

ЗАКЛАД ВИЩОЇ ОСВІТИ
«УНІВЕРСИТЕТ КОРОЛЯ ДАНИЛА»

Факультет суспільних та прикладних наук
Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

для здобуття першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
на тему: **«Особливості організації обслуговування в міжнародній
мережі ресторанів «Хінкальня»**

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

Студента (ки) 4 курсу, ГРСз-20 групи
Дирди Мар'яни Іванівни

(прізвище, ім'я, по батькові)

Керівник Мальована О.Г.

старший викладач

(посада, вчене звання, науковий ступінь, прізвище та ініціали)

Національна шкала 5

Кількість балів: 95 оцінка: ECTS A

Члени комісії

Турчак Н.М.
(прізвище та ініціали)

Кичур М.З.
(прізвище та ініціали)

Тоголен М.І.
(прізвище та ініціали)

Мухомик В.М.
(прізвище та ініціали)

Термецька Х.М.
(прізвище та ініціали)

Мальована О.Г.

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

в.о. завідувача кафедри туризму
та готельно-ресторанної справи

Терлецька Х.М. 

«06» лютого 2024 року

ІНДИВІДУАЛЬНЕ ЗАВДАННЯ СТУДЕНТУ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ

Дирді Мар'яні Іванівни

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи: «Особливості організації обслуговування в міжнародній мережі ресторанів «Хінкальня»

Керівник роботи: Мальована Оксана Григорівна, старший викладач

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

Затверджені наказом закладу вищої освіти від «12» березня 2024 року № 19/1

2. Строк подання студентом роботи 23.05.2024

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

1. Дослідити аспекти організації обслуговування у міжнародній мережі ресторанів грузинської кухні «Хінкальня»

2. Охарактеризувати міжнародну мережу грузинської кухні «Хінкальня»

3. Проаналізувати організацію обслуговування споживачів ресторану грузинської кухні «Хінкальня», м. Львів, меню ресторану

4. Дослідити ефективність та проблематику системи обслуговування у мережі ресторанів грузинської кухні «Хінкальня»

5. Дослідити впровадження сучасних інноваційних форм обслуговування та ефективних систем управління у ресторанному бізнесі

6. Запропонувати рекомендації щодо підвищення ефективності організації обслуговування споживачів мережевого ресторану грузинської кухні «Хінкальня», м. Львів

4. Дата видачі завдання 06.02.2024

Календарний план виконання роботи

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Вибір теми кваліфікаційної роботи	12.12.2023	виконано
2	Затвердження індивідуального завдання	06.02.2024	виконано
3	Підбір літературних джерел	09.02.2024	виконано
4	Складання плану кваліфікаційної роботи	12.02.2024	виконано
5	Написання 1 розділу кваліфікаційної роботи	28.02.2024	виконано
6	Написання 2 розділу кваліфікаційної роботи	15.03.2024	виконано
7	Написання 3 розділу кваліфікаційної роботи	28.03.2024	виконано
8	Підготовка текстового варіанту роботи для попереднього захисту на засіданні кафедри	23.05.2024	виконано
9	Представлення роботи для перевірки на академічну доброчесність	27.05.2024	виконано
10	Написання відгуку наукового керівника на кваліфікаційну роботу	03.06.2024	виконано
11	Рецензування кваліфікаційної роботи	04.06.2024	виконано
12	Захист кваліфікаційної роботи на засіданні ДЕК	13.06.2024	виконано

Студент

Науковий керівник



 (підпис)


 (підпис)

Мар'яна Дирда

(прізвище, ім'я, по батькові)

Оксана Мальована

(прізвище, ім'я, по батькові)

АНОТАЦІЯ

Метою дослідження є вивчення організації надання основних послуг у мережі ресторанів «Хінкальня» та визначення їх ефективності з точки зору задоволення клієнтів та досягнення бізнес-цілей закладу.

В першому розділі розглянуто теоретико-методологічні аспекти організації обслуговування у міжнародній мережі ресторанів грузинської кухні «Хінкальня».

В другому розділі проведено аналіз організації обслуговування в мережевому ресторані грузинської кухні «Хінкальня», м. Львів.

В третьому розділі представлено шляхи підвищення ефективності організації обслуговування в мережевому ресторані грузинської кухні «Хінкальня», м. Львів.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: КУХНЯ, ОБСЛУГОВУВАННЯ, МЕРЕЖА, ОРГАНІЗАЦІЯ.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБСЛУГОВУВАННЯ У МІЖНАРОДНІЙ МЕРЕЖІ РЕСТОРАНІВ ГРУЗИНСЬКОЇ КУХНІ «ХІНКАЛЬНЯ».....	5
1.1. Особливості мережевих ресторанів. Формування ресторанних мереж у ресторанному бізнесі.....	5
1.2. Характеристика міжнародної мережі ресторанів грузинської кухні «Хінкальня».....	10
1.3. Програми лояльності споживачів у мережевих ресторанах.....	16
<i>Висновки до розділу 1</i>	
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБСЛУГОВУВАННЯ В МЕРЕЖЕВОМУ РЕСТОРАНІ ГРУЗИНСЬКОЇ КУХНІ «Хінкальня», М. ЛЬВІВ.....	25
2.1 Розгляд діяльності мережевого ресторану грузинської кухні «Хінкальня», м. Львів.....	25
2.2 Аналіз організації обслуговування споживачів ресторану грузинської кухні «Хінкальня», м. Львів.....	31
2.3 Характеристика меню ресторану грузинської кухні «Хінкальня», м. Львів. Асортимент традиційних страв та напоїв грузинської кухні	35
<i>Висновки до розділу 2</i>	
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБСЛУГОВУВАННЯ В МЕРЕЖЕВОМУ РЕСТОРАНІ ГРУЗИНСЬКОЇ КУХНІ «Хінкальня», М. ЛЬВІВ.....	38
3.1 Ефективність та проблематика системи обслуговування у мережі ресторанів грузинської кухні «Хінкальня».....	42
3.2 Впровадження сучасних інноваційних форм обслуговування та ефективних систем управління у ресторанному бізнесі	44
3.3 Рекомендації щодо підвищення ефективності організації обслуговування споживачів мережевого ресторану грузинської кухні «Хінкальня», м. Львів.....	49
<i>Висновки до розділу 3</i>	
ВИСНОВКИ.....	57
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	59
ДОДАТКИ.....	62

ВСТУП

Актуальність теми. В умовах глобалізації та культурного обміну ресторанні бізнеси виявляють себе як платформи, що об'єднують різноманітні кулінарні традиції та задовольняють смаки клієнтів з різних куточків світу. Один із прикладів такого синтезу — мережа ресторанів грузинської кухні «Хінкальня». У цьому дослідженні ми розглядатимемо особливості організації обслуговування в цій міжнародній мережі, яка відзначається не лише вишуканою кулінарією, але і унікальним підходом до обслуговування клієнтів.

Ресторанна індустрія постійно вдосконалюється, пристосовуючись до змінних уподобань споживачів та враховуючи культурні відмінності. «Хінкальня», заснована як грузинська мережа ресторанів, не обмежується тільки географічним контекстом, але і створює унікальне середовище для своїх відвідувачів, надаючи неперевершений досвід [9].

Мета дослідження — метою дослідження є вивчення організації надання основних послуг у мережі ресторанів «Хінкальня» та визначення їх ефективності з точки зору задоволення клієнтів та досягнення бізнес-цілей закладу.

Завдання дослідження:

- описати особливості міжнародної мережі ресторанів грузинської кухні «Хінкальня»;
- проаналізувати організацію обслуговування споживачів ресторану грузинської кухні «Хінкальня»;
- рекомендації щодо підвищення ефективності мережевого ресторану грузинської кухні «Хінкальня».

Об'єкт дослідження — міжнародна мережа ресторанів грузинської кухні «Хінкальня».

Предмет дослідження — конкретні аспекти, що стосуються організації обслуговування в міжнародній мережі ресторанів «Хінкальня». Вивчення та аналіз особливостей мережі ресторанів «Хінкальня».

Методи дослідження — для досягнення поставленої мети можна використовувати наступні методи дослідження: аналізу наявних відкритих джерел, зокрема відгуків споживачів, опитування респондентів та аналіз даних.

Практичне значення одержаних результатів. Практичне значення полягає у можливості використання одержаних результатів дослідження для удосконалення діяльності підприємств ресторанного господарства та підвищення іміджу ресторанних підприємств. Вони можуть бути використані мережею ресторану «Хінкальня» та іншими закладами для покращення організації надання основних послуг.

Структура роботи. Дана кваліфікаційна робота складається з вступу, трьох розділів, дев'яти підрозділів, висновків, списку використаних джерел та додатків.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБСЛУГОВУВАННЯ У МІЖНАРОДНІЙ МЕРЕЖІ РЕСТОРАНІВ ГРУЗИНСЬКОЇ КУХНІ «ХІНКАЛЬНЯ»

1.1 Особливості мережевих ресторанів. Формування ресторанних мереж у ресторанному бізнесі

Із зміною харчових тенденцій змінилася й ресторанна індустрія. Тепер клієнти шукають більше різноманітності та цінності, коли харчуються поза домом, і мережеві ресторани можуть надати і те, і інше. В результаті останнім часом мережі стають все більш популярними. Мережа ресторанів — це заклад харчування або торгова марка, яка включає кілька окремих ресторанів або франшиз.

Мережа ресторанів відома своїми стандартизованими рецептами та процедурами приготування їжі, декору та оформлення. Ці ресторани зазвичай знаходяться в місцях з інтенсивним рухом людей, таких як торговельні центри, аеропорти та зупинки на шосе.

Мережеві ресторани не можуть бути дорогими за визначенням. Це основа забезпечення трафіку відвідувачів. Тому ціни мережевих ресторанів завжди «розумні» [9].

Такі заклади зазвичай розвивають сильний бренд та унікальну ідентичність. Це може включати в себе логотип, дизайн інтер'єру, концепцію обслуговування та інші елементи, що роблять їх впізнаваними. Вони використовують стандартизацію для забезпечення однакової якості продуктів, обслуговування та досвіду для клієнтів у всіх закладах. Це допомагає впізнаваності та уникненню різниць між різними локаціями.

Мережеві ресторани можуть використовувати економії масштабу, закупаючи інгредієнти та обладнання великими партіями. Це може дозволити знизити витрати та оптимізувати процеси.

Мережеві ресторани часто мають висококваліфікований менеджмент, який відповідає за розвиток та координацію роботи всіх закладів. Це сприяє ефективному управлінню та впровадженню стратегій, вони активно використовують сучасні технології для автоматизації бізнес-процесів. Це може включати в себе POS-системи, онлайн-бронювання, програми лояльності та інші інновації [10].

Мережеві ресторани можуть витрачати значні кошти на маркетинг та рекламу для підтримки свого бренду та привертання нових клієнтів. Це може включати в себе різноманітні рекламні кампанії, участь у подіях та соціальних мережах. Формування ресторанних мереж у ресторанному бізнесі — це складний процес, який включає в себе кілька етапів та стратегій [13]. Нижче наведено кроки, які можна врахувати при створенні та розвитку ресторанної мережі:

- аналіз ринку;
- розробка концепції;
- створення бренду;
- підбір локацій;
- стандартизація;
- фінансове планування;
- підбір та тренування персоналу;
- маркетинг та реклама;
- впровадження технологій;
- система контролю та звітності;
- розширення та франчайзинг;
- аналіз ринку та конкуренції;
- вибір концепції та унікальності;

- локації та розміщення;
- розвиток та розширення.

Розглядайте можливості розширення мережі через відкриття нових ресторанів в інших локаціях або співпрацю з франчайзинговими партнерами. Одним з основних методів формування мережі є франшиза. Існує багато різних способів відкрити франшизу ресторану, але найголовніше — провести дослідження та знайти правильну можливість (Рис. 1.1).

1	Обрати бізнес модель
2	Дослідити франчайзера
3	Оформити договір
4	Організація роботи відповідно до умов договору
5	Виплата роялті для власника франшизи

Рис. 1.1. Процес організації закладу мережі за принципом франшизи

Ось чотири етапи, як почати:

- знайти бізнес-модель, яка відповідає цілям і стилю. Існує багато різних типів ресторанних франшиз, тому важливо знайти той, який відповідатиме потребам і цілям. Вибираючи франшизу, враховується місце розташування, типи меню та ціни;
- дослідження франчайзера, коли знаходиться кілька потенційних франшиз, настав час трохи покопатися та дізнатися більше про компанію, що стоїть за брендом. Подивитися на їх фінансову стабільність, потенціал зростання та досвід роботи з іншими франчайзі;
- забезпечене фінансування. Відкриття франшизи ресторану може бути дорогим, тому потрібно переконатися, що є необхідні кошти. Обрати бізнес-модель, дослідити франчайзера, оформити договір Організація роботи відповідно до умов договору. Виплата роялті для власника франшизи поговорити із потенційними кредиторами про варіанти

позики та порівняйте вартість, щоб побачити, що є найбільш доцільним у відповідній ситуації;

- почати будівництво. Після того, як забезпечили фінансування та обрали франчайзера, настав час приступати до реалізації проєкту. Співпраця з франчайзером необхідна, щоб побудувати ресторан і налаштувати все відповідно до його вказівок.

Відкриття ресторанної франшизи може стати чудовим способом увійти в індустрію харчових продуктів і напоїв, не починаючи з нуля. Досліджуючи та ретельно вибираючи франчайзера, можна налаштуватися на успіх. Проте франчайзинг і класична мережа мають ряд відмінностей. Мережевий ресторан — це ресторан, який є частиною більшої компанії, яка має кілька локацій по всій країні або по всьому світу.

Мережі ресторанів, як правило, більш уніфіковані з точки зору пропозиції в меню та загального досвіду харчування. Це пояснюється тим, що мережеві ресторани, як правило, належать і управляються однією компанією, яка легко підтримує узгоджені стандарти в усіх своїх місцях. З іншого боку, франчайзинговий ресторан — це тип мережевих ресторанів, де окремим франчайзі належить кожне місце. Це незалежна компанія, якій надано право використовувати назву та брендинг материнської компанії.

Ще одна ключова відмінність між мережевими ресторанами та франчайзинговими ресторанами — потенціал зростання. Мережі ресторанів можуть відкривати нові локації швидше та ефективніше, ніж ресторани за франшизою. Це пояснюється тим, що мережевим ресторанам потрібно лише знайти підходящу нерухомість і найняти новий обслуговуючий персонал, тоді як франчайзинговим ресторанам також потрібно знайти кваліфікованих франчайзі, готових інвестувати в бренд. Зрештою, і мережеві, і франчайзингові ресторани мають плюси та мінуси.

Будуйте партнерство з місцевими громадами та проявляйте соціальну відповідальність, що може включати участь у благодійних заходах або зменшення екологічного впливу. Формування ресторанних мереж в Україні

вимагає збалансованого підходу до бізнесу, врахування культурних особливостей та готовності до адаптації до змін в ринкових умовах [4].

«Хінкальня» — це мережа ресторанів, спеціалізованих на грузинській кухні з акцентом на традиційні грузинські страви, зокрема хінкалі. Особливості мережевих ресторанів «Хінкальня» ставить перед собою завдання збереження та подавання автентичних грузинських смаків. Це включає в себе використання традиційних рецептів, спецій та інгредієнтів. Меню «Хінкальні» може включати різноманітні варіації хінкалі, а також інші традиційні грузинські страви, такі як хачапурі, супи, салати та десерти.

Ресторани «Хінкальня» намагаються створити атмосферу, що нагадує про грузинський колорит. Дизайн інтер'єру може включати в себе елементи грузинської традиції та національного орнаменту. Засновані на грузинських традиціях гостинності, ресторани «Хінкальня» прагнуть до високого рівня обслуговування та створення затишної атмосфери для гостей. Мережа може встановлювати стандартизовані процеси приготування їжі та обслуговування для забезпечення єдності якості у всіх ресторанах.

«Хінкальня», може прагнути співпрацювати з локальними постачальниками для забезпечення свіжих та якісних інгредієнтів. Для привертання уваги та співпраці з клієнтами, мережа може організовувати тематичні події, дегустації та майстер-класи з грузинської кухні. Деякі ресторани мережі можуть використовувати технологічні рішення, такі як мобільні додатки для замовлення їжі та отримання знижок. Застосовуючи програми лояльності та знижки, мережа намагається залучати постійних клієнтів та підтримувати їхній інтерес до грузинської кухні.

Ці особливості можуть варіювати в залежності від конкретної мережі «Хінкальня», але загалом вони прагнуть передати есенцію грузинської гастрономії та культурного спадку через свій бізнес. Таким чином, для успішної діяльності у сфері ресторанного бізнесу необхідно розробляти заходи у різних галузях: матеріалізацію послуг, удосконалення якості, регулювання попиту та його взаємодії з пропозицією тощо.

1.2 Характеристика міжнародної мережі ресторанів грузинської кухні «Хінкальня»

Грузинська кухня - традиційний національний стиль приготування жителів Грузії. Характерною рисою грузинської кухні, як і будь-якої національної кухні, є використання певних продуктів, поширених лише на Кавказі, в результаті чого з'явилися певні страви, популярність яких була визнана в усьому світі [12].

Рецепти та філософія приготування страв грузинської кухні засновані на пікантних контрастах. Овочі широко використовуються як самостійні страви, так і як доповнення до м'ясних страв. За історико-географічними характеристиками грузинську кухню поділяють на західногрузинську та східногрузинську не тільки через різні природні умови цих двох великих регіонів, але й через вплив Османської імперії та Ірану. У результаті виникли відмінності у вживанні деяких основних продуктів (хліб, м'ясо) і, частково, у характері асортименту улюблених ароматичних присмаків - відмінності, які зберігаються досі.

Характеристика грузинської кухні у ресторанній мережі «Хінкальня» може включати ряд особливостей, які роблять цю кухню унікальною та привабливою для гостей. Зазвичай, ресторани цієї мережі спеціалізуються в приготуванні традиційних грузинських страв, зокрема хінкалі, які є основною фішкою.

Серед борошняних виробів можна виділити вареники з сиру Сулугуні і знамениту сирну випічку - хачапурі, їх багато, особливо заслуговують на увагу аджарські і меретійські та ін. У Грузії найпопулярніші перші страви: «хаш» - суп з підчеревин і яловичої гомілки; «харчо» - гострий суп з яловичини, «чихирітма» - суп з курки. У грузинському супі майже немає овочевого бульйону. Однак їх консистенція набагато густіша звичайного супу. Зазвичай це досягається додаванням яєчних жовтків або цілих яєць. Для запобігання згортання яєць під час нагрівання застосовують такий прийом: їх попередньо

змішують в одну емульсію з яким-небудь кислим середовищем (натуральні кислі соки, кефір (мацоні) або оцет). В якості кислого середовища найчастіше використовують пюре з сушених слив ткемалі, яке називається «тклапі». Кисле середовище використовують і в супах, коли немає яєць, але є багато жиру або м'яса. Це не тільки поліпшує та робить різноманітним смак страв, але й значно підвищує їхню засвоюваність.

Заслуженою популярністю у грузин користуються квасоля, баклажани, капуста, цвітна капуста, буряк і помідори. Найпоширенішим домашнім блюдом з квасолі і баклажанів є лобіо. У грузинській кухні для приготування страв використовуються різноманітні спеції, приправи та соуси, які готуються виключно з рослинних інгредієнтів. Аджика - відомий «бренд» грузинської кухні. Ця ароматна, кашоподібна і дуже гостра приправа додається практично в кожен страву. Основними інгредієнтами аджики є червоний перець, сушені трави і часник. Також в Грузії можна спробувати пряне ягідне варення. Їх виготовляють зі сливи, ожини, барбарису.

Сир є важливою частиною грузинської національної кухні. Сулугуні мінгрельський, м'який імеретинський, гострий і солоний - грузинський, кобиський, худа, осетинський, тушинський, чанач – їх готують в бурдюках та глеках і подають як інгредієнти для страв і пирогів, а також закусок. Грузинське вино вважається гордістю грузинської національної кухні, без якого не обходиться застілля. Він популярний завдяки своєму солодкому аромату і ніжному смаку. Вина: «Цинандалі», «Ахашені», «Кіндзмараулі», «Сапераві», «Твіш» давно заслужили визнання. Любителям міцних напоїв сподобається грузинська ча ча (виноградна горілка). Бастурма - це в'ялена яловичина, і швидше за все, це блюдо придумали абсолютно випадково, коли шматок м'яса маринували і з часом зрозуміли, що воно стало іншим. Бастіма багатьом подобається за оригінальний смак і неповторний пряний аромат. Купати – це смачна, соковита ковбаса зі свинини або суміші свинини та яловичини. Ковбасні оболонки натуральні – з кишок. У фарш з різних регіонів Грузії додають різні спеції, наприклад в Абхазії кладуть коріандр, чебрець,

базилік, кріп, петрушку і навіть м'яту. Їх краще готувати на вугіллі або мангалі, а в крайньому випадку – у сковорідці. Прикрасити страву можна гранатом або барбарисом. Подають ковбаски із соусом ткемалі. Гарніром можуть стати овочі, або тушкована капуста. Лобіо — так називають варену квасолю. Таку ж назву має і страва. Відварену квасолю товчуть у неоднорідне пюре. Додають кінзу, часник, цибулю, червоний перець. Подають у глиняних горщиках із мчаді — кукурудзяними коржиками.

Хінкалі нагадують великі пельмені з тонкого тіста, начинені фаршем. Їсти їх руками, поки вони є гарячі. Спочатку вони відкушують шматочок, запивають бульйон, а потім з'їдають решту, залишається тільки хвостик. Вдома їх готують рідко, частіше ходять у заклади.

Хачапурі (перекладається як хліб з сиром). У кожного регіону Грузії є свій варіант: аджарський у вигляді човника з сирими яйцями, імеретинський - з сиром, осетинський - з сиром і картоплею, сванський - з м'ясом і спеціями. Є й пісні хачапурі – з естрагоном, лобіо та шпинатом. Сулугуні — пікантний грузинський сир із регіону Самегреро, який має виразний йогурт, злегка солонуватий смак і аромат. Його консистенція повинна бути еластичною і щільною. Сир може подекуди мати дірки, часто неправильної форми та без шкірки. Сир Суругуні – це солоний сир і різновид твердого сиру. Взагалі, розсільні сири вважаються найстарішими сирами, а їх рецептури, відповідно дуже стародавніми.

Харчування — одна із основних життєво необхідних умов існування людини. Здоров'я людини, її працездатність і настрої, нормальний розвиток значною мірою залежать від харчування (Табл.1.1).

Таблиця 1.1

Інгредієнти які входять до страв грузинської кухні

Назва страви	Складники
<p data-bbox="464 349 616 389">Хачапурі</p> 	<p data-bbox="892 349 1461 645">Паляниця з дріжджового тіста, у вигляді човника з ніжним сиром та напівготовим яйцем, може ще бути імеретинським сиром та з сиром сулугуні з яйцем та зеленню</p>
<p data-bbox="480 808 600 848">Хінкалі</p> 	<p data-bbox="895 808 1461 1104">Тугі мішечки з тіста із начинкою з телячого або свинного фаршу та бульйону, кисломолочного сиру та зелені приправлені спеціями та кінзою</p>

Харчо



Гостра традиційна грузинська страва
зі шматочками м'яса та ароматною
зеленню

Рулети з баклажанів



Рулети з баклажанів традиційна
грузинська закуска

Долма



Фарш з телятини у виноградному листі з пікантними грузинськими спеціями

Оджахурі



Соковита свинина, запечена з картоплею та овочами, заправлена часниковим соусом

Хінкаліс Цвняні



Курячий бульйон з міні-хінкалями

Пахлава



Медово-горіховий десерт

1.3 Програми лояльності споживачів у мережевих ресторанах

На сучасному етапі розвитку ресторанних підприємств, щоб залишатись конкурентоспроможними на ринку ресторанних послуг, вже недостатньо сприймати факт уможливлення застосування інновацій, а необхідно активно впроваджувати, використовувати їх в усіх структурах.

Програми лояльності для споживачів у мережевих ресторанах є ефективним інструментом для залучення та утримання клієнтів. Ось кілька типових елементів та стратегій, які можуть бути частиною таких програм [2].

Видання фізичних чи електронних карток лояльності для клієнтів. Ці картки можуть служити для отримання знижок, бонусів чи накопичення балів при кожному відвідуванні, а також присвоєння балів за кожен витрачений суму або кількість відвідувань. Клієнти можуть обмінювати накопичені бали на безкоштовні страви, знижки або подарунки. Актуалізоване онлайн-меню та інформація про акції можуть допомагати клієнтам при прийнятті рішення щодо вибору страв та використання знижок. Також можна розіграти сертифікат на певну суму, чи подарувати вечерю у ресторані (Додаток А).

Лояльність та програми знижок є важливими елементами для привернення та утримання постійних клієнтів у ресторанному бізнесі, включаючи ресторани грузинської кухні, такі як «Хінкальня». Способи які можуть бути використані для підтримки лояльності та пропозицій знижок:

- програма лояльності — введення програми лояльності, де клієнти можуть отримувати бонуси або знижки за кожним відвіданням. Наприклад, можливість отримання безкоштовної страви або знижки при накопиченні певної кількості балів;
- картки лояльності — видання фізичних або електронних карток лояльності для клієнтів, які можуть використовуватися для отримання знижок або спеціальних пропозицій при кожному відвідуванні;
- електронні сповіщення та розсилки — це для інформування клієнтів про нові акції, спеціальні пропозиції та події в ресторані. Це може включати електронні листи, повідомлення або додатки для мобільних пристроїв;
- спеціальні програми знижок для постійних клієнтів, які можуть включати щотижневі чи щомісячні знижки на обрані страви або операції;
- організація спеціальних подій, які доступні тільки для лояльних клієнтів, таких як дегустації нових страв, майстер-класи чи вечірки;
- надання спеціальних знижок або подарунків клієнтам на їхній день народження.

Проведення тематичних вечорів або заходів, присвячених грузинській кухні чи їхній культурі які можуть привертати увагу гостей та створювати унікальний досвід. Це може включати музику, танці, традиційний одяг та гастрономічні сюрпризи. Проведення дегустацій грузинських вин та страв, святкування відкриття закладу, а також парних комбінацій, щоб вивчити гостей про різноманіття смаків грузинської кухні (Додаток Б).

Організація фестивалів, присвячених грузинській культурі, з виставами, виступами музикантів, майстер-класами та гастрономічними подіями.

Створення атмосферних фотозон або інтер'єрів, які стимулюють гостей робити фотографії та ділитися ними в соціальних мережах.

Ці події можуть допомогти не лише створити веселу та цікаву атмосферу в ресторані, але і привернути нових гостей, які хочуть отримати незабутній грузинський досвід. Також вони можуть служити як чудовий маркетинговий інструмент для просування ресторану «Хінкальня». Запуск сезонних або тематичних пропозицій для лояльних клієнтів. Це може включати спеціальні меню, конкурси або подарунки під час святкових періодів. Надання ексклюзивних переваг, таких як пріоритетне обслуговування, спеціальні зали для лояльних клієнтів, доступ до нових страв перед введенням їх в загальне меню тощо. Надання спеціальних знижок або безкоштовних подарунків для клієнтів у дні їхнього народження або на річницю реєстрації в програмі лояльності (Табл.1.2).

Таблиця 1.2

Інструменти для просування мережевих ресторанів «Хінкальня»

Назва інструменту	Опис	Використання
Соціальні мережі	Створення та управління акаунтами у популярних соціальних мережах (Facebook, Instagram, Twitter) для привертання уваги, реклами та залучення клієнтів.	Публікація фото страв, акцій та новин ресторану. Взаємодія з клієнтами через коментарі та приваблення нових аудиторій.

Власний веб-сайт	Розробка та управління власним веб-сайтом для представлення меню, акцій, контактів та інформації про ресторан.	Зручне онлайн-замовлення, привертання уваги в Інтернеті, підтримка бренду.
Google My Business	Створення та оновлення профілю на Google My Business для покращення видимості ресторану у пошукових системах та отримання відгуків.	Забезпечення правильної інформації про ресторан, покращення рейтингу та відгуків.
Email-маркетинг	Ведення розсилок новин, акцій та спеціальних пропозицій для підтримки зв'язку з постійними клієнтами	Підтримка зв'язку з аудиторією, реклама нових пропозицій та заохочення до повторних відвідувань.
Реклама у Інтернеті	Запуск рекламних кампаній у пошукових системах (Google Ads) та соціальних мережах для привертання нових клієнтів.	Таргетована реклама, збільшення обсягу замовлень та привертання уваги цільової аудиторії.

Продовження табл. 1.2		
Рекламні інтернет-платформи	Розміщення рекламних оголошень на популярних гастрономічних веб-сайтах та додатках для привертання уваги гурманів.	Збільшення обсягу замовлень та залучення цільової аудиторії.
Програма лояльності	Впровадження системи лояльності для постійних клієнтів з накопичувальними балами, знижками та ексклюзивними пропозиціями.	Збереження постійних клієнтів, стимулювання повторних відвідувань.

Використання онлайн-платформ для реєстрації у програмі лояльності та отримання бонусів за замовлення через інтернет. Надання можливості клієнтам спробувати нові страви чи напої безкоштовно або зі значними знижками. Використання електронних листів, SMS-повідомлень чи додатків для сповіщення клієнтів про нові пропозиції, акції та бонуси.

Програми лояльності ефективні, коли вони пропонують реальні переваги та заохочують постійні відвідування, роблячи відносини між клієнтом і рестораном взаємовигідними. Успішність програми лояльності створюється на стадії планування, коли визначаються цілі та способи їх досягнення, а також ефективності та рентабельності програми.

Виділяють критерії для класифікації інноваційних програм лояльності ресторанних підприємств та відповідні їм типи:

- тип програми лояльності може змінюватись залежно від кількості учасників та умов участі. Існує два типи за кількістю учасників: коаліційні програми, які об'єднують кілька компаній, орієнтованих на одну аудиторію, та індивідуальні програми, створені однією компанією для своїх споживачів;
- програми можна класифікувати на основі бар'єрів для входу або умов участі. Відкриті програми дозволяють майже будь-кому брати участь без будь-яких вимог, тоді як закриті програми мають спеціальні процедури, такі як вступні внески або анкети, які необхідно заповнити, щоб стати;
- програми лояльності також можуть відрізнятися рівнем прихильності до надання якісних послуг у ресторанах. Прямі програми спрямовані на збільшення продажів, водночас створюючи у клієнтів враження, що вони завжди отримують високоякісні послуги за розумною ціною в цьому конкретному ресторані;
- реалізуються найчастіше на протязі досить тривалого терміну і вимагають дуже ретельного опрацювання. Наприклад, персональне обслуговування, коли менеджер добре знайомий з очікуваннями і уподобаннями клієнта;
- залежно від вигоди, яку отримує споживач: ціннові — програми, спрямовані на здійснення покупцем повторних покупок, а отже, на підвищення обсягу продажів за рахунок вигідної пропозиції; нецінові — програми, метою яких є встановлення міцних зв'язків зі споживачем у довгостроковому періоді за рахунок переважно унікальних емоційних і соціальних вигод від ресторану. Серед ціннових інноваційних програми лояльності виділяють дисконтні, дисконтні накопичувальні і бонусні програми.

Дисконтні програми є одним із найбільш поширених типів інноваційних програм лояльності споживачів, які орієнтовані на надання споживачеві вигоди у вигляді повернення частини сплаченої вартості товару чи послуг безпосередньо в момент покупки [11].

Існує два типи дисконтних програм: фіксовані знижки та диференційовані або накопичувальні знижки. Програма знижок для лояльності, яка пропонує фіксовані знижки, надає споживачам відчутну перевагу, віднімаючи певний відсоток від вартості продукту чи послуги на місці покупки. Щоб скористатися цією фіксованою знижкою, споживачі повинні мати спеціальну дисконтну картку.

Хоча дисконтні програми користуються широкою перевагою, важливо визнати складність формування згуртованої групи споживачів завдяки зниженню цін, оскільки завжди знайдеться конкурент, який запропонує нижчу ціну. Концепція бонусних програм стимулювання спрямована на підвищення лояльності споживачів. Ці програми працюють на основі того, що, коли споживач робить покупку, він накопичує умовні бали, бонуси або милі. Чим більше бонусів накопичує споживач, тим цінніший подарунок він може отримати.

В результаті споживач отримує не тільки відчутну вигоду, а й відчуває емоційну через придбання бонусів. Ця програма лояльності підвищує прихильність до бренду з боку вже існуючих клієнтів, оскільки стимулювання накопичення бонусів відбувається постійно, мотивуючи покупця до збільшення бонусних балів, а отже, приводить до стабільного придбання продуктів і послуг цього підприємства.

Серед найбільш поширених і простих є такі показники ефективності:

- дохід ресторанного підприємства;
- кількість продажів;
- середній чек споживача;
- збільшення відвідувачів;
- кількість споживачів у базі;
- нові відвідувачі;
- відсоток людей, які здійснюють повторні покупки;
- задоволеність відвідувачів та ін. [2].

Програми лояльності у ресторанному підприємстві обов'язково необхідні для організації, управління і контролю взаємодій зі споживачами. Єдина система управління відносинами з клієнтами дає змогу більш ефективно використовувати інструменти маркетингових комунікацій (особливо рекламну активність), а значить — оптимізувати бюджет на цей вид витрат.

Внесення програми лояльності у ресторанні підприємства буде сприяти:

- відвідування закладу постійними клієнтами;
- заохочення споживачів залежно від активності участі в програмі;
- можливості психологічного заохочення;
- можливості персонального звернення до споживачів;
- зростанню покупок постійних відвідувачів;
- збільшення продажів;
- залучення постійних відвідувачів до покращення та просування ресторанних послуг.

Отже, програми лояльності для споживачів у мережевих ресторанах є ефективним інструментом для залучення та утримання клієнтів.

Висновки до розділу 1

Ресторан — це заклад громадського харчування, де надаються страви та напої для споживання на місці. Зазвичай ресторани пропонують різноманітні страви і напої, які готуються професійними кухарями та барменами. Ресторани можуть варіюватися за стилем кухні (наприклад, італійська, японська, французька, грузинська та інші), розташуванням, рівнем обслуговування та атмосферою.

Основні елементи ресторану включають зону для гостей, де розміщуються столи та стільці, кухню для приготування страв, бар для подавання напоїв, а також інші зони, які можуть включати в себе вестибюль,

лаунж-зони, тераси тощо. Ресторани можуть бути частиною мережі закладів або функціонувати як самостійні підприємства.

У ресторані можуть бути різні формати обслуговування: від класичного обслуговування за столиками до швидкого обслуговування, буфетного стилю чи самообслуговування, в залежності від концепції та специфіки закладу.

Теоретико-методологічні аспекти організації обслуговування у міжнародній мережі ресторанів грузинської кухні «Хінкальня» можуть включати ряд ключових аспектів, які визначають стратегії та підходи до надання послуг. Визначення чіткої стратегії обслуговування, яка відповідає концепції ресторану і вимогам цільової аудиторії. Це може включати швидке обслуговування за столиками або комбінацію обох. Вивчення і впровадження найвищих стандартів якості обслуговування, а також врахування сучасних трендів у галузі гостьового сервісу. Розробка ефективних систем та процесів для оптимізації обслуговування, включаючи прийом замовлень, приготування страв та обслуговування гостей.

Систематичне навчання та розвиток персоналу з метою підтримки високого рівня обслуговування та удосконалення навичок комунікації з клієнтами. Врахування особливостей культурного обслуговування, зокрема при подаванні подаванні страв грузинської кухні та взаємодії з різними культурами. Впровадження сучасних технологій для покращення процесів замовлення, обліку запасів, обробки платежів та взаємодії з клієнтами через онлайн-платформи та мобільні додатки. Систематичний аналіз відгуків клієнтів та збір зворотного зв'язку для постійного вдосконалення якості обслуговування. Активне управління репутацією ресторану в онлайн-середовищі та в різних соціальних мережах.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБСЛУГОВУВАННЯ В МЕРЕЖЕВОМУ РЕСТОРАНІ ГРУЗИНСЬКОЇ КУХНІ «ХІНКАЛЬНЯ», М. ЛЬВІВ

2.1 Розгляд діяльності мережевого ресторану грузинської кухні «Хінкальня»

У кожній країні є великий вибір закладів харчування, які задовольняють різноманітні кулінарні побажання відвідувачів, незалежно від їх смакових уподобань і національності. У більшості великих міст, поряд із ресторанами, які пропонують різноманітну кухню, є також національні ресторани, які зосереджені виключно на традиційних стравах певної країни. Ці заклади відрізняються тим, що спеціалізуються виключно на приготуванні страв певної нації, не вживаючи впливів інших кулінарних стилів. Як наслідок, ці ресторани створюють особливу атмосферу, яка втілює суть країни, показуючи її видатні символи та захоплюючи її унікальну культурну самобутність.

Що стосується кухні, то основна увага приділяється дотриманню як складу меню, так і правил приготування їжі, характерних для країни, а також використання місцевих інгредієнтів. Будь-який підприємець, який наважується на подібний заклад, стикається зі значним ризиком. Існує велика ймовірність того, що автентична грузинська або японська кухня може не сподобатися місцевому населенню. Це все пов'язано з традиціями і культурою, а також пристрастями в їжі.

Мережеві заклади мають сильні й слабкі сторони, які треба враховувати при розробці політиці позиціонування та просування послуги на споживчому ринку (Табл.2.1).

Особливості мережевого підприємства, що працює на споживчому
ринку

Сильні сторони	↔	Слабкі сторони
Вертикальна структура управління розвитком	↔	Подвійна залежність – як від ринку, так і від централізованої політики розвитку
Централізована закупівля матеріалів та товарів	↔	Обмеження у виборі постачальника та товарної політики
Можна зекономити час на відкриття власного бренду використавши мережу	↔	зменшення можливостей самостійного маркетингового впливу на аудиторію
Спільне використання комунікаційної та інформаційної технології	↔	Бракує хороших маркетологів, які відповідають за ефективну стратегію
Можливість зниження сукупних та маркетингових витратах	↔	Не вистача мотивації – послаблена матеріальна і соціальна підтримка маркетингових дій
Більша можливість знизити бар'єри виходу на нові ринки	↔	Конкурують мережеві заклади між собою

Основною особливістю мережевого підприємства є його залежність від централізованої політики мережі. Курс розвитку окремого підприємства визначається власником бренду, якість товару і асортимент є стандартизованими у межах мережі. Проте підприємство має право використовувати бренд, маркетингові матеріали, назву точки продажу, рецепти і обладнання, систему навчання персоналу. Як правило, дизайн і внутрішній вигляд всіх закладів мережі приведена до єдиного зразку. 9 Проте

дохід підприємства залежить в основному від обсягів продажу самої торгової точки, що зменшуються на суму відрахувань центральному офісу мережі. Вказані особливості вимагають від окремих підприємств зваженої та гнучкої стратегії просування своїх послуг, спираючись на бренд мережі та організаційні переваги, проте намагаючись нівелювати слабкі сторони внаслідок своєї участі у мережі

«Хінкальня» — це мережа ресторанів із великим асортиментом страв у меню, головною стравою якого є хінкалі — мішечки з туста, приправлені пряними спеціями з соковитою начикою. Заклад знаходиться у м. Львів, вул. Шевченка 19 (Рис.2.1).



Рис.2.1. Лого «Хінкальня»

«Хінкальня», спеціалізується на грузинській кухні, зосереджуючись на популярній грузинській страві — хінкалі. Концепція ресторану базується на ідеї пропаганди аутентичної грузинської кулінарії, де кожна страва готується з використанням оригінальних рецептів та інгредієнтів.

«Хінкальня» — це чудове місце, де можна поласувати смачними стравами грузинської кухні та поринути в атмосферу грузинського інтер'єру — старовинна грузинська вишивка прикрашає стіни приміщення, а також елементи вишивки є в дизайні меню.

У меню ресторану пропонують соковите м'ясо, овочі, хінкалі, кубдарі, домашнє вино, страви на мангалі та грузинські десерти та горілка-чача.

Щосуботи проводять майстер-класи з приготування хінкалів або хачапурів по-аджарськи для дітей (Рис.2.2).



20 вподобань

hinkalnyanashevchenka Хінкальня на Шевченка запрошує на майстер-класи діток від 4 до 10 років! Щосуботи об 11:00 будемо готувати хачапурі по-аджарськи бейбі. Буде не лише пізнавально, а й весело, адже ми запросили аніматора та фотографа - це буде ранок приємних вражень!

Рис.2.2. Майстер-класи для дітей

У ресторані гостинний персонал, завжди радісно зустріне та запропонує страви що будуть до смаку гостям. Розташовуються заклади зазвичай у місцях великих скупчень людей, у торгових центрах, біля вокзалу чи у центрі міста. Найчастішими гостями закладів є сегмент споживачів, що мають на меті швидке базове харчування, зазвичай у обідню перерву, або вечерю ці години є найвідвідуванішими.

У Львові даний заклад розміщений на вулиці Шевченка, неподалік є торговий центр, визначні місця, лікарня, тут завжди людно. У ресторані є літня тераса, а також бенкента зала, де можна відсвяткувати якусь подію. Заклад великий та просторий, інтер'єр відтворений у традиційному стилі, стіни оздоблені зістареним фактурним каменем, що дозволяє відтворити затишну грузинську атмосферу.

Допоміжними елементами у інтер'єрі є етнічні кольори, аутентичні світильники, старовинна грузинська вишивка, яка прикрашає стіни приміщення. Щоб показати народну фантазію і різноманітність побуту, в дизайні були використані домоткані килими в національному колориті, і в такому ж кольорі деякі крісла. Зробити інтер'єр оригінальним і незабутнім дозволяють також незвичайні люстри.

Прекрасно доповнюють загальну картину елементи меблів в зелених тонах, класичні дерев'яні столи та полиці, традиційний мідний посуд та зелені вазони [21], (Рис.2.3, 2.4).



Рис.2.3. Інтер'єр ресторану



Рис.2.4. Інтер'єр ресторану

Як бачимо найбільше закладів є на заході та півдні України, а саме у Львові та Одесі [20], (Рис.2.5).



Рис.2.5. Розташування закладів мережі «Хінкальня» по Україні

Ресторан прагне до максимальної аутентичності в середовищі та обслуговуванні, щоб створити атмосферу, що нагадує гостям атмосферу справжнього Грузію. Це може охоплювати інтер'єр з елементами грузинського декору, музику, танці та навіть національний одяг персоналу. Ефективний маркетинг, включаючи рекламу в соціальних мережах, участь в кулінарних заходах, спеціальні пропозиції та акції, може допомогти залучити нових клієнтів та зберегти постійну клієнтську базу.

Національна грузинська кухня — це складний симбіоз культури і мистецтва. Вона є частиною сімейних традицій і яскравою пам'яткою країни, а також відрізняється різноманітністю і ситністю. Її основа — це трави, зібрані за особливими правилами з них народжуються складні суміші, які і надають стравам яскравий, пряний і автентичний смак. Звучить смачно, чи не так? Грузинська кухня відома своєю різноманітністю, багатством смаків і ароматів. Успіх закладу «Хінкальня» також залежить від якості страв і обслуговування. Важливо забезпечити свіжість і смакові якості страв, а також високий рівень сервісу, щоб кожен гість відчував себе затишно та забезпеченим.

Грузинська кухня є популярною серед туристів, тому «Хінкальня» може привертати туристів та іноземців, що сприяє розвитку туристичної галузі в місті. Дана кухня настільки популярна в українській столиці, що навіть грузини дивуються, як смачно в нас готують. Грузинська кухня унікальна, оскільки складається з традиційних рецептів, що збирали й передавали протягом століть. Тут люди різних культур збираються разом, щоб насолодитися грузинською кухнею та спілкуватися. Це сприяє культурному обміну та взаєморозумінню між різними групами населення.

2.2 Аналіз організації обслуговування споживачів ресторану грузинської кухні «Хінкальня», м. Львів

Процес обслуговування є сукупністю операцій, які здійснюються виконавцем при безпосередньому контакті зі споживачем послуг при реалізації кулінарної продукції та організації дозвілля. Якість послуг повинна задовольняти встановленим або передбачуваним потребам споживачів. Послуги закладів ресторанного господарства мають відповідати вимогам безпеки і екологічності, цільовому призначенню і надаватися за умов, які відповідають вимогам діючих нормативних документів. У процесі обслуговування споживачів комплекс послуг повинен відповідати типу підприємства і його класу. При їх наданні має враховуватися вимога ергономічності, тобто відповідність умов обслуговування гігієнічним, антропометричним та фізіологічним потребам споживачів. А дотримання цих вимог забезпечує комфортність обслуговування.

Персонал ресторану — одне з найбільш важливих ланок у ланцюзі отримання доходів і отримання прибутку з індустрії ресторанного бізнесу. Персонал даного підприємства включає: директора, бухгалтера, менеджера технічної служби, адміністратора зали, технічний персонал, шефкухаря, кухарів, мийників посуду в кількості двох осіб, барменів, офіціантів, комірника (Рис.2.6), [22].

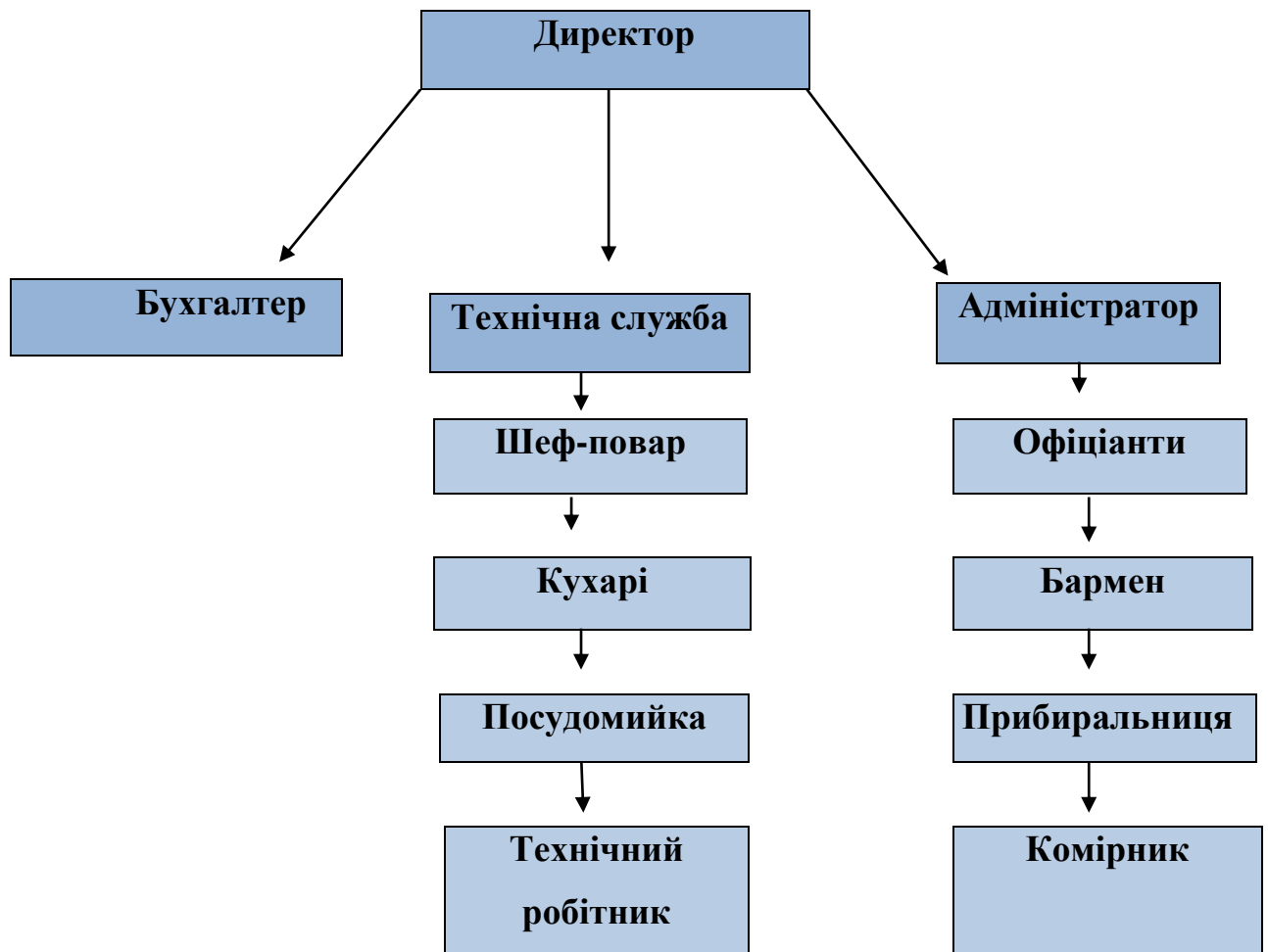


Рис.2.6. Організаційна структура ресторану «Хінкальня»

Обслуговування в ресторані складається з таких елементів: зустріч відвідувачів, проведення їх до столика, приймають і оформляють замовлення, передають їх на бар та кухню, одержання і подача буфетної продукції, замовлених закусок, страв, напоїв, розрахунок з клієнтами. Персонал ресторану «Хінкальня» є доброзичливим, уважним та професійно підготовленим, вони надають якісне обслуговування, та готові відповісти на питання клієнтів та допомогти їм у виборі страв.

Частиною гостьового прийому є створення затишної та приємної атмосфери в ресторані. Дизайн інтер'єру, освітлення та музика відповідає концепції закладу і створювати комфортне середовище для клієнтів.

Важливою частиною гостьового прийому є врахування індивідуальних потреб та побажань клієнтів. Ресторан може надавати можливість замовлення

страв за індивідуальним меню, а також враховувати дієтологічні обмеження або алергічні реакції.

Заходячи у ресторан «Хінкальня», гостей зустрічає хостес зі словами «Гамарджоба, генацвале», що означає «добрий день, дорогий». Гостей одразу проводять до столика за яким хотіли б сидіти і ознайомлюють з меню за QR кодом. Офіціант приймає замовлення і рекомендує страву, він повинен розповісти про її смакові якості й особливості приготування. Слід уточнити також, скільки часу необхідно для виконання замовлення. Потім офіціант може допомогти відвідувачам у виборі вин до замовлених страв.

Обов'язково потрібно повторити замовлення, яке офіціант прийняв, а також уточнити час очікування на кожну страву. Їжу та напої можна також замовити онлайн, у додатку або за номером телефону (Рис.2.7).

У «Хінкальня», доставка працює з 10:30 до 20:30, а ще якщо забрати замовлення самостійно з ресторану то можна отримати аж 10 % кешбек на рахунок в програмі лояльності. Доставка в межах міста безкоштовна від 500 грн, а за межами міста — 150 грн.

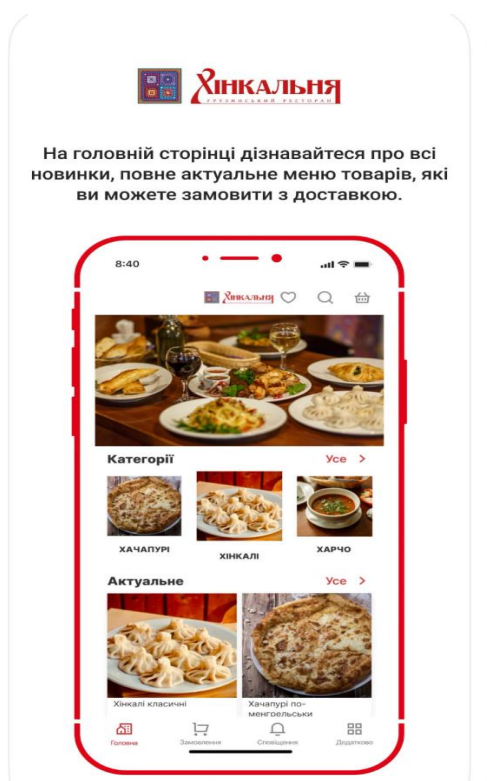


Рис.2.7. Додаток «Хінкальня»

При погіршенні погоди — вартість доставки поза межами 5 км — 100 грн. Оплатити замовлення можна готівка при отриманні або онлайн через сервіс LiqPay (Додаток В).

У «Хінкальня», доставка працює з 10:30 до 20:30, а ще якщо забрати замовлення самостійно з ресторану то можна отримати аж 10 % кешбек на рахунок в програмі лояльності. Доставка в межах міста безкоштовна від 500 грн, а за межами міста —150 грн. При погіршенні погоди — вартість доставки поза межами 5 км — 100 грн. Оплатити замовлення можна готівка при отриманні або онлайн через сервіс LiqPay (Додаток В), [3] .

Один з ключових аспектів управління обслуговуванням — це управління часом очікування клієнтів. Важливо забезпечити ефективну роботу персоналу, щоб уникнути затримок у приготуванні страв і обслуговуванні клієнтів. Персонал ресторану повинен бути добре підготовлений та кваліфікований, щоб забезпечити високу якість обслуговування для гостей. Це включає в себе знання меню, вміння ефективно комунікувати з гостями, розуміння процесу обслуговування та вміння вирішувати можливі проблеми. Добре підготовлений персонал може створити приємну атмосферу в ресторані та зробити візит гостей незабутнім. Важливо, щоб обслуговування було оперативним і якісним, тому навчання та тренування персоналу є важливою складовою успіху будь-якого ресторану.

Ресторан «Хінкальня» може відтворювати атмосферу традиційного грузинського гостьового дому. Це може включати в себе використання традиційних грузинських елементів декору, таких як вишивка, килими, рушники, аутентичні вироби мистецтва та музика. Дизайн інтер'єру може сприяти комфортному перебуванню в ресторані. Зручні меблі, приємне освітлення та добре продумана розкладка зон для сидіння можуть створювати сприятливі умови для гостей.

Важливо, щоб дизайн інтер'єру викликав емоції та асоціації, пов'язані з Грузією. Наприклад, використання традиційних грузинських кольорів

(червоний, синій, зелений), візерунків та орнаментів може підкреслити аутентичність закладу.

Музика та звуки можуть доповнити атмосферу ресторану. Можливо, варто відтворювати традиційну грузинську музику або ж ретельно підібрати музичний супровід, який підкреслить стиль закладу. Обслуговування включає не лише якість страв, але і створення приємної атмосфери для гостей. Дизайн і інтер'єр ресторану, музика та освітлення можуть значно впливати на загальний враження від відвідування.

2.3 Характеристика меню ресторану грузинської кухні «Хінкальня», м. Львів. Асортимент традиційних страв та напоїв грузинської кухні

Грузинська кухня формувалася століттями і перебувала під впливом багатьох людей, з якими держава повинна якось спілкуватися. Грузинська кухня придбала величезну популярність не тільки в нашій країні, але і за кордоном. Багато страв, такі як шашлик, супхарчо, стали інтернаціональними. Безсумнівно, наформування грузинської кухні вплинули як природні особливості, що існують в цьому невеликому регіоні, так і різноманітність релігій.

Сьогодні кулінарія – це унікальне поєднання традицій і нових тенденцій. Він продовжує радувати гурманів з усього світу своїми класичними стравами, пристосовуючись до сучасних тенденцій в здоровому харчуванні і пробує нові інгредієнти і методи приготування. Грузинська кухня заснована на контрасті між гострим і пряним в своїх рецептах і на кулінарній філософії Дека. Овочі широко використовуються як в самостійних стравах, так і в м'ясних.

Відповідно до історико-географічних особливостей грузинська кухня поділяється на західну та східну, відповідно до різних природних умов цих 2 основних регіонів, що призводить до відмінностей у використанні деяких

основних продуктів (хліба, м'яса) і, частково, до збережених наших днів. Наш час обумовлено природою улюбленої гами ароматів і смаків.

У західній Грузії поширені кукурудзяні коржі — мучаді, в той час як в східній Грузії перевага віддається пшеничному хлібу. Що стосується м'яса, то на сході ми їмо баранину та яловичину, тоді як на заході ми віддаємо перевагу курці та індичці.

Грузинська кухня вбирає в себе кращі традиції Закавказзя, Азії та Причорномор'я. Без перебільшення місцеву кухню можна назвати справжнім мистецтвом. Завдяки всій любові і щирості, як і грузини вкладають в свої приготування, вони відрізняються особливою теплотою. Важливою особливістю грузинської кухні, яка привертає

Загальну увагу, є використання спеціальних методів приготування різних страв зі смаком кислого, кислого масла і кислих яєць, щоб створити особливості та оригінальність страви. Грузинська кухня багата спеціями, які доповнюють смак кожної страви і розкривають його ще краще.

Популярними приправами грузинської кухні, безсумнівно, є хміль, сванська сіль, уцхо-сунері та інші. Грузини також люблять додавати в свої страви кріп, петрушку, базилік і м'яту. Особливе місце займає кінза, і її без перебільшення додають навіть в стандартний овочевий салат і так до всіх страв. Крім того, різні джерела повідомляють, що вони особливо люблять ткемалі, сацебелі та аджику.

Грузинські соуси в основному готуються на основі свіжих овочів, спецій, фруктів і соків. У соус також можна додати горіхи і часник. Відмінною рисою грузинської кухні є те, що один і той же соус можна використовувати для різних страв. Приготування соусів для грузинської кухні займає дуже важливе місце, і блюдо не буде подано без відповідного соусу. Ще один важливий елемент це - сир. У кожному грузинському регіоні є свій унікальний рецепт сиру. Сир можна їсти не тільки сирим, але і запеченим, смаженим або копченим. Його можна подавати як закуску або основну страву. Головною визначною пам'яткою Грузії, безсумнівно, є хачапурі. У кожному регіоні

Грузії є традиції приготування цієї страви, але багато хто вважає аджарський хачапурі найсмачнішим. Цей вид являє собою човник з тіста з начинкою з сиру і яєць зверху.

Їдять такий хачапурі руками, відламуючи шматочок рум'яного тіста і вмочуючи в розплавлений сир з яйцем. У Грузії люблять і вміють готувати м'ясні страви. У грузинській кухні немає обмежень на вибір м'яса. Тому грузини використовують свинину, яловичину, баранину і м'ясо птиці.

Наприклад, шашлик виходить особливо смачним і соковитим, причому його не маринують, додають тільки сіль та перець, і обсмажується на паленій лозі на грилі. Нарізану кільцями цибулю кладеться поверх готового шашлику і відразу надається йому не повторний аромат, їх часто подають на тарілці з лаваша.

Однією з найпопулярніших грузинських страв, безякого не обходиться жодне застілля це – закуска фарі (Додаток Г). Її складно назвати просто стравою, це особливий кулінарний принцип. Важливо розуміти його і визначитися зі співвідношенням продуктів. Найчастіше фарі готують з овочів і зелені з горіховою заправкою, також є варіанти з квасолею і грибами. Овочі фарі можна дрібно нарізати, швидко відварити або бланшувати і заправити гострим соусом, найчастіше його подають в якості закуски.

Більшість грузинських солодощів готують на основі горіхів. Серед традиційних солодощів для Грузії особливе місце займає чурчхела (Додаток Д). Ці делікатеси готуються згоріхів, у виноградному соку, який розбавляється борошном. Потрібно замочити горіхи у виноградному соці і дати їм обсохнути. Ці солодощі люблять як місцеві жителі, так і туристи, які відвозять їх додому в якості сувенірів.

Саме тому грузинська кухня створювалася століттями і відрізняється дуже високими смаковими якостями і поживною цінністю, не зважаючи на те, що у неї багато спільного з іншими стравами Кавказу. На сьогоднішній день у Львові існує велика кількість пропозицій від ресторанів і фаст-фудів. Особливою популярністю на сьогоднішній день користується грузинська

кухня. Майже кожен другий ресторан з грузинською кухнею. Хачапурі, хінкалі, сулугуні в лаваші, долма, лобіо, хінкалі, харчо — все це дуже смачно, зрозуміло гостям і легко гоується з місцевих продуктів нашої країни. Ресторан пропонує досить широкий асортимент страв, але меню наведено в додатку (додатки Е, Ж, З).

Хінкальня – це місце, де готують чудові страви грузинської кухні. Кожна страв в меню-це справжня насолода, свято ароматів, яскравих фарб і неймовірного смаку (рис. 2.8).

Тут можна покуштувати:

- м'ясні страви — грузинський соковитий шашлик, абхазура, стейк, люля-кебаб;
- салати та закуски з овочами, зеленню та сиром;
- гарячі хачапурі з сиром сулугуні та іншими начинками;
- неймовірно соковиті хінкалі з бараниною, яловичиною, сиром і зеленню;
- перші страви.



Рис.2.8. Меню ресторану

Підводячи підсумки робіт з історії грузинської кухні, не буде перебільшенням сказати, що це не тільки відображення гастрономічних уподобань людей, а й втілення їх історії, культури і духу. У кожній страві приховані століття історії, приправа і спосіб приготування переносять нас в різні часи, відкривають двері в минуле і дозволяють відчутти зв'язок часу. Грузинська кухня з її різноманітністю і багатством смаків розвивалася під впливом географічних, політичних і культурних факторів.

Вона адаптувалася і еволюціонувала і ввібрала в себе найкраще з сусідніх культур, при цьому зберігши свою унікальність і самобутність. Ця подорож у часі і просторі, починаючи з давніх виноробних традицій і закінчуючи сучасними кулінарними витворами, демонструючи не тільки креативність і майстерність грузинських кухарів, а й глибоку повагу до своєї спадщини.

Вона не тільки приваблює смакові рецептори, але і сприяє повазі до традицій та культури. Вивчення історії грузинської кухні приносить культурне та кулінарне збагачення, нагадуючи нам про те, що їжа - це не лише засіб вгамування голоду, а зв'язок та культурного самовизначення.

А для тих, хто хоче зануритися в атмосферу справжньої грузинської культури та оцінити їхню кухню, рекомендую відвідати грузинський ресторан, де кожен страву приготовано з урахуванням давніх традицій і рецептів і там ви точно знайдете, що замовити для себе, адже меню є досить різноманітним.

Висновки до розділу 2

«Хінкальня» — це мережа гостинних ресторанів із лаконічним меню хітів грузинської кухні. Концепція ресторану базується на ідеї пропаганди аутентичної грузинської кулінарії, де кожна страва готується з використанням оригінальних рецептів та інгредієнтів. У меню ресторану пропонують

соковите м'ясо, овочі, хінкалі, кубдарі, домашнє вино, страви на мангалі та грузинські десерти та горілка-чача.

Ресторан прагне до максимальної аутентичності в середовищі та обслуговуванні, щоб створити атмосферу, що нагадує гостям атмосферу справжнього Грузію. Це може охоплювати інтