нагадує усічений “шведський стіл”. Тобто там буде все, окрім «першого та компоту». До традиційних тостів, випічки та кави, туристам додадуть омлет, різні ковбаси, шинку, сир, а також овочеві салати. Цей тип найпоширеніший в Америці та Західній Європі;

- ЕВ (English breakfast) - англійський сніданок - зазвичай включає яєчню, тости, масло, джем і кава (чай), апельсиновий сік. У англійських готелях зазвичай на сніданок подаються запечена квасоля, яйця, бекон і тости. Доповненням служать помідори та гриби. Розширений сніданок включає млинці з варенням та вівсяну кашу з вершками;

- НВ (half board), що означає «напівпансіон» - сніданок і вечеря. У деяких дорогих готелях на сніданок може бути запропоновано безкоштовне шампанське. Як правило, харчування організоване за системою “шведський стіл”. Безалкогольні напої за системою НВ є безкоштовними, передбачено замовлення платних алкогольних напоїв з оплатою на місці або на номер;

- FB (full board), або “повний пансіон”. Харчування сніданок, обід та вечеря, як правило, за системою шведського столу. За системою FB не

передбачено безкоштовних спиртних напоїв, за винятком шампанського на сніданок у деяких дорогих готелях. Алкогольні напої за допомогою системи FB можна замовити на вечерю за додаткову плату;

- FB+ (full board plus) — аналогічно до FB, але FB+ має на увазі деякі безкоштовні алкогольні напої, як правило, місцевого виробництва;

- AI (all inclusive), багаторазове харчування без обмежень. Залежно від рівня готелю AI може бути від варіанту триразового харчування, до багаторазового протягом усього дня - ресторани, барбекю, гриль, нічні бари тощо. Безкоштовні алкогольні напої місцевого та рідше імпортного виробництва. Імпортні спиртні напої та коктейлі за системою AI безкоштовно тільки у дорогих готелях, у простих готелях імпортні алкогольні напої за додаткову плату та за їх наявності;

- UAI (ultra all inclusive, UALL) тип харчування за системою «ультра все включено» - багаторазове харчування протягом усього дня за бажанням у ресторанах різних кухонь світу, гриль-барах, у нічних барах та ін., протягом усього дня морозиво та солодощі. UAI передбачає безкоштовні безалкогольні та алкогольні напої місцевого та зарубіжного виробництва.

Класифікація закладів ресторанного господарства базується на виконуваних функціях, типах, розміщенні в готелях, характері обслуговуваного контингенту, асортименті та ціні продукції, що випускається.

Заклади ресторанного господарства за рівнем обслуговування та спектром послуг, що надаються, поділяються на три класи - люкс, високий і перший (кафе, їдальні та закусочні на класи не поділяються), вони повинні відповідати таким категорійним вимогам тощо.

Залежно від асортименту страв, що реалізуються в готельних ресторанах, форм обслуговування, торговельно-виробничого характеру заклади ресторанного господарства поділяються на типи [19].

Термін «обслуговування номерів» давно використовується для опису будь-яких послуг, що надаються номерам гостей у готелі. Сьогодні його значення звузилося до доставки їжі та напоїв у номер. Намагаючись уточнити

зміст цього виду послуг, деякі готелі використовують також такі терміни, як «сніданок у номері», «обід у номері», «вечеря в номері».

Організація обслуговування в готельних номерах вимагає спеціальної підготовки працівників, яка пов'язана не тільки з виконанням побажань гостей, сервіруванням столу, послідовністю подачі страв, технологією обслуговування, а й з дотриманням правил поведінки працівників в кімнаті.

Обслуговування готельних номерів здійснюється за замовленнями гостей, які надсилаються менеджеру та персоналу готелю по телефону. У великих готелях замовлення приймає черговий або старший офіціант [20].

Таким чином, виходячи з вищесказаного, можна зробити висновок, що ефективність роботи будь-якого готелю тісно пов'язана з рівнем обслуговування в готелі. Рівень надання послуг значною мірою залежить від кваліфікації та зацікавленості працівників, їх креативності, здатності до оволодіння новими технологіями, а також використання нових організаційних процесів і форм матеріальної бази, що використовуються для обслуговування споживачів.

1.3. Технології обслуговування у готельному комплексі

Сучасний розвиток готельного господарства у світовій практиці пропонує різноманітні готельні послуги замовнику (споживачу готельних послуг) залежно від цін на ці послуги на ринках. Щороку ЗМІ повідомляють про нові форми діяльності в цьому виді обслуговування клієнтів.

Сучасні готелі відрізняються за призначенням, місткістю, поверховістю, типами забудови, рівнем комфорту, режимами роботи (цілорічний, сезонний), розташуванням (міські, курортні та ін.), функціональним призначенням, харчуванням, тривалістю перебування в них, рівень цін. Всі ці фактори враховуються при проектуванні і пов'язані з композицією приміщень готелю, архітектурно-планувальної структурою будівлі тощо [24].

На якісне обслуговування в готелі впливають багато факторів:

– стан матеріально-технічної бази: зручне планування і якісне облаштування приміщень готелю, оснащення його громадських приміщень і житлових номерів комфортабельними меблями та устаткуванням, повні комплекти високоякісної білизни, сучасне високопродуктивне кухонне обладнання, зручні ліфти та ін.;

– прогресивна технологія обслуговування (чає порядок і способи прибирання громадських приміщень і житлових номерів, реєстрацію і розрахунок з клієнтами та ін.);

– високий професіоналізм і компетентність обслуговуючого персоналу, його уміння і готовність чітко, швидко і культурно обслуговувати гостя;

– управління якістю обслуговування, що передбачає розробку і впровадження стандартів якості, навчання персоналу, контроль, коригування, вдосконалення обслуговування на всіх ділянках готелю [25].

Надання якісних послуг може бути однією з конкурентних переваг житлового закладу, що забезпечить його успішну роботу в майбутньому.

Конкурентні переваги - це сильні сторони підприємства, які забезпечують переваги над конкурентами і є привабливими на ринку.

Формування конкурентних переваг можливе за допомогою екзогенних та ендогенних факторів.

До екзогенних факторів належать чинники, на які може безпосередньо впливати керівництво підприємства або його співробітники (організація процесу обслуговування, ефективність вирішення проблемних ситуацій з клієнтами, ефективність виявлення конкретних вимог споживачів і їх задоволення, менеджмент готелю, морально-фінансовий стан системи, ефективність розв'язання проблемних ситуацій з клієнтами, ефективність визначення вимог споживачів і їх задоволення). співвідношення обсягу та структури послуг тощо)

Ендогенні чинники при належному їх використанні (державний вплив, зовнішньоекономічна та податкова політика, рівень науково-технічних розробок та інновацій, природно-кліматичні фактори, соціально-економічна

ситуація, конкурентні переваги готельного господарства) можуть лише опосередковано впливати на створення. розвиток ринкової інфраструктури, розвиток конкуренції, ситуація попиту та пропозиції на ринку).

У сучасних умовах найпотужнішими конкурентними перевагами підприємств готельного бізнесу є:

- місце розташування;
- визначення додаткових послуг;
- цінова політика номерного фонду;
- наявність активної маркетингової політики;
- унікальні активи, якими володіє підприємство;
- наявність дисконтної програми або спеціальних програм [26, с. 145].

Кожний готель має правильно оцінити свою ринкову позицію для визначення оптимальних стратегічних заходів та інструментів ведення конкурентної боротьби. Стратегія підвищення конкурентоспроможності підприємств готельного господарства обов'язково повинна враховувати як загальний рівень конкурентоспроможності країни в цілому, так і у відповідних сферах зокрема.

Основні ознаки, що характеризують готелі, це: місткість, поверховість, призначення і рівень комфорту.

На світовому ринку протягом 20 років успішно функціонує компанія «Micros-Fidelio», яка спеціалізується на створенні систем управління для готелів і ресторанів. Дана система встановлена на підприємствах більше 100 найбільших готельних мереж світового значення, таких як Sheraton, Hilton, Marriott, Kempinski, Hyatt та ін.).

Система Fidelio Front Office (FFO) допомагає автоматизувати основні етапи роботи готелю: від комп'ютерного бронювання номерів, реєстрації, розміщення і виписки гостей, до управління номерним фондом, ведення бухгалтерії й фінансів. До переваг FFO можна віднести легкість в експлуатації, обумовлену досить простою логікою побудови системи і зручністю інтерфейсу, високий рівень безпеки, забезпечений суворим розмежуванням

доступу користувачів, гнучкість налаштування. Система FFO може успішно використовуватися як в готелях, що належать до готельних мереж, так і в незалежних готелях і пансіонатах з абсолютно різною технологією роботи.

Готельний бізнес останніми десятиліттями значною мірою змінився в результаті впровадження інновацій. Основними тенденціями його розвитку є [24]:

- утворення міжнародних готельних ланцюгів;
- поглиблення спеціалізації готельних закладів;
- розвиток мережі малих підприємств;
- введення комп'ютерних технологій.

Розвиток ресторанного господарства доводить, що підприємства ресторанного господарства не тільки задовольняють потреби споживачів першого рівня, але й задовольняють такі потреби, як зручність і соціальний імідж, які знаходяться на вищих рівнях піраміди потреб в товарах і послугах. На підприємствах різних економік споживач сприймає цінність підприємства крім самого продукту через послуги, обслуговуючий персонал та імідж суб'єкта господарювання [21].

Використання сучасних інформаційних технологій дозволяє оптимізувати роботу всіх служб у закладах розміщення. Нові технології, зокрема широке використання Інтернету, просувають готельні продукти та послуги, знижують витрати та забезпечують зручність для споживачів. Ці технології розширюють можливості для залучення нових клієнтів і дозволяють компаніям розширювати сегменти ринку. Наприклад, використання нових систем резервного копіювання забезпечує незаперечну конкурентну перевагу. Великі готелі та готельні корпорації пропонують своїм потенційним клієнтам віртуальні тури по готелях.

Широке поширення нових комунікаційних засобів та інформаційних технологій дозволяє проводити глибоку та систематичну економічну діагностику. Результати діагностики використовуються для проведення повного самоаналізу та аналізу конкурентів у сфері ціноутворення та

маркетингових стратегій, для аналізу рівня активності на ринку, для визначення прибутковості сегментів розвитку, для координації попиту та надання готельних послуг. Все це в кінцевому результаті допоможе вирішити проблеми завантаження готельних підприємств.

Основними напрямками використання інформаційних технологій в діяльності готельних підприємств є:

- формування готельного продукту з використанням міжнародних систем бронювання та резервування;
- інтерактивний діалоговий режим (on-line) спілкування зі споживачами;
- створення сайтів для презентації готельного підприємства споживачам;
- формування програми для реалізації гнучкої цінової політики;
- формування системи електронних каталогів туристичних подорожей по країнах;
- автоматизація технологічних процесів;
- участь в електронній торгівлі (електронному бізнесі); підвищення рівня комунікації;
- активізація реклами та просування турпродукту.

Важливим фактором у сфері готельно-ресторанного бізнесу є генерація нових ідей у бізнес-процесах за різних умов, що визначаються внутрішніми та зовнішніми впливами (створення графіка роботи, нових розробок, методів, проведення заходів). Під час пандемії були помічені нові методи роботи в мережі під час впровадження карантинних заходів. Власникам готелів і ресторанів довелося впроваджувати нові методи. До них відносять такі: при поселенні в готель повинна бути забезпечена попередня онлайн-реєстрація відвідувачів; електронні меню; збільшення самообслуговування і мінімізація контактів; харчування в готелях може бути організовано шляхом доставки їжі в номери за попереднім замовленням, або в ресторанах (кафе) готелів, тільки на відкритих майданчиках за умови дотримання відстані не менше 1,5 метра між місцями для сидіння за сусідніми столами і розміщення не більше

чотирьох клієнтів за столом; упаковка столових приладів в індивідуальні упаковки; відкриття віконечок для замовлення їжі з собою з ресторану та розширення послуги доставки замовлення додому та ін. [22].

З метою підвищення якості обслуговування та лояльності клієнтів запроваджуються додаткові послуги, акції та спеціальні пропозиції, а також розробляються спеціальні програми лояльності клієнтів, зокрема [27, с. 47]:

- різноманітні знижки: для дітей, туристичних груп, постійних клієнтів;

- накопичувальні картки, бонусні програми — коли клієнт отримує бали за замовлення послуг, вони згодом конвертуються в знижки; надаються бонусні дні проживання та інші спеціальні умови;

- персональні програми та переваги — коли готель збирає інформацію про постійних клієнтів і створює персональну стратегію обслуговування на основі їхніх вимог та побажань;

- програми обслуговування корпоративних клієнтів, які можуть включати безкоштовний трансфер, спеціальну систему знижок, допомогу в організації конференцій, екскурсій та бізнес-ланчів.

Серед основних принципів надання рекреаційних послуг у готелях і туристичних комплексах можна назвати: індивідуальний підхід, комплексність в організації заходів, систематичність заходів та їх призначення, свобода вибору та добровільність участі, театралізація, синтез усіх видів мистецтва [23].

Отже, на сучасному етапі готельний бізнес характеризується диверсифікацією діяльності та творчим підходом. Швидко розвиваються нові технології будівництва будівель, з'являються нові сегменти ринку, які задовольняють різноманітні потреби туристів. У конкурентній боротьбі між готелями велике значення має незвичність і унікальність готельних закладів.

Висновки до розділу 1

Існують такі класифікації закладів ресторанного господарства. За торгово-виробничою ознакою виділяють підприємства: заготівельні; доготовочні; роздаткові; змішані (фабрики-кухні). За видами послуг, що надаються: підприємства, що виробляють та реалізують продукцію для безпосереднього споживання; підприємства, крім виробництва та реалізації продукції, що мають умови для організації відпочинку відвідувачів. За якістю послуг, що надаються і формам обслуговування: ресторани, кафе, бари, які забезпечують високий рівень обслуговування і надають широкий спектр послуг; загальнодоступні підприємства для широких верств населення; підприємства громадського харчування закритого типу. За ступенем індивідуалізації виробленої продукції: підприємства громадського харчування з колективно організованим харчуванням; підприємства, що надають можливість індивідуального вибору продукції та послуг. За організаційно-правовими формами діяльності: юридичні особи; фізичні особи-підприємці.

В сучасний час у готелях світу присутній доволі широкий спектр способів щодо організації харчування та обслуговування постояльців: АО (Accommodation Only) – харчування не передбачене; ВВ (bed breakfast), означає «ліжко та сніданок», тобто при проживанні в готелі за системою ВР надається ліжко в номері та сніданок; СВ (Continental Breakfast) - континентальний (дуже легкий) вид сніданків; АВ (American breakfast) - американський сніданок або “м'ясний сніданок” (meat breakfast); ЕВ (English breakfast) - англійський сніданок - зазвичай включає яєчню, тости, масло, джем і кава (чай), апельсиновий сік; НВ (half board), що означає «напівпансіон» - сніданок і вечеря; FB (full board), або “повний пансіон”; FB+ (full board plus) — аналогічно до FB, але FB+ має на увазі деякі безкоштовні алкогольні напої, як правило, місцевого виробництва; АІ (all inclusive), багаторазове харчування без обмежень; UAI (ultra all inclusive, UALL) тип харчування за системою «ультра все включено» - багаторазове харчування протягом усього дня за бажанням у ресторанах різних кухонь світу.

З метою підвищення якості обслуговування та лояльності клієнтів запроваджуються додаткові послуги, акції та спеціальні пропозиції, а також розробляються спеціальні програми лояльності клієнтів, зокрема: різноманітні знижки; накопичувальні картки, бонусні програми; персональні програми та переваги; програми обслуговування корпоративних клієнтів.

РОЗДІЛ 2. ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА ТЕХНОЛОГІЙ ОБСЛУГОВУВАННЯ В ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА ПРИ ГОТЕЛЯХ

2.1. Методи обслуговування в закладах ресторанного підприємства при готелях (організація сніданку, шведського столу, обслуговування в готельних номерах, обслуговування в обідній час)

Ресторани використовують три методи обслуговування клієнтів.

Метод самообслуговування є найбільш ефективним методом обслуговування відвідувачів у підприємствах ресторанного господарства і застосовується в їдальнях, кафе, буфетах. Він ефективний там, де доступна робоча сила для організації процесу обслуговування обмежена, час, проведений клієнтами в компанії, обмежений і необхідно обслужити якомога більше клієнтів за короткий проміжок часу.

Самообслуговування може бути [28]:

- повне;
- часткове.

При повному самообслуговуванні відвідувачі усі операції виконують самостійно. Обслуговуючий персонал відпускає тільки гарячі страви й напої. При частковому самообслуговуванні значну частину операцій виконує обслуговуючий персонал.

Існує декілька форм самообслуговування залежно від способу розрахунку із споживачами:

- з попереднім розрахунком;
- з наступним розрахунком;
- з безпосереднім розрахунком;
- система саморозрахунку;
- безготівковий розрахунок.

Метод обслуговування офіціантами застосовується в ресторанах, кафе, барах і поділяється на різні форми залежно від участі персоналу в обслуговуванні, способу розрахунку із відвідувачами й інших ознак.

За участі персоналу в обслуговуванні метод обслуговування офіціантами поділяється на дві форми:

- повне;
- часткове.

За способом розрахунку метод обслуговування офіціантами ділиться на дві форми:

- з попереднім розрахунком;
- з наступним розрахунком.

За організацією праці офіціантів метод обслуговування офіціантами ділиться на такі форми: індивідуальна; бригадна (ланкова).

За мотивами відвідування метод обслуговування офіціантами поділяється на обслуговування споживачів [28]:

- з організацією культурно-масових заходів;
- без організації культурно-масових заходів.

Комбінованим методом обслуговування споживачів є поєднання методів обслуговування офіціантами й самообслуговування.

К комбінованому методу обслуговування відноситься обслуговування барменами й буфетниками. Наприклад, за барною стійкою – обслуговування споживачів барменом, у залі – офіціантами (або самообслуговування) водночас.

Комбінований метод застосовується, також під час організації столів-буфетів й обслуговування за типом «шведський стіл», які широко практикують у ресторанах та кафе.

Для ресторанів є традиційним метод обслуговування офіціантами, який має кілька форм.

Для туристів, що проживають у готелях, щоденний ресторанний сервіс починається зі сніданку. Від його організації залежить подальший настрій

гостей. Дуже часто він включається у вартість послуг готелю, тому організації ранкової трапези приділяється велика увага. Існує багато варіантів сніданків, вибір яких залежить від контингенту споживачів [29].

У готелях вищої категорії сніданок можна замовити в кафе, ресторані або в номер. Однією з новітніх форм обслуговування є використання фуршетних столів під час сніданку чи обіду. Усі страви на столі мають банкетне оформлення, а також відповідають сучасним вимогам кулінарного оформлення. У ряді країн, у тому числі в Англії, США, Франції та Канаді, прийнятий другий сніданок, який збігається з українським обідом, але відрізняється відсутністю перших страв і складається із закусок і гарячої другої страви. Звичайно ж, десерт і чорна кава. Обід відповідає нашій вечері і включає закуски, перші та другі гарячі страви, десерт і чорну каву.

Слід пам'ятати, що прийняте в Україні поняття «обід» не завжди збігається з таким поняттям в Європі та інших країнах світу. У багатьох країнах обід називається «ланч» і організовується без подачі першої страви. Крім того, він низькокалорійний. Обід і вечеря для іноземців можуть бути організовані за нашою традицією. Обід складається з холодних і гарячих закусок, перших і других страв, десерту, гарячих і холодних напоїв.

Європейський обід відповідає нашій вечері і включає гарячі та холодні закуски, суп, основну (другу) страву, легкий десерт. Першокурсники часто непередбачувані.

Слід зазначити, що в західноєвропейській традиції гарячу закуску вживають після перших страв, а не перед ними, як це прийнято в слов'янських країнах. На вечерю можна подати холодну закуску, другу гарячу страву, десерт, гарячий напій. На обід і вечерю подається мінеральна або фруктована вода і пиво.

При організації сніданків, обідів і вечер в ресторані готелю “Maria Garden” використовуються наступні методи обслуговування [30]:

- А-ля карт - з карти-меню страв і напоїв гості вибирають те, що їм найбільше подобається, після чого замовлення передається на кухню й одразу ж

починається готування й сервіровка замовлених страв і напоїв. Офіціант активно допомагає гостям вибирати страви й напої;

- А-парт - гості роблять замовлення попередньо, обслуговування здійснюється в чітко встановлений проміжок часу;

- Табльдот - всі гості обслуговуються в один і той же час і за тим самим меню;

- Шведський стіл - гості самі вибирають із великого асортименту різних готових страв ті, які сподобалися;

- Буфетне обслуговування - засновано на використанні принципу самообслуговування.

Форма і спосіб оплати послуг харчування варіюється в залежності від типу ваучера, плану обслуговування, способу організації харчування і правил, прийнятих в ресторанному господарстві.

Ресторанний бізнес створює умови для досягнення соціальних цілей розвитку туризму. Люди з різних країн зустрічаються в ресторанах, знайомляться, створюють сприятливі умови для взаєморозуміння, корисних ділових контактів, розвитку соціального та культурного життя.

Ресторан в готелі «Maria Garden» - це особливе місце, куди можна прийти великою дружною сім'єю з дітьми, галасливою компанією друзів, провести романтичні зустрічі та відпочити в чудовій атмосфері. Щось смачненьке тут знайде кожен: і вегетаріанець, і любитель м'яса, і цінителі найкращих десертів. Серед страв, які завжди схвалюються та залишають позитивні відгуки справжніх поціновувачів кулінарних шедеврів.

Основними ознаками ресторанного продукту є:

1. Тривалість служби. В умовах сучасної ринкової конкуренції швидке та якісне обслуговування є запорукою успіху. Саме якість обслуговування є головним критерієм вибору закладу ресторанного господарства.

2. непомітність. Послуги ресторану неможливо виміряти й оцінити, поки вони не будуть запропоновані споживачеві.

3. Нероздільність особового складу. Співробітники закладу розглядаються споживачем як його невід'ємна частина. Коли клієнт і персонал

взаємодіють, створюється замкнутий цикл відносин. Тут надання якісних послуг особливо важливо для залучення клієнта назад до послуги.

4. Обмежений час зберігання. Послуги ресторану призначені для задоволення потреб клієнтів протягом певного періоду часу. Послуга, яка не продається вчасно, більше не є потенційно прибутковою, оскільки її неможливо підтримувати в часі та просторі.

5. Сезонність попиту. Попит на продукцію ресторану стабільний, пік попиту припадає на святкові та вихідні дні.

Тому метод самообслуговування є найефективнішим методом обслуговування відвідувачів у закладах ресторанного господарства, оскільки він ефективний там, де обмежені трудові ресурси, які можуть бути використані для організації процесу обслуговування. При організації сніданків, обідів і вечерів в ресторані готелю “Maria Garden” використовуються наступні методи обслуговування: А-ля карт, А-парт, Табльдот, шведський стіл - гості самі вибирають із великого асортименту різних готових страв ті, які сподобалися; буфетне обслуговування.

2.2. Додаткові послуги закладів ресторанного підприємства при готелях

Всі суб'єкти готельного господарювання здійснюють свою діяльність з метою отримання прибутку за надані ними послуги розміщення осіб, що перебувають поза домом, та надання їм додаткових послуг. Саме через це більшість дослідників вважають, що готельне господарство - невід'ємна складова сфери гостинності. Як вважає О.Л. Ремеслова [30], визначальною характеристикою готельної сфери є ріст попиту на послуги готельного господарства шляхом створення взаємозв'язку між закладом гостинності та його гостем. На думку М.П. Мальської, готельним господарством є сукупність готельних підприємств різного типу, що займаються наданням послуг

гостинності, таких, як розміщення, харчування та пакету додаткових послуг для підвищення комфорту перебування гостя в закладі [19].

Економічна природа закладів гостинності більшістю авторів – науковці визначається як відносини або діяльність. Саме поняття «готельне господарство» можна трактувати як в широкому, так і в вузькому розумінні цього терміну. Якщо розглядати поняття готельного господарства більш широко, то цей термін означає індустрію гостинності загалом, тобто підприємства, які надають не тільки послуги проживання, а й повний спектр суміжних послуг – від харчування до трансферу з аеропорту. У вузькому розумінні готельне господарство - це тільки проживання [33].

Організація харчування є другим основним видом діяльності готельних підприємств після надання послуг розміщення. У процесі обслуговування споживачів ресторанне господарство відіграє особливо важливу роль і має специфічні особливості, що дозволяє розглядати ресторанне господарство як невід'ємну частину готельного бізнесу. Характерною рисою обслуговування проживаючих у готелях є надання їм повного комплексу послуг (сніданок, обід, вечеря). Зазвичай всі ресторани, розташовані в готелі, відносяться до служби харчування - Food and Beverage Department.

Робота готельного ресторанного бізнесу відрізняється від роботи звичайного ресторану. Графік роботи такого підприємства повинен бути таким, щоб задовольнити більшість мешканців готелю, навіть якщо з цієї причини робота цього закладу в певні години не приносить доходу. При цьому до 70% мешканців готелю не обідають при готелі, і до 50% не вечеряють в ньому, а приблизно 60% доходу підприємства ресторанного господарства, яке розміщено при готелі, надходить від сторонніх відвідувачів. Тобто, підприємство ресторанного господарства при готелі, повинно мати окремий вхід з вулиці та додаткові місця на автостоянці або окрему парковку. Враховуючи сезонні зниження завантаження підприємств готельного господарства, роль служби Food & Beverage, як джерела доходу почала зростати, і в сучасних умовах практично порівнялася з роллю номерного

фонду. Звідси підвищена увага до цієї служби – підприємства ресторанного господарства при готелях, стають все більш розкішними, число їх в одному готелі збільшується, з'являються спеціалізовані ресторани з національними кухнями, кав'ярні, бари тощо. Слід зазначити, що чим вище клас готелю, тим значніше роль ресторану.

Згідно Національного стандарту України ДСТУ 4269:2003 «Послуги туристичні. Класифікація готелів» відповідно до категорії готелю, у кожному підприємстві повинні бути заклади ресторанного господарства, а саме: готель категорії «1 зірка» - не обов'язкова наявність у їхній структурі закладів для надання послуг з харчування; готель категорії «2 зірки» - передбачений один з основних закладів ресторанного господарства - ресторан, кафе чи бар; готель категорії «3 зірки» - обов'язково наявність: ресторану або кафе з кількістю місць не менше 75 % від кількості місць у готелі; готель «4 зірки» та «5 зірок» - повинні забезпечуватись рестораном з декількома залами, окремими кабінами, кількість столів повинна бути не менше 75 % від кількості номерів з класом обслуговування не нижче за «вищий». Серед інших обов'язкових приміщень для надання послуг з харчування повинен бути банкетний зал, бар, додатковий бар в залі приймання, окреме приміщення для харчування персоналу. Вхід до закладів ресторанного господарства (ресторан, кафе, бар) для готелів категорії від ** до ***** має бути з готелю, для ресторанів у готелях категорії від *** до ***** може бути і окремий вхід з вулиці, але це не стосується закладів ресторанного типу, розташованих вище другого поверху.

Господарська діяльність закладів ресторанного господарства, що задовольняють потреби мешканців готелю, значною мірою пов'язана із типом та категорією підприємства готельного господарства, сезонністю його функціонування. Залежно від роботи заклади ресторанного господарства поділяють на цілорічні та сезонні, а за організацією розрізняють закриті, відкриті та змішаного типу. Виходячи з того, що підприємства готельного господарства надають всього дві основні послуги: проживання та харчування, то підприємства ресторанного господарства при готелях, є невід'ємною

частиною готельних підприємств, але вони повинні відповідати категорії готельного підприємства, мати широкий спектр послуг на високу якість надання послуг, що в свою чергу призведе до спроможності підприємства готельного господарства займати конкуруючі позиції на ринку готельних послуг.

Постраждали різні категорії готелів та ресторанів, від маленьких до великих глобальних готельно-ресторанних комплексів. Як виявилось, стійкішими стали ті підприємства, що вже мають свою репутацію на цьому ринку послуг, та їх вміння пристосуватися до карантинних умов та запропонувати новий спектр додаткових послуг. При цьому чим буде менший сегмент цього ринку, тим буде більший показник завантаження готелів та ресторанів, тих, що залишаться.

Асортимент додаткових послуг закладу розміщення безпосередньо залежить від його типу та категорії. Більш опосередковано на перелік послуг може впливати територіальне розміщення, місткість та контингент потенційних споживачів. Готелі категорії 4* і 5* повинні надавати весь комплекс додаткових послуг, що потребує від них розвиненої інфраструктури (наявності закладів ресторанного господарства, конференц-залів, бізнес-центру, тренажерного залу, spa-центру, салону-перукарні, торговельних кіосків, відділень зв'язку і банку, квиткових кас, відділень побутового обслуговування тощо). Диверсифікація додаткових послуг дозволяє не лише розширювати перелік пропозицій для гостей готелю, але і залучати до відвідування готельного комплексу місцевих жителів.

Асортимент додаткових послуг поділяють на групи, що мають загальні риси з точки зору задоволення попиту споживачів:

- 1) Полегшують перебування туристів у готелі та туристичному районі:
 - інформаційні;
 - комунально-побутові; посередницькі;
 - послуги автотуристам;
 - надання друкованої продукції;

- продаж товарів;
- прокат спортивного, пляжного інвентарю, автомобілів, техніки та ін.;
- зберігання кореспонденції, цінностей.

2) Збагачують знання туристів про район, країну (організація екскурсій, зустрічей, перегляду фільмів, урочистостей з нагоди національних свят).

3) Підвищують рівень комфорту в номерах (послуги room-service, медичні та косметичні процедури, встановлення додаткового обладнання в номері, організація спортивно-оздоровчих послуг, створення умов для проведення конференцій тощо).

4) Задовольняють особливі вимоги гостей—діячів мистецтва, спортсменів, бізнесменів та ін. (надання музичних інструментів, послуг особистого екскурсовода, перекладача, секретаря тощо) [2].

Сьогодні недостатньо забезпечити гостя сніданком і звичайним номером. Вимоги бізнес-туристів до комфорту проживання в готелі все більше зростають, і для їх задоволення готельним компаніям доводиться організовувати безліч додаткових послуг. Адже бізнес-туристи економлять свій час і хочуть, щоб зустрічі та ділові зустрічі проходили якомога ближче до місця проживання, тобто отримували всі можливі послуги, не виходячи з готелю. Переважна більшість організаторів різноманітних заходів обирають для своїх цілей комфортабельні готелі категорії 4* і трохи менше – 5*. Серед критеріїв, найбільш важливих при виборі готелю, зазвичай пріоритетними є місцеположення (часто у центрі міста), ціни, якість обслуговування безпеку, високий рівень технічного забезпечення і наявність конференц-залів та кімнат для переговорів.

Система додаткових послуг, на відміну від інших частин готельного бізнесу, вимагає нестандартних методів у вирішенні багатьох завдань. Правильна організація реалізації та надання додаткових послуг визначає можливість розширення переліку пропозицій для клієнтів готелю та залучення додаткових категорій споживачів. Зараз найбільшим додатковим доходом для готелів є організація конференц-центру, який приваблює бізнес-клієнтів з

великими грошима. Для таких мандрівників готелі надають номери, що створюють ілюзію домашнього затишку, навіть оснащені спеціальними дошками в душових кімнатах, безліччю головоломок, міні-барами, наповненими «їжею для розуму», найсучаснішим електронним обладнанням, необхідним для подорожуючих бізнесменів. Іноземні туристи найчастіше вибирають мережеві готелі, які зарекомендували себе в усьому світі високим рівнем комфорту і якістю обслуговування. В Україні вони представлені мережами Hilton, Marriott, IHG, Radisson і Global Hyatt Corporation. Ці готелі пропонують гостям такі додаткові послуги:

- оренда конференц-залів та кімнат для переговорів;
- оренда мультимедійного технічного обладнання;
- послуги перекладачів та гідів;
- секретарсько-довідкові служби;
- послуги бізнес-центру;
- перерва на каву, вітальний коктейль тощо. організувати;
- переклад;
- замовлення та доставка квитків;
- послуги міжміського та міжнародного зв'язку тощо. Найважливішими

вимогами бізнес-туристів до готельних послуг залишаються: швидкість обслуговування (заселення та виселення), комфортність життя (наявність достатньої кількості розеток у номері, краща звукоізоляція. сон, можливість замовлення). харчування в номері тощо), транспортна надійність і точність послуг, зручне регіональне розташування готелю.

Таким чином, диверсифікація асортименту додаткових готельних послуг дозволяє готельному підприємству отримати значні переваги в складній конкурентній боротьбі в індустрії гостинності. Вони не тільки забезпечують значну частину доходу готельного підприємства, а й сприяють створенню позитивного іміджу та залученню постійних гостей закладу.

2.3. Аналіз технологій обслуговування у закладі ресторанного підприємства в готелі «Maria Garden»

Готель-ресторан Maria Garden зі спільним лаунжем, терасою, рестораном і баром розташований в Івано-Франківську. На території готелю облаштовано дитячий майданчик, здійснюється обслуговування номерів. Стіяка реєстрації працює цілодобово. Гостям надаються послуги трансферу. На території працює дитячий клуб і надається безкоштовний Wi-Fi.

Гостям готельно-ресторанного комплексу Maria Garden є такі послуги (може стягуватися додаткова плата):

- Бар
- Інтернет
- Конференц зал
- Розваги
- Ресторан
- Обслуговування номерів
- Розміщення з тваринами
- Термінал для оплати карткою
- Дитяча кімната
- Мангал
- Доставка їжі та напоїв у номер
- Сніданок у номер
- Парковка, що охороняється
- Дитячий ігровий майданчик
- Послуги з прасування одягу
- Щоденне прибирання номера
- Персонал розмовляє англійською мовою
- Електрогенератор

Сьогодні формування системи якісного обслуговування є передумовою ефективною діяльності вітчизняних підприємств індустрії гостинності. Якість

є важливим інструментом у боротьбі за конкурентні позиції на ринку послуг. Саме обслуговування є цілеспрямованою діяльністю як невід'ємною складовою функціонування готелів і ресторанів, результатом якої є задоволення потреб споживачів не лише на базовому рівні (фізіологічні потреби), а й на більш високому рівні викликає складності під час оцінювання. Проблема незадоволеності послугами готельно-ресторанних закладів призводить до втрати реальних і потенційних споживачів, а також бажаної частки ринку.

Проблема якості послуг та ефективності їх використання в індустрії гостинності є багатоаспектною та неоднозначною у своєму вирішенні. В умовах конкурентного середовища підвищення якості обслуговування є актуальним питанням, яке сьогодні постає не тільки перед великими корпоративними установами, а й перед невеликими готельно-ресторанними підприємствами. Адже наявність якісного сервісу відповідає соціальним та правовим вимогам держави, створює позитивний імідж закладів індустрії гостинності та підвищує їх конкурентоспроможність.

Основними напрямками розвитку сучасних технологій обслуговування в ресторанах, барах і кафе є:

- створення концептуальних підприємств ресторанного господарства;
- розширення мережі віртуальних ресторанів, що забезпечують прийом замовлення через Інтернет і доставку його споживачеві;
- приготування їжі з гостями;
- організація обслуговування за системою громадського харчування;
- здійснення мерчандайзингу (продаж продукції та послуг).

Проблеми формування якості готельних послуг в Україні та шляхи їх удосконалення досліджували у статті Мельник І. М. та Полотай Б. Я. [20]. В результаті дослідження визначено, що важливою проблемою готельного господарства України є відсутність у готелях відділів з управління якістю послуг, а також необхідність введення в практику підприємств готельного господарства постійне проведення процесів перевірки якості готельних послуг

з метою визначення та активного використання можливостей, що забезпечують її підвищення. Акцентовано увагу на те, що останнім часом в деяких готелях України широко використовується модель якості обслуговування, відома як п'ятиступінчаста модель А. Парасурамана, В. Зейтамля і Л. Бері, яка визначає якість обслуговування з погляду задоволення очікувань гостя.

А.С.Капліна вивчала методичні прийоми оцінки якості готельних послуг [14]. В результаті проведених досліджень удосконалено методіку моделювання системи готельного обслуговування, запропоновано поділяти процеси готельного обслуговування на приховані та показові. Визначено, що найвищого рівня якості обслуговування в готелях можна досягти завдяки комплексному підходу.

Отже, якість обслуговування є комплексною категорією, одним із важливих показників діяльності готельно-ресторанного господарства, об'єктом аналізу, планування та управління.

У міжнародній практиці є два найпопулярніші методи визначення якості послуг:

1) визначення якості послуги на основі оцінки корисних властивостей і характеристик процесу надання послуги - інформація про точне відображення особливостей і властивостей наданих послуг, що викликають задоволення споживачів, є засобом вимірювання рівня якості (наприклад, розкішний готель або ресторан має вищу якість обслуговування, ніж готель для людей з обмеженими можливостями).

2) оцінка недоліків у процесі обслуговування гостей. Відсутність дефектів - це основний спосіб досягнення високої якості. Наприклад, готель з обмеженим обслуговуванням, такий як готель класу люкс, може мати високий рівень обслуговування, якщо послуги, які він пропонує, ідеальні та відповідають запитам сегментів клієнтів [35].

На зміну застарілим методам ресторанного господарства постійно приходять нові – сучасна архітектура, нові концепції, передові технології у

виробництві та обслуговуванні. Для тестування споживачів ресторатори використовують різні інструменти:

- авторський, креативний, молекулярний та ф'южн напрямок кухні;
- якісне спеціалізоване та автоматизоване обладнання;
- висококласний посуд та аксесуари;
- сучасний дизайн;
- музичний супровід послуг, у тому числі шоу-програм;
- надання послуг сомельє, фюмеля, бариста;
- впровадження різноманітних дисконтних програм та інших привабливих елементів тощо.

У сучасних ресторанах популярно готувати з гостями. Але для такої діяльності потрібне спеціальне обладнання, висококваліфіковані кухарі, які є не лише віртуозами своєї справи, а й вміють спілкуватися з людьми.

Передові технології обслуговування в ресторанному бізнесі включають виїзний кейтеринг. Розвиток громадського харчування та зростання споживчого попиту призводять до того, що один постачальник послуг може запропонувати декілька варіантів обслуговування.

Тому використання передових технологій обслуговування сучасних ресторанних закладів разом із правильно розробленою концепцією є запорукою гарантованого успіху в ресторанному бізнесі.

Таким чином, незважаючи на теоретичні дослідження різних аспектів якості обслуговування в індустрії гостинності України, існує багато проблемних і не до кінця досліджених питань, у тому числі шляхів підвищення якості обслуговування в ресторанах.

Висновки до розділу 2

При організації сніданків, обідів і вечерь в ресторані готелю “ Maria Garden ” використовуються наступні методи обслуговування: А-ля карт - з карти-меню страв і напоїв гості вибирають те, що їм найбільше подобається;

А-парт - гості роблять замовлення попередньо, обслуговування здійснюється в чітко встановлений проміжок часу; Табльдот - всі гості обслуговуються в один і той же час і за тим самим меню; шведський стіл - гості самі вибирають із великого асортименту різних готових страв ті, які сподобалися; буфетне обслуговування - засновано на використанні принципу самообслуговування.

Існує два найпопулярніші методи визначення якості послуг: визначення якості послуги на основі оцінки корисних властивостей і характеристик процесу надання послуги; оцінка недоліків у процесі обслуговування гостей. В ресторані готелю “ Maria Garden ” на зміну застарілим методам ресторанного господарства постійно приходять нові – сучасна архітектура, нові концепції, передові технології у виробництві та обслуговуванні. Для тестування споживачів ресторатори використовують різні інструменти: авторський, креативний, молекулярний та ф'южн напрямок кухні; якісне спеціалізоване та автоматизоване обладнання; висококласний посуд та аксесуари; сучасний дизайн; музичний супровід послуг, у тому числі шоу-програм; надання послуг сомельє, фюмеля, бариста; впровадження різноманітних дисконтних програм та інших привабливих елементів тощо.

РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ ОБСЛУГОВУВАННЯ У ГОТЕЛІ «Maria Garden» МІСТА ІВАНО-ФРАНКІВСЬКА ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ

3.1. Проблеми обслуговування у готелі «Maria Garden» міста Івано-Франківська

Зараз на ринку ресторанного бізнесу в Україні існує багато проблем і перешкод макро- та макrorівня, які заважають цьому бізнесу бути успішним. Ситуація на ринку ресторанного господарства є суперечливою, тому що, з одного боку, в ресторанах активно розвиваються нові концепції, які користуються попитом і лояльними до споживачів, а з іншого – працює величезна кількість ресторанів, на межі банкрутства та несе значні щомісячні витрати, що спонукає їх власників закриватися та залишати сегмент ринку.

Сьогодні однією з головних проблем українських готельних підприємств є створення якісної системи обслуговування клієнтів, що дозволяє надавати конкурентоспроможні готельні послуги. Система якісного обслуговування є важливою умовою при переговорах з іноземними інвесторами та гостями, які вважають обов'язковою умовою наявність у готельному комплексі системи якісного обслуговування та сертифіката на таку систему, виданого уповноваженим органом сертифікації [46].

Послуги гостинності – це види діяльності, які готельний бізнес може запропонувати споживачеві, які є переважно нематеріальними та не призводять до отримання матеріального об'єкта. Вони не існують, поки не будуть забезпечені. Це унеможливорює порівняння та оцінку готельних послуг перед їх споживанням. Тому порівнювати можна лише очікуваний і реалізований прибуток. Готельні послуги характеризуються високим ступенем невизначеності, що ставить споживача в не вигідне становище і ускладнює маркетинг своїх послуг готельними комплексами. Готельний сервіс є результатом роботи обслуговуючого персоналу готельних підприємств.

Послуги, що надаються споживачам, не підлягають накопиченню та зберіганню, тому їх споживання можливе лише в процесі експлуатації. Послуга вважається визнаною після отримання замовлення. Надаючи послугу, її виконавець вступає в безпосередній контакт зі споживачем. Надання послуг практично завжди збігається з їх споживанням.

Готельні послуги характеризуються матеріальною та нематеріальною (функціональною) складовими. Перший включає рівень техніки, а другий - рівень обслуговування. Це відбивається на різних компонентах сприйняття якості споживачами: «що нас оточує» і «як нас обслуговують».

Однією з основних характеристик ефективності готельного комплексу є якість послуг [46].

Послуги, як засіб задоволення визначених потреб населення, повинні володіти такими складовими якості:

а) соціальною якістю (відповідність рівневі добробуту людей, що склалися, національним та регіональним традиціям і особливостям, бути максимально зручними, естетичними й таке ін.);

б) технічною якістю (забезпечувати комплексність, своєчасність, якнайширше застосовувати механізацію й автоматизацію);

в) правовою якістю (відповідати нормативній документації, стандартам, технології виконання, відповідати запитам споживачів тощо);

г) економічною якістю (нести найбільший корисний ефект, стимулювати зростання продуктивності праці, вивільняти позаробочий час людей тощо).

Однак жоден з вищезазначених компонентів не існує окремо від інших.

Вони в цілому характеризують якість наданої послуги і водночас є носіями всіх перерахованих складових якості.

Споживач отримує безпосереднє враження про якість готельних послуг – при першому контакті та при поселенні у відповідний заклад. Надання готельних послуг починається тоді, коли споживач потрапляє в бізнес-середовище готельного підприємства і стає об'єктом процесу обслуговування [47].

Управління якістю продукції та послуг відіграє все більшу роль у сучасних системах управління ресторанним і готельним бізнесом, оскільки якість є найважливішим інструментом конкурентоспроможності послуг. Крім того, якість продукції та послуг має гарантувати їх безпеку та екологічну чистоту, забезпечувати можливість обов'язкової сертифікації.

Поняття «якість» в готельно-ресторанному бізнесі має свої особливості. Загалом можна виділити три основні методи визначення якості послуг:

По-перше, якість – це чітке визначення потреб відвідувачів для їх подальшого задоволення. Найголовніше правило обслуговування – задовольнити всі потреби гостей.

По-друге, якість – це не тільки задоволення потреб гостей, а й належне їх забезпечення. Наприклад, якщо необхідно надати послугу, але працівники закладу надають ці послуги неохоче і з недобрими намірами, то гості можуть бути не задоволені споживанням такої послуги.

По-третє, якість має бути стабільною. Один і той же тип послуги має надаватися кілька разів і з незмінною якістю.

Якість готельно-ресторанного обслуговування слід розглядати як трискладову єдність.

1. Основна якість - це сукупність тих властивостей послуги, які споживач вважає обов'язковими.

2. Необхідна (очікувана) якість - це сукупність технічних і функціональних характеристик послуги. Вони показують, наскільки якісно технічне обслуговування заплановано виробником.

3. Бажана якість відноситься до несподіваних цінностей послуги, пропонованої споживачеві, про наявність яких він мріє, не замислюючись про можливість їх реалізації [49].

Основними критеріями якості обслуговування в готелі чи ресторані є комплексність обслуговування (рівень задоволення потреб споживачів), якість роботи працівників (рівень кваліфікації, професіоналізму), якість надання послуг (результат виконання операцій з ТО), матеріально-технічна

база, в якій здійснюється процес ТО. До показників якості послуг відносяться складність надання послуг, якість роботи обслуговуючого персоналу, якість приміщень і місць для процесу надання послуг.

В умовах ринкової економіки проблема якості є найважливішим чинником підвищення рівня життя, соціальної, екологічної та економічної безпеки. Якість – комплексне поняття, що характеризує ефективність усіх сторін роботи: маркетингу, організації виробництва, розробки стратегії тощо. Перш за все, від якості продукції та послуг залежить рівень розвитку підприємства та розмір його прибутку.

Основні проблеми, які стримують розвиток ресторанного господарства в Україні:

1. Повільні темпи розвитку цифрових технологій та діджиталізації ресторанного середовища. За словами аналітиків, ресторанний бізнес демонструє стабільне зростання, також активно розвивається сектор електронної комерції.

Ці фактори вказують на необхідність активного впровадження та розвитку харчових технологій в Україні, оскільки найближчим часом на ринку громадського харчування очікуються зміни. На зовнішньому ринку можна виділити такі основні напрями харчових технологій: доставка їжі з ресторанів і кафе; доставка їжі; можливість замовити страву на певну годину / замовити їжу на винос; наявність великої кількості сервісів з широкою базою ресторанів і можливістю замовлення їжі онлайн.

2. Погіршення якості харчування іногородніх за рахунок економії часу. В даний час проблема неякісного харчування є дуже актуальною. Аналітика показує швидке зростання (близько 28% на рік) сегмента ресторанів швидкого обслуговування порівняно з іншими сферами ресторанної індустрії. Альтернативою такому харчуванню може стати послуга замовлення їжі, яка дозволяє смачно поїсти, не витрачаючи час на очікування приготування їжі.

3. Відсутність ефективних аналітичних платформ, які надають широкий спектр даних про поведінку відвідувачів, що дозволяє підвищити якість

взаємодії. Як правило, ресторанам не вистачає гнучких і зручних інструментів для управління обсягом продажів, стимулювання продажів і збільшення доходу. Для надання якісних послуг необхідно мати достатню інформацію про цільового споживача та максимально персоналізувати інформацію про нього.

4. Необхідність підвищення швидкості обслуговування гостей та економії часу в закладах громадського харчування. Розвиток різноманітних сервісів показує, що користувачам необхідно зробити замовлення в кілька простих кроків, а також швидко отримати необхідну послугу. Таким чином, існує потреба в глобальній цифровізації ресторанного сектору, яка наразі реалізується лише частково через системи доставки додому.

5. Необхідність швидко і зручно розділити рахунок між кількома гостями при спільному відвідуванні ресторану. Як правило, це певна незручність для ресторану, яка потребує додаткового часу на замовлення, виставлення рахунків і розрахунок з гостями, особливо якщо гості не повідомляють про це на початку свого візиту. У рамках загального процесу цифровізації ресторанного бізнесу функція розподілу рахунків є необхідною послугою при оформленні замовлення через Інтернет.

Тому вже недостатньо просто відповідати стандартним критеріям ресторану: гарантувати чистоту, якість продукції та обслуговування. Споживачі обирають технології та шукають місце, яке може задовольнити цей попит.

За 2020 рік ресторанний ринок втратив майже 6 мільярдів гривень. Це результат низки перешкод, карантину ресторанного бізнесу та відсутності іноземних туристів. Через карантин і карантин в Україні втратили роботу близько 150 тисяч працівників громадського харчування. Це ті, хто працює в закритих кафе і ресторанах, і ті, хто потрапив під скорочення через зменшення кількості відвідувачів установ і підприємств. Більшість із цих людей не повертаються до роботи в харчовій промисловості. Хтось знайшов іншу роботу в іншому напрямку, або залишив великі міста і поїхав додому. Ринок професійної праці, який формувався роками, зазнав величезних втрат. На

початок 2020 року в ресторанному господарстві працювало близько 550 тисяч осіб. Нині їх залишилося майже третина. Це створює велику проблему для громадського харчування, оскільки багато закладів просто не можуть знайти достатню кількість професійного персоналу [40].

Але, незважаючи ні на що, харчування завжди залишається одним з обов'язкових атрибутів життєдіяльності людини, а харчова промисловість при правильній організації - однією з найбільш прибуткових. З кожним роком кількість закладів збільшується, і, як не дивно, пандемія збільшила інтерес до ресторанного бізнесу. Ресторани адаптуються до нових викликів системи та кризи, викликані пандемією, щоб зосередитися на своїй аудиторії та захистити свій бізнес від ризиків і втрат. Тому зростають вимоги до ресторанного бізнесу, уточнюються запити споживачів і вимагатиме індивідуальний підхід, що в кінцевому підсумку може привести до підвищення якості ресторанного бізнесу в цілому.

Прагнення ресторанів пережити період ковідних та постковідних обмежень, надаючи якісне та доступне обслуговування якомога більшій кількості клієнтів, зберігаючи при цьому прибутковість ресторанів, призвело до появи нових пропозицій на ресторанному ринку. послуги. Ресторани для нових категорій користувачів - дитячі розважальні ресторани, зооресторани, демократичні кав'ярні, ресторани пов'язані з відпочинком - курортні, готельні та ін. було встановлено [39].

Сьогодні в ресторанному бізнесі зростає конкуренція. Сьогодні клієнти йдуть до ресторану не лише за смаком страв, а й за емоціями, враженнями та спогадами. Тому сам ресторан за своїм соціальним статусом стає атмосферним місцем, а ресторанний бізнес – підприємством, що поєднує в собі навички та традиції багатьох поколінь, механізми управління та досвід маркетологів, філософію економіки вражень та психологічну концепцію моделювання [38].

Таким чином, якість обслуговування є невід'ємною частиною ефективної роботи готелів і ресторанів, завдяки якісному сервісу можна утримати споживача. Висока якість обслуговування населення забезпечується

колективними діями. Завдяки цьому створюється позитивний імідж та підвищується конкурентоспроможність закладу гостинності. Сьогодні на якість обслуговування клієнтів впливає багато факторів: застаріла матеріально-технічна інфраструктура, низький рівень обслуговування, невідповідність якості пропонованих послуг рівню цін, низька кваліфікація персоналу, погіршення фінансового становища. ситуація, зниження рівня заповнюваності готельних номерів. Усі ці фактори є аргументом для дослідження проблем, пов'язаних із підвищенням якості та ефективності надання послуг.

3.2. Напрямки удосконалення обслуговування у готелі «Maria Garden» міста Івано-Франківська

Сучасний туристичний світ динамічний і колоритний для мандрівників. Щоб вистояти в сучасній жорсткій професійній конкуренції та успішно розвиватися як високорентабельні та конкурентоспроможні готельні підприємства, готелям необхідно активно шукати сучасні нестандартні форми гостинності для залучення нових сегментів споживачів. В останні роки готельно-ресторанний бізнес в Україні почав стрімко розвиватися. Водночас зросла конкуренція між бізнесами, оскільки кожен власник закладу хоче залучити споживачів різними послугами. Це призводить до появи нових завдань, що породжує необхідність підвищення якості обслуговування та вимоги сучасного споживача до якості обслуговування та якісного обслуговування.

Сьогодні більшість практиків дотримуються думки, що стратегія обслуговування в готельних компаніях, її структура, тип осіб, що приймають рішення, системи та методи управління, як правило, відображають корпоративну культуру компанії. Корпоративна культура може розвиватися і змінюватися під впливом зовнішнього менеджменту. Головною фігурою на підприємстві, яка створює корпоративну культуру, є менеджер. Його основне

завдання - коригувати поведінку співробітників. Одним із основних напрямів формування конкурентних переваг є надання високоякісних послуг порівняно з конкурентами, які мають відповідати і навіть перевершувати очікування гостей. Очікування базуються на минулому досвіді або інформації, отриманій клієнтами. Якщо сприйманий досвід обслуговування не відповідає очікуванням, гості втрачають інтерес до готелю [22].

Рівень обслуговування клієнтів визначається спектром послуг, що надаються, наявністю різноманітних зручностей та їх якістю. Важливим пріоритетом будь-якого готелю є більший спектр послуг, ніж у конкурентів. Готельні компанії, найнявши найкращих фахівців у цій сфері, створять команду однодумців і отримають перевагу над конкурентами. Рівень і стандарти обслуговування клієнтів встановлює менеджер.

Конкурентоспроможність підприємства. Одним з найважливіших факторів успіху ресторану є якісне обслуговування. Якість послуг і продукції має бути спрямована на задоволення потреб споживачів. Як правильно готувати їжу, так і персонал повинен бути ввічливим, компетентним і оперативним. Завдяки якісній їжі та обслуговуванню клієнти повертаються і рекомендують ресторан своїм друзям [21].

Система управління якістю готельно-ресторанного обслуговування повинна гарантувати задоволення запитів споживачів під час готельно-ресторанного обслуговування.

Основними умовами ефективного функціонування конкуренції є максимальне задоволення потреб споживачів, задоволення різноманітних побутових, культурних та економічних потреб гостей, забезпечення високого рівня комфорту.

Попит на ці послуги зростає з кожним роком. Висока культура та якість обслуговування клієнтів покращує імідж готелю та ресторану і в першу чергу приваблює гостей. Дослідження показують, що для багатьох організацій підвищення якості послуг є більш ефективним інструментом для збільшення доходів і продажів, ніж маркетинг, просування або реклама. Проте однією із

серйозних проблем готельно-ресторанного бізнесу сьогодні є створення якісної системи обслуговування, яка забезпечить надання конкурентоспроможних готельно-ресторанних послуг.

При створенні нової програми обслуговування слід переслідувати наступні цілі: утримання існуючих клієнтів і розширення їх кількості за рахунок залучення нових клієнтів; швидке вирішення проблем, пов'язаних з якістю обслуговування клієнтів; створення бази для підготовки кадрів та підвищення їх кваліфікаційного рівня.

Система якісного обслуговування має забезпечувати мінімізацію витрат на розробку послуг та їх реалізацію, а також враховувати особливості установи. Відвідувач хоче бути впевненим, що якість послуг буде стабільною та постійною.

Якість – комплексне поняття, яке описує ефективність усіх сторін роботи: маркетингу, розробки стратегії, організації виробництва тощо. Найважливішими складовими всієї системи якості є якість обслуговування та технічного обслуговування.

Якість послуги – це певна сукупність умов, що забезпечують найбільш зручні умови отримання замовником послуги з найменшими витратами часу. Кількісні характеристики якості, що входять до якості продукції, називають показниками якості продукції [35].

Якість послуги - це сукупність властивостей послуги, що визначають здатність задовольняти заявлені або очікувані потреби споживача.

Вирішення питань підвищення якості обслуговування є важливим як на мікрорівні, так і для економіки в цілому, оскільки дозволяє встановити нові прогресивні пропорції в готельно-ресторанному господарстві. Забезпечення пропорційності може бути забезпечене вдосконаленням технології управління наданням якісних готельно-ресторанних послуг та підвищенням її економічної ефективності.

Якщо ви не ставитеся до якості всерйоз, вам доведеться дорого виправити помилки обслуговування гостей. Набагато більшого впливу можна

досягти, розробляючи довгострокові програми запобігання помилкам обслуговування клієнтів.

Для досягнення високого рівня якості обслуговування керівництво підприємства гостинності повинно розробити стандарти обслуговування, які є основою, на якій будується система навчання співробітників. Зміст стандартів становить основу навчальної програми, форми якої можна обирати залежно від змісту стандартів.

Також необхідно розвивати систему підготовки кадрів. Воно має бути комплексним, не обмежуючись навчанням працівників стандартам обслуговування клієнтів, а включати навчання технічним знанням про продукцію, послуги, правила обслуговування у сфері, визначеній законодавством, правила роботи на підприємстві. Система навчання тісно пов'язана з програмою управління. Основна оцінка знань і навичок працівників відбувається під час спостереження за працівником у реальній ситуації на робочому місці. Навіть найбільш навчений персонал і бездоганні стандарти обслуговування не можуть гарантувати якісне обслуговування клієнтів без програми моніторингу відповідності та надання зворотного зв'язку працівникам. Контроль має бути систематичним і об'єктивним як одна з основних функцій менеджменту.

Керівництво має формувати комплексну систему мотивації, розвивати корпоративну культуру закладу.

Система управління якістю готельно-ресторанного обслуговування повинна гарантувати задоволення запитів споживачів під час готельно-ресторанного обслуговування.

Розвиток рівномірного та систематичного високоякісного обслуговування є передумовою майбутнього функціонування українських підприємств ресторанного господарства. Якість - головна і нищівна зброя в боротьбі за почесне місце на ринку послуг. Проблема незадоволеності послугами підприємств готельного та ресторанного господарства призводить до втрати реальних і потенційних споживачів, а також бажаної частки ринку.

Тому важливо точно і своєчасно виявити бажання та очікування цільових споживачів [31].

Якісне обслуговування в ресторані є основою ресторанного обслуговування та умовою його успіху. Смак, асортимент, дизайн, ціна, малюнок, розташування страв теж важливі, але вони ніколи не можуть компенсувати байдужість і байдужість персоналу перед споживачем. Ресторан, який може забезпечити відмінне обслуговування клієнтів, матиме найсильнішу конкурентну перевагу.

Управління якістю продукції та послуг відіграє все більш помітну роль у сучасних системах управління підприємством. Це пояснюється, насамперед, тим, що поряд з якістю, ціною, гарантіями, умовами доставки та сервісом це найважливіша складова конкурентоспроможності продукції. По-друге, якість продукції має гарантувати її безпеку та екологічну чистоту, забезпечувати можливість обов'язкової сертифікації, яка контролюється державними контролюючими органами.

Згідно з визначенням Міжнародної організації зі стандартизації (ISO), якість - це набір властивостей і характеристик, які дозволяють продукту задовольняти визначені або очікувані потреби. У державному стандарті 15467-79 також міститься визначення якості продукції, згідно з яким «якість продукції – це сукупність властивостей продукції, що визначають її здатність задовольняти певні потреби за призначенням» [38].

Тому слід зазначити, що для визначення якості необхідно виконати наступні кроки:

- визначення потреб;
- визначення реальних характеристик товару; - порівняти ці характеристики з необхідними.

Якісне обслуговування в ресторані - це суть ресторанного обслуговування і умова його успіху. Асортимент, смак страв, ціна, дизайн, малюнок, місце розташування важливі, але вони ніколи не компенсують неухважного та недбалого ставлення персоналу в очах споживача. Ресторан,

який забезпечує відмінне обслуговування клієнтів, матиме найсильнішу конкурентну перевагу [39].

Ресторани є візитною карткою гостинності міста, певною формою проведення дозвілля і спілкування, ознакою престижу і фінансового достатку.

Кожного дня ресторан в готелі «Maria Garden» працює над своєю репутацією, щосезону змінюється меню, підвищується кваліфікація персоналу(проводяться тренінги, майстер класи, курси та марафони). Ресторан також має сторінку на платформі «Instagram» на якій щоденно публікуються (пости) публікації про життя закладу, новинки меню, акція дня тощо. Заклад працює як «takeaway» так і налагоджена система доставки, тож вінничани з будь-якого куточка міста можуть посмакувати стравами закладу. Щодо інтер'єру та екстер'єру закладу спостерігається сучасна класика - один з найпоширеніших стилів інтер'єру, також присутні елементи провансу. До кожного свята зали, коридори тематично прикрашають різними елементами декору. Це також стосується і сервірування столів, для цього також використовують різні тематичні прикраси, особливий посуд. На вулиці при ресторані є красива локація (фотозона) для усіх бажаючих зробити фото, що зі зміною пори року змінюється на тематичну. Значно прикрашають інтер'єр закладу наявність живих рослин, це і різні вазони та живі квіти, що постійно змінюються в залежності від пори року(окрім зимового періоду).

Аналізуючи діяльність закладу, можна зробити висновок, що для сучасних закладів ресторанного господарства важливо забезпечити належний рівень сервісу при обслуговуванні клієнтів, адже на сьогодні така проблема є актуальною для багатьох обслуговуючих організацій. Це пояснюється тим, що в галузі відбуваються суттєві зміни: розвиваються сучасні форми обслуговування, набувають популярності європейські стандарти та технології, підвищуються вимоги до рівня обслуговування відвідувачів у ресторанах. У закладах ресторанного господарства вдосконаленню процесу надання ресторанних послуг споживачам може сприяти система стандартів обслуговування, яка включає: нормування праці працівників; навчання

персоналу; КОНТРОЛЬ; система мотивації повинна використовувати засоби матеріальної та нематеріальної зацікавленості працівників і поєднувати її результативність з оплатою праці; стандарти якості обслуговування. Важливу роль у вдосконаленні організації обслуговування споживачів у закладах ресторанного господарства відіграє також гостинність. Адже гостинність – «прихований елемент» цієї послуги. Гостинність полягає у визначенні особливих потреб гостей, а потім упевненні, що запропоновані їм послуги та зручності перевершують очікування. Гостинність часто передбачає такі тенденції: ладити з гостями, демонструвати свої найкращі комунікативні здібності; передбачення потреб гостей і своєчасне їх задоволення; прояв позитивного ставлення до гостей, увага та турбота про їхнє здоров'я та комфорт [40].

З кожним роком значення гостинності зростає, необхідно відзначити наступні тенденції гостинності:

- 1) швидкість;
- 2) якість;
- 3) чистота;
- 4) сучасність;
- 5) любов (чи люблять люди свою роботу, установу, місто тощо);
- 6) думка.

Також слід зазначити, що цифрові технології суттєво змінили життя сучасної людини та вплинули на спосіб оплати та замовлення послуг. Сьогодні більшість сервісів пропонують мобільні додатки, а ресторани намагаються не відставати від технологічного прогресу. Тому ресторанам варто звернути увагу на інноваційні тренди:

1. Цифрове меню. Завдяки встановленню цифрових табло з меню у закладах власники ресторанів можуть регулярно змінювати страви та спеціальні пропозиції для клієнтів. Вони також допомагають відслідковувати зміни вартості їжі протягом певного періоду часу, що додатково мотивує гостей відвідувати ресторан.

2. Натисніть Планшети. Встановлення легкого у використанні сенсорного планшета для замовлення може допомогти значно зменшити кількість клієнтів, які чекають у черзі. Це стосується і заявок у закладах на виклик офіціанта для замовлення страв.

3. POS системи. Мобільні пристрої виконують функції касового апарату. Їх головна перевага перед стандартними пристроями – зручність використання та безпека.

Зараз набирає популярності QR-код на чеку клієнта. Все більше ресторанів використовують цю технологію, щоб гість міг оплатити замовлення за допомогою смартфона.

Однією з перспективних тенденцій є персоналізація і програми лояльності в додатках. Маркетингові активності і програми лояльності ресторанів все більше йдуть в додатки.

Тому найпродуктивнішим і найшвидшим у світі каналом передачі інформації є глобальна мережа Інтернет, що дозволяє ресторанному бізнесу ефективно використовувати її для інновацій. Особливістю Інтернету є принципова зміна способів і методів взаємодії суб'єктів господарювання, підвищення якісного рівня обслуговування споживачів, посилення конкурентних позицій суб'єктів господарювання, отримання максимально повної та об'єктивної інформації для ведення бізнесу, створювати нові перспективні форми соціально-економічної діяльності.

Тому зростання діджиталізації в ресторанному бізнесі неминуче. Ресторанам важливо використовувати всі сучасні технології для охоплення нової аудиторії, інакше вони ризикують втратити значну частину доходу. Ринок ресторанного бізнесу може стати дійсно технологічним: впровадження глобальних аналітичних систем, штучний інтелект і багато іншого. Для впровадження нових технологій у цю сферу необхідно ретельно вивчити проблеми, які існують на цьому ринку.

Тому головне завдання вітчизняних рестораторів – вміти адаптуватися до нових умов і бути гнучким до потреб споживачів. Адже український

споживач, незалежно від ситуації в країні, залишається дуже вимогливим, і для нього це не просто привабливий ресторанний продукт, а ресторанний сервіс, його складові – атмосфера, комфорт, сервіс, кухня, інтер'єр, лояльний маркетинг, відкритість і зручність, тобто використання інноваційних технологій. Тому, створюючи концепцію свого ресторану, ресторатори повинні враховувати тенденції, які не тільки залучать нових споживачів, але й полегшать ведення бізнесу. До таких тенденцій належать перераховані вище тенденції, зокрема оптимізація швидкості обслуговування, автоматичні замовлення, управління бронюванням і чергами в закладах, систематизація інформації про відвідувачів закладів, їх аналіз тощо.

Висновки до розділу 3

Сьогодні однією з головних проблем українських готельних підприємств є формування системи якісного обслуговування споживачів, що дозволяє забезпечити надання конкурентоспроможних готельних послуг. Система якісного обслуговування важлива під час проведення переговорів із зарубіжними інвесторами та відвідувачами, що вважають обов'язковою умовою наявності у готельному комплексі системи якісного обслуговування й сертифікату на таку систему, виданого авторитетним органом сертифікації.

Досліджуючи ринок ресторанного господарства, можна підвести підсумки, що дана галузь досить динамічна і потребує постійної уваги та вдосконалення для задоволення запитів споживача та надто мінливого сьогодення. Враховуючи вищевикладене, можна стверджувати, те що ресторанна індустрія стрімко розвивається, і для цього ресторанам потрібно не стояти на місці, а впроваджувати сучасні форми та тренди для вдосконалення своєї діяльності на просторах ресторанного бізнесу. Це стосується як меню, надання послуг, інтер'єру та екстер'єру закладу, зовнішнього вигляду персоналу, яка панує атмосфера та найголовніше гостинності.

ВИСНОВКИ

Відповідно до поставлених завдань було всебічно і повно досліджено організацію та технології обслуговування у закладах ресторанного господарства при готелях в сучасних умовах (на прикладі готеля «Maria Garden» міста Івано-Франківська).

Громадське харчування - це галузь діяльності, яка включає виробництво та реалізацію готових харчових продуктів і напівфабрикатів та побутове обслуговування. З точки зору складу функцій громадського харчування цей вид робіт відрізняється від оптової та роздрібної торгівлі: включає виробничі функції: підготовку та обробку сировини, приготування напівфабрикатів і готових страв. Послуги громадського харчування надають підприємства, що відрізняються номенклатурою продукції та виробничою діяльністю, видами та якістю послуг, формами обслуговування, ступенем індивідуалізації продукції, що випускається, організаційно-правовими формами роботи. Індустрія громадського харчування впливає на інші сектори економіки, такі як охорона здоров'я, освіта, туризм, і є двигуном економічного та культурного розвитку, а її результати багатofакторні.

Ефективність роботи будь-якого готелю тісно пов'язана з рівнем обслуговування в готелі. Рівень надання послуг значною мірою залежить від кваліфікації та зацікавленості працівників, їх креативності, здатності до оволодіння новими технологіями, а також використання нових організаційних процесів і форм матеріальної бази, що використовуються для обслуговування споживачів.

На сучасному етапі готельний бізнес характеризується диверсифікацією діяльності та творчим підходом. Швидко розвиваються нові технології будівництва будівель, з'являються нові сегменти ринку, які задовольняють різноманітні потреби туристів. У конкурентній боротьбі між готелями велике значення має незвичність і унікальність готельних закладів.

При організації сніданків, обідів і вечерь в ресторані готелю “ Maria Garden ” використовуються наступні методи обслуговування: А-ля карт - з карти-меню страв і напоїв гості вибирають те, що їм найбільше подобається; А-парт - гості роблять замовлення попередньо, обслуговування здійснюється в чітко встановлений проміжок часу; Табльдот - всі гості обслуговуються в один і той же час і за тим самим меню; шведський стіл - гості самі вибирають із великого асортименту різних готових страв ті, які сподобалися; буфетне обслуговування - засновано на використанні принципу самообслуговування.

Існує два найпопулярніші методи визначення якості послуг: визначення якості послуги на основі оцінки корисних властивостей і характеристик процесу надання послуги; оцінка недоліків у процесі обслуговування гостей. В ресторані готелю “ Maria Garden ” на зміну застарілим методам ресторанного господарства постійно приходять нові – сучасна архітектура, нові концепції, передові технології у виробництві та обслуговуванні. Для тестування споживачів ресторатори використовують різні інструменти: авторський, креативний, молекулярний та ф'южн напрямок кухні; якісне спеціалізоване та автоматизоване обладнання; висококласний посуд та аксесуари; сучасний дизайн; музичний супровід послуг, у тому числі шоу-програм; надання послуг сомельє, фюмеля, бариста; впровадження різноманітних дисконтних програм та інших привабливих елементів тощо.

Якість обслуговування є невід'ємною частиною ефективної роботи готелів і ресторанів, завдяки якісному сервісу можна утримати споживача. Висока якість обслуговування населення забезпечується колективними діями. Завдяки цьому створюється позитивний імідж та підвищується конкурентоспроможність закладу гостинності. Сьогодні на якість обслуговування клієнтів впливає багато факторів: застаріла матеріально-технічна інфраструктура, низький рівень обслуговування, невідповідність якості пропонуваних послуг рівню цін, низька кваліфікація персоналу, погіршення фінансового становища. ситуація, зниження рівня заповнюваності

готельних номерів. Усі ці фактори є аргументом для дослідження проблем, пов'язаних із підвищенням якості та ефективності надання послуг.

Створюючи концепцію свого ресторану, ресторатори повинні враховувати тенденції, які не тільки залучать нових споживачів, але й полегшать ведення бізнесу. До таких тенденцій належать перераховані вище тенденції, зокрема оптимізація швидкості обслуговування, автоматичні замовлення, управління бронюванням і чергами в закладах, систематизація інформації про відвідувачів закладів, їх аналіз тощо.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Александрова С.А. Технологія готельної справи: конспект лекцій для студентів освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр» усіх форм навчання галузі знань 24 «Сфера обслуговування», спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа». Харків: ХНУМГ ім. О.М. Бекетова, 2019. 86 с.
2. Аніщенко В. О. Роль корпоративної культури у прийнятті управлінських рішень. Акт. проблеми економіки. 2017. № 3 (93). С. 64 - 72.
3. Архіпов В.В. Організація ресторанного господарства: навчальний посібник. Київ. Центр учбової літератури, 2017. 280 с.
4. Бойко М.Г., Гопкало Л.М. Організація готельного господарства: Підручник. Київ, 2016. 448 с.
5. Воловельська І.В., Калинковська О., Гончарова О. Аналіз ресторанного бізнесу у світі та Україні. Вісник економіки транспорту та промисловості. № 59. 2017. С. 265-270.
6. В Україні закрилося 4000 ресторанів і барів через локдауни в 2020 році. URL: <https://biz.liga.net/ekonomika/all/novosti/v-ukraine-zakrylos-4000-restoranov-i-barov-iz-za-lokdaunov-v-2020-godu-issledovanie>
7. Грабовенська С.П. Сучасний стан і тенденції розвитку туристичної сфери в Україні. URL: <http://www.newbiznet.com.ua/index.php/ru/articles/80-market/335-2013-07-31-07-08-09>
8. Головка О. М. Організація готельного господарства. Виробнича санітарія і гігієна праці: навч. посіб. Київ. Кондор. 2019. 410 с.
9. Давидова О.Ю. Удосконалення діяльності підприємств індустрії гостинності в умовах їх інноваційно-технологічного розвитку. Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг : зб. наук. пр. Харків, 2015. Вип. 1 (21). С. 241–256.

10. Давидова О.Ю. Управління якістю продукції та послуг у готельно-ресторанному господарстві : підручник. Харків : Вид-во Іванченка І. С., 2018. 488 с.
11. Джума Т.А., Ольшанська С.А. Організація і технологія харчування туристів: Навчальний посібник. 2016. 320 с.
12. Доходи і витрати домогосподарств у 2020 р. Статистичний збірник. Київ, 2020. 180 с.
13. Завадинська О. Ю., Кінчур А. А., Деревиський Є. В. Сучасні тенденції впровадження інноваційних форм обслуговування в закладах ресторанного господарства. Підприємництво і торгівля. 2019. Випуск 25. С. 54–59.
14. Капліна А. С. Методичний підхід до оцінки якості готельних послуг. Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. 2016. № 2 (74). С. 70–76.
15. Круль Г.Я. Основи готельної справи: навч. посіб. Київ: Центр навчальної літератури, 2016. 368 с.
16. Ляшук М.М. Ресторанне господарство Волинської області: сучасний стан та динаміка. Науковий вісник Волинського національного університету ім. Лесі Українки. 2019. № 10. С 69 - 74.
17. Мазаракі А. А. Готельно-ресторанний та туристичний бізнес: реалії і перспективи. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2020. 318 с.
18. Мальська М.П., Антонюк Н.В., Ганич Н.М. Міжнародний туризм і сфера послуг: підручник. Київ, 2018. 661 с.
19. Мальська М.П., Худо В.В., Цибух В.І. Основи туристичного бізнесу: Навчальний посібник. Київ, 2016. 272 с.
20. Мельнік І. М., Потолай Б. Я. Особливості формування якості готельних послуг в Україні. Причорноморські економічні студії. 2019. Випуск 45. С. 185–189.

21. Міценко Н. Г. Тенденції розвитку попиту на продукцію та товарообороту ресторанного господарства. Торгівля, комерція, підприємництво. 2017. Вип. 14. С. 66-69. URL: <http://nbuv.gov.ua/UJRN>
22. Мунін Г. Б. Франчайзинг у готельно-ресторанному бізнесі: навч. посіб. Київ. Кондор. 2018. 370 с.
23. Нечаюк Л.І. Готельно-ресторанний бізнес : навч. посіб. Київ. ЦУЛ. 2019. 344 с.
24. Нові правила роботи кафе та ресторанів під час карантину. URL: <http://oppb.com.ua/news/novi-pravyyla-roboty-kafe-ta-restoraniv-pid-chas-karantynu>.
25. Організація ресторанної справи : навч. посіб. В. П. Самодай, А. І. Кравченко. Суми : СумДПУ імені А. С. Макаренка, 2015. 424 с.
26. Ославський Б. 10 успішних українських брендів. Видавництво «Дискурс», 2015. 192 с.
27. Охота В. І. Шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємств готельної індустрії. Інвестиції : практика та досвід. 2017. № 5. С. 46-49.
28. Поворознюк І.М. Шляхи підвищення якості готельних послуг в Україні. URL: <http://dspace.udpu.org.ua:8080/jspui/bitstream/6789/5582/1/>
29. П'ятницька Н.А. Організація виробництва та обслуговування у громадському харчуванні. 2018. 333 с.
30. Ремеслова О.Л. Готельне господарство як об'єкт дослідження в умовах ринкової економіки. URL: http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/Vdnuet/econ/2019/pdf
31. Роглев Х.Й. Основи готельного менеджменту: підручник. Київ, 2019. 408с.
32. Рогова Н. В., Чемеренкова М. Д. Якість обслуговування в ресторанах України. Збірник наукових статей магістрів. Навчально-науковий інститут денної освіти : у 2 ч. Полтава : ПУЕТ, 2021. Ч. 1. С. 88-92.

33. Русавська В.А., Костюченко І.А. Послуга як нематеріальна складова сервісної діяльності. Друкується за рішенням Вченої ради Київського національного університету культури і мистецтв. протокол № 27 від 3 жовтня 2018 р. 261с.

34. Семенюк Л.В. Обліково-аналітичне забезпечення стратегічного розвитку підприємств ресторанного господарства: Дис. канд. екон. наук. Львівський національний університет імені Івана Франка. Львів, 2016. 275с.

35. Соколенко А. С. Організація ресторанного господарства : конспект лекцій для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти всіх форм навчання зі спеціальності 242. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2022. 120 с.

36. Сокол Т.Г. Основи туристичної діяльності. Київ, 2018. 264 с.

37. Ткаченко Т. І., Мельниченко С. В., Новак М. В. Управління якістю готельних послуг: монографія. Київ. 2016. 234 с.

38. У МОЗ оприлюднили рекомендації щодо роботи готелів. URL: <https://www.slovoidilo.ua/2020/05/18/novyna/suspilstvo/moz-oprylyudnyly-rekomendacziyi-shhodo-roboty-hoteliv>.

39. Управління якістю виробництва та обслуговування: навчальний посібник. С. А. Соколовський, Є. М. Грабовський, С. П. Павлов та ін. Харків: ФОП Александрова К. М., 2015. 187 с.

40. Якість обслуговування у готельній сфері URL: https://pidru4niki.com/10611207/turizm/yakist_obsługovuvannya_gotelniy_sferi

Меню ресторану



Комплексні обіди

Український

Борщ
Салат з капусти
Вареники з картоплею та сметанкою

Курячий

Курячий бульйон
Салат з пекінської капусти та овочів
Картопляне пюре
Куряча відбивна

Ситний

Суп мисливський
Салат з буряка і маринованих лисичок
Картопля запечена
Куряча ковбаска гриль

150 грн



Сніданки

-  КРУАСАН З ПРОШУТО 155 грн.
-  РОЛ-ОМЛЕТ з моцарелю і тостами 125 грн.
-  СИРНИКИ з джемом і медом 100 грн.
-  ЯЄШНЯ з тостами і ковбасками 150 грн.
-  ВІСЯНА КАША з ягодами 100 грн.

Перші страви

-  БУЛЬЙОН КУРЯЧИЙ 85 грн.
300г
-  БОРЩ з копченою грушею та морозивом 110 грн.
з білих грибів (300/80г)
-  БОГРАЧ КАРПАТСЬКИЙ 140 грн.
300г
-  КРЕМ СУП з білих грибів 140 грн.
300г

Основні страви

-  МЕДАЛЬЙОНИ 210 грн.
з телятини та картопляним пюре, (100/200г)
-  СВИНЕ ФІЛЕ 220 грн.
в травах з картоплею та соусом «Рататуй» (150/100/80г)
-  ЗАПЕЧЕНЕ ФІЛЕ ЛОСОСЯ 400 грн.
з овочами (130/150г)
-  ФІЛЕ ФОРЕЛІ 425 грн.
з сирним соусом (150/200/50г)

Готель



Відгук

на кваліфікаційну роботу

«Організація та технології обслуговування у закладах ресторанного господарства при готелю «Марія Гарден»»

Для здобуття освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр»

Студента спеціальності – 241 «Готельно-ресторанна справа»

Руденко Юлія Олександрівна

(ПІП студента)

Дослідження теми дипломної роботи має логічну структуру, зокрема: досліджено класифікацію підприємств харчування, культура обслуговування на підприємствах харчування; проведено порівняльну характеристику обслуговування ресторану готелю «Maria Garden» з іншими готелями міста Івано-Франківська; зроблено аналіз технологій обслуговування у готелі «Maria Garden» міста Івано-Франківська; з'ясувано проблеми обслуговування у готелі «Maria Garden» міста Івано-Франківська.

Матеріали роботи викладені у науковому стилі, доступною мовою, стисло та правильно. Актуальність теми розкрито в повному обсязі. Правильно та грамотно поставлено мету дослідження та авторський підхід до вивчення визначеної проблематики. Важливим аспектом в кваліфікаційній роботі є надані рекомендації, щодо ефективного використання системи бронювання у закладах ресторанного господарства при готелю «Марія Гарден»

Оформлення роботи на високому рівні: розділи, підрозділи виконано згідно з методичними рекомендаціями щодо оформлення кваліфікаційної роботи. Кожен розділ завершується висновками до розділу. Кваліфікаційна робота завершується загальними висновками до роботи. Додатки присутні. Список використаних джерел оформлено правильно, згідно із рекомендаціями, кількість позицій у списку використаних джерел достатня. Календарний план виконання роботи виконано вчасно.

Студент

Науковий керівник

«15» червня 2023 р.





Юлія РУДЕНКО

Микола ДЕПУТАТ

РЕЦЕНЗІЯ

на кваліфікаційну роботу

«Організація та технології обслуговування у закладах ресторанного господарства при готелю «Марія Гарден»»

Для здобуття освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр»

Студента спеціальності – 241 «Готельно-ресторанна справа»

Руденко Юлія Олександрівна

(ПП студента)

Рецензент: Івашків Т.С., к.е.н

(науковий ступінь, вчене звання, посада, ПП рецензента)

Організація та технології обслуговування у закладах ресторанного господарства є одним з найважливіших елементів, що впливають на доходи готелю. Саме тому вибір теми є актуальним. Дослідження теми дипломної роботи має логічну структуру, зокрема: досліджено класифікацію підприємств харчування, культура обслуговування на підприємствах харчування; проведено порівняльну характеристику обслуговування ресторану готелю «Maria Garden» з іншими готелями міста Івано-Франківська; зроблено аналіз технологій обслуговування у готелі «Maria Garden» міста Івано-Франківська; з'ясувано проблеми обслуговування у готелі «Maria Garden» міста Івано-Франківська;

Матеріали роботи викладені у науковому стилі, однак є підрозділи, у яких використано художній стиль мовлення, написано стисло та правильно. Оформлення роботи на достатньому рівні, однак є не відповідність у оформленні роботи. Актуальність теми розкрито достатньо, поставлено мету дослідження визначено правильно.

Рекомендую виставити Юлії Олександрівні оцінку «добре» та присвоїти кваліфікацію «бакалавр з готельно-ресторанної справи».

К. е. н., доцент

«15» червня 2023 р.



Тарас ІВАШКІВ



метадані

Заголовок

Організація та технології обслуговування у закладах ресторанного господарства при готелю «Марія Гарден»

Автор

Руденко Ю.О. Науковий керівник / Викладач

Назва

King Danylo University

Перелік можливих спроб маніпуляцій з текстом

У цьому розділі ви знайдете інформацію щодо текстових спокосень. Ці спокосення в тексті мають теоретично про МОЖЛИВІ маніпуляції в тексті. Спокосення в тексті можуть мати випадковий характер, але частий характер технічних помилок при конвертації документа та його збереженні, тому ми рекомендуємо вам підійти до аналізу цього модуля відповідально. У разі виникнення запитань, просямо звертатися до нашої служби підтримки.

Заміна букв	✱		1
Інтервали			0
Мікропробіли	☁		9
Білі знаки	☁		21
Парафрази (SmartMarks)	☁		386

Обсяг знайдених подібностей⁹

Зверніть увагу, що високий значення коефіцієнта не автоматично означає плагіат. Звіт має аналізувати компанія / університетська особа.



25

Джерела фраз для порівняння: 2



13273

Відсоток слів

108105

Відсоток символів

Подібності за списком джерел

Перегляньте список та аналізуйте, особливо, фрагменти, які перекликаються КЛ 2 (позначено жирним шрифтом). Скористайтеся посиланням "Позначити фрагмент" та перевіряйте, чи є вони короткими фразами, розкиданими в документі (видаючи складості), численними короткими фразами вгорі з висхідними (можливий плагіат) або записаними фрагментами без зазначення джерела (прямий плагіат).

10 найдовших фраз

Порядковий номер	Відсоток	Відсоток символів	Копія тексту
1	39.12%	20.83%	http://www.library.univ.kiev.ua/ukr/ibnol/ivking/ibnol/univ/gal/gal_2015_34.pdf
2	39.12%	20.83%	https://previous.scientia.reports/index.php/archives/article/view/227/226
3	39.12%	20.83%	https://eic.koukd.edu.ua/bitstream/123456789/18470/1/Dynkom051_Dyshkant_Shkovets.pdf
4	39.12%	20.83%	http://kof.zu.edu.ua/pdf/inko/konferencijsinternet_konf_menedzment_2019.pdf
5	39.12%	20.83%	https://docs.laver.net/75496626-Restoranni-menedzhment.html
6	39.12%	20.83%	http://tourlib.net/ua/ukr/melnyk8.htm
7	39.12%	20.83%	https://previous.scientia.reports/index.php/archives/article/view/227/226

8	https://www.afud24.ru/management/fotelnij-servis-ppvva(va-9a-rznovik6463230-1754793-page5.html	94	0.71 %
9	http://snif.zu.edu.ua/pdf/infokonferencii/internet_konf_management_2019.pdf	86	0.65 %
10	http://www.library.univ.kiev.ua/ukr/hostivkyng/infokonferencii/infok_2019_24.pdf	73	0.55 %

з бази даних RefBooks (0.17 %)

порядковий номер	заголовок	кількість ідентифікованих СБД (включення)	
джерело: Paperity			
1	ІНФРАСТРУКТУРА ГОТЕЛІВ ТУРИСТИЧНОГО КЛАСУ Л. А. Тітомир.	23 (2)	0.17 %

з домашньої бази даних (0.00 %)

порядковий номер	заголовок	кількість ідентифікованих СБД (включення)	
------------------	-----------	---	--

з програми обміну базами даних (1.73 %)

порядковий номер	заголовок	кількість ідентифікованих СБД (включення)	
1	Трансформація діяльності готельно-ресторанного бізнесу в Україні в умовах Covid-19 (Шифр: Ундія) (Готельно-ресторанна справа) 2/3/2022 Sulru State University (Кафедра міжнародних економічних відносин (ННІ БІЕМ))	124 (11)	0.93 %
2	YFCNU/2018m/escn/escn_2018_116.pdf 10/29/2019 Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University(CNU) (Deanery)	28 (1)	0.21 %
3	trp/Diplomni/Diplomni_2013/13d284/Тарасенко П.В./Дипломна Тарасенко .doc 6/24/2017 V. Hnalyuk Ternopil National Pedagogic University (TNPU)	27 (3)	0.20 %
4	„ЗПИТТЯ ТА ПОГЛІНАННЯ КОРПОРАЦІЙ В СИСТЕМІ МІЖНАРОДНОГО ІНВЕСТИВАННЯ“ 10/10/2017 Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman KNEU (відділ координації та моніторингу періодичних фахових видань)	16 (1)	0.12 %
5	YFCNU/2018m/laws/laws_2018_151.pdf 10/29/2019 Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University(CNU) (Deanery)	11 (1)	0.08 %
6	Бізнес Євгенія.docx 4/11/2022 Mukachevo Cooperative Professional College of Business (Mukachevo Cooperative Professional College of Business)	10 (2)	0.08 %
7	ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ (НА ПРИКЛАДІ МІСТА ХАРКОВА) 1/22/2023 Kharkiv State Academy of Culture (242 Туризм і рекреація)	8 (1)	0.06 %
8	МКР Мороз О. ТУТД-21» 2018.docx 12/7/2018 National University "Lviv Politechnika" (NULP2)	6 (1)	0.05 %

3 Інтернету (37,22 %)

№ п/п	Джерело	Кількість цитувань	Відсоток цитувань
1	https://er.nau.edu.ua/bitstream/NAU/43725/1/D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%8E-%D0%91%D0%BE%D1%80%D0%B8%D1%81%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%BE%20%D0%9E-%D0%9A%D0%BE%D0%B2%D1%82%D1%83%D0%BD%20%D0%9A...pdf	442 (20)	3.33 %
2	http://www.library.univ.kiev.ua/ukrhost/yking/dl/italuniv/gat/2015_34.pdf	433 (11)	3.26 %
3	https://er.knuvd.edu.ua/bitstream/123456789/19470/1/Dyplom051_Dyshkant_Shikovets.n.pdf	359 (12)	2.70 %
4	https://previous.scientia-report/index.php/archive/article/view/227/226	352 (5)	2.65 %
5	http://sof.zu.edu.ua/pdf/info/konferenci/internet_konf_management_2019.pdf	334 (9)	2.52 %
6	http://ua.gov.ua/economy/gb3ad69b5d43a89521216c36_0.html	277 (11)	2.09 %
7	http://dspace.naft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/25436/1/D0%9A%D1%80%D0%B%D1%8C%D0%BA%D1%86%D1%81%D0%BD%D0%B0_%D0%BE%D1%86%D1%86%D0%BD%D0%BA%D0%B0_%D1%8F%D0%BA%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%86_%D0%B2%D0%BE%D1%82%D0%B5%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE%D0%B3%D0%BE_%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B4%D1%83%D0%BA%D1%82%D1%83.pdf	199 (10)	1.50 %
8	https://er.knuvd.edu.ua/bitstream/123456789/9279/1/NRMSE2017_V1_P514-515.pdf	194 (9)	1.46 %
9	https://www.stud24.ru/management/otdelni-serva-ponyatiya-ta-rznovidni-463230-1754793-page5.html	188 (6)	1.42 %
10	https://docplayer.net/75496626-Restoranniy-menadzhhment.html	171 (5)	1.29 %
11	https://ua-referat.com/uploaded/modelyuvannya-dinamiki-rinku-restorannogo-biznesu-ukrayini/index2.html	126 (8)	0.95 %
12	http://ourlib.net/statyi_ukrimeinyk8.htm	122 (1)	0.92 %
13	https://ourlib.net/statyi_ukrriyabanka2.htm	116 (7)	0.87 %
14	https://core.ac.uk/download/200762657.pdf	107 (6)	0.81 %
15	https://endf.pub/-7c0fc-0656e9ede4ddd0569d7b8645d5a60686.html	85 (4)	0.64 %
16	https://ua-referat.com/uploaded/modelyuvannya-dinamiki-rinku-restorannogo-biznesu-ukrayini/index1.html	83 (5)	0.63 %
17	https://otherreferats.allbest.ru/management/00539300_0.html	82 (2)	0.62 %
18	https://knowledge.allbest.ru/marketing/3c0b05625b3ac09b4d43a09621306c27_0.html	80 (8)	0.60 %
19	http://market-info.ua/journals/2018/25_2018_ukr/67.pdf	73 (5)	0.55 %
20	http://www.lrbis-nbu.gov.ua/cgi-bin/lrbis_nbu/cgi/lrbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&image_file_name=PDF/Nvchynu_2012_633-634_27.pdf	69 (4)	0.52 %
21	https://moodle.znu.edu.ua/pluginfile.php/553994/mod_resource/content/1/D0%9B%D0%95%D0%9A%D0%A6%D0%86%D0%AF%204.doc	66 (3)	0.50 %
22	https://www.storoidlo.ua/2020/05/18/novynasusniltatvo/moz-prylyudmyly-rekomendacziyi-shhodo-raboty-hotely	58 (2)	0.44 %
23	https://revizikon.allbest.ru/sport/00615518_1.html	56 (5)	0.42 %

24	http://repositorio.mdu.in.ua/jspui/bitstream/123456789/1/Such_tekhnol_upravl_2013.pdf	49 (4)	0.37 %
25	http://rscdy.gov.ua/ua/planirovanie-samostoyatelnyh-puteshestvij/komfortnoe-prozhivanie/sistemy-pitanija-v-otelyah/	46 (1)	0.35 %
26	https://tourlib.net/books_ukr/y3-5-3.htm	44 (1)	0.33 %
27	https://ua-referat.com/uploaded/gg/elena-industriya-yak-osnovna-lanka-materielno-tehnichnyj-index1.html	41 (3)	0.31 %
28	http://krivukya.net/print.page.1.67664.Vzeimosvaz-comyalny-gosinzhoviv-etiketi-konkvalivaya-kul-tura-na-primere-GRK-Rly-ara.html	36 (4)	0.27 %
29	http://8ref.com/194referat_194726.html	35 (2)	0.26 %
30	https://sci-conf.com.ua/wp-content/uploads/2021/03/PRIORITY-DIRECTIONS-OF-SCIENCE-AND-TECHNOLOGY-DEVELOPMENT-21-23.03.21.pdf	33 (2)	0.25 %
31	http://eprints.kname.edu.ua/38929/1/2012%201%20%D0%9F%20PIDRYCHNUK_RestorMena_dg2013.pdf	33 (1)	0.25 %
32	http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&I21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&image_file_name=PDF/ILNU_Mv_2014_24_33.pdf	32 (1)	0.24 %
33	https://led.edu.ua/sites/default/files/2021-03/%D0%9F%D1%80_%D0%A3%D1%80%D0%B0%D0%B0%D1%81%D0%B8_%D0%B9%D0%BA%D1%83%D1%80%D1%81_%D0%B1%D0%B0%D0%BA%D0%B0%D0%B8%D0%B2%D1%80_2020.pdf	27 (3)	0.20 %
34	http://ir.stu.cn.ua/bitstream/handle/123456789/16365/%D0%A2%D1%8A%D0%B5%D0%B7%D0%B4%D0%B0%D0%BE%D0%B9%20%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%BC.pdf?sequence=1&isAltRed=y	26 (2)	0.20 %
35	https://nt-conf.org.ua/konf102015/1150-scherbatyuk-v-8-ristmikava-sibonnyac-movlyoroboshni-kostenko.html	26 (3)	0.20 %
36	https://ua-referat.com/uploaded/organizacija-socyyalennogo-obslugovannya-spoibachiv-ua-referat/index1.html	25 (2)	0.19 %
37	https://resolution.allbest.ru/soc/0615518_0.html	24 (2)	0.18 %
38	http://tourlib.net/ua/ukr/yurchenko.htm	23 (2)	0.17 %
39	https://ua-referat.com/?ved=27312	23 (2)	0.17 %
40	http://8ref.com/12%D1%80%D0%B5%D1%84%D0%B5%D1%80%D0%B0%D1%82_122455.html	23 (2)	0.17 %
41	http://vudoc.zavartog.com/text/30499/index1.html?page=4	23 (2)	0.17 %
42	https://docplayer.net/41941562-Organizacija-palehnogo-gospodarstva-konpekt-dekly-dlya-studenty-spezialnosti-pobitna-restoranna-sprava.html	23 (1)	0.17 %
43	https://194.44.152.155/elib/local/338.pdf	23 (1)	0.17 %
44	http://krv.kim.edu.ua/wp-content/uploads/2015/05/TEZI_II-pastan.pdf	21 (1)	0.16 %

45	http://dspace.oueu.edu.ua/bitstream/123456789/9241/1/%D0%A2%D1%83%D1%80%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B2%D1%87%D0%B0%D0%B8%D0%B9%20%D1%82%D0%80%20%D0%B3%D0%B8%D1%82%D0%B5%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE%D0%A0%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%BC%D0%BD%D0%BE%D0%B8%20%D0%B1%D1%86%D0%B7%D0%BD%D0%B5%D1%81%20%D1%81%D0%B2%D1%82%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D0%B9%20%D0%B4%D0%BE%D1%81%D0%B2%D1%83%D0%B4%20%D1%82%D0%B0%20%D0%BF%D0%B5%D1%80%D1%81%D0%BF%D0%B5%D0%BA%D1%82%D0%B8%D0%B2%D0%B8%20%D1%80%D0%BE%D0%B7%D0%B2%D0%B8%D1%82%D0%BA%D1%80%20%D0%B4%D0%B8%D1%8F%20%D0%A3%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%87%D0%BD%D0%B9.pdf	21 (3)	0.16 %
46	https://learn.znu.edu.ua/med/resource/view.php?id=70163	20 (3)	0.15 %
17	http://repository.znu.sum.ua/bitstream/123456789/994/0/Orhanizatsia_relorannoi_sprawy.pdf	20 (1)	0.15 %
18	http://www.tourism.ruef.edu.ua/files/023-2017.pdf	18 (1)	0.14 %
19	http://www.viel.com.ua/facbook/08_10_20rb2.pdf	17 (2)	0.13 %
20	http://prints.knape.edu.ua/4502/1/%D0%B4%D0%B0%D0%B2%D0%B8%D0%B4%D0%BE%D0%B2%D0%B0_%D0%BF%D0%B5%D0%A7%D0%B0%D0%A2%D0%B0_27%2012_%D0%BC%D0%B2_%D0%B4%D0%BE_%D1%81%D0%B0%D0%BC%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%86%D0%B3%D0%BD%D0%BE%D0%B3%D0%BE_%D0%B2%D0%B8%D0%B2%D1%87%D0%B5%D0%BD%D0%BC%D1%8F.doc	14 (1)	0.11 %
1	https://studfile.net/preview/5119840/page/5/	14 (2)	0.11 %
2	http://www.znu.edu.ua/uploads/med_s&2019/icon/1/TN_2019_FMTU.pdf	13 (1)	0.10 %
3	https://ukr.edu.ua/sites/default/files/2023-02/%D0%AC%D0%B5%D1%82%D0%BE%D0%B4%D0%B8%D1%87%D0%BD%D1%80%20%D1%80%D0%B5%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D0%B5%D0%B5%D0%B4%D0%B0%D1%86%D1%87%20%D0%B4%D0%BE%20%D0%BE%D1%86%D0%B4%D0%B0%D0%BE%D1%82%D0%BE%D0%B2%D0%BA%D0%B6%20%D0%BA%D0%B2%D0%B0%D0%BE%D1%86%D1%81%D1%86%D0%BA%D0%B0%D1%86%D1%86%D0%B9%D0%B0%D0%BE%D1%80%20%D1%80%D0%BE%D0%B1%D1%80%D1%82_022%20%D0%B4%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D0%B9%D0%BD_%20%D0%9C%D0%B0%D0%B2%D1%86%D1%81%D1%82%D1%80%D0%BE_docs.pdf	12 (1)	0.09 %
	https://ukr.edu.ua/page/4.22227-Organizatsiya-roboty-sluzhby-diloviyu-podlinise.html	12 (1)	0.09 %
	https://olheferests.sibest.ru/spor/00171076_0.html	11 (1)	0.08 %
	https://studopedia.ru/19_12366_ravenstvo-menedzhment-zarubizhny-dovid.html	10 (2)	0.08 %
	http://revolution.sibest.ru/spor/00331233_1.html	9 (1)	0.07 %
	https://trade.hobosobro.ru/60229	8 (1)	0.06 %
	http://www.kua.co.ua/management/3bd784c53b89521206c37_0.html	8 (1)	0.06 %
	https://subj.ukr-rl.com/res/canna-sprava-majsta-m-p-7-1-povvalya-yak-odl-poshug-na-pidpryemstava-rezorannogo-gospodstva/	8 (1)	0.06 %
	https://studopedia.ru/12_36907_pidpryadkuvannya-shchib-henchuvannya-u-sklad-polehogo-pidpryemstva.html	7 (1)	0.05 %
	https://www.bibliofond.ru/view.aspx?id=670009	6 (1)	0.05 %
	https://olheferests.ru/2019/12/organizatsiya-tekhnologiya-kontrol-za-yakistyu-nadannya-zhivotik-noslug-naselennyu-u-mikryax-timchisovogo-razvivannya/	5 (1)	0.04 %

иск принятых фрагментів (немає принятых фрагментів)

исполнительный

лист

исполнительный лист (ИЛ)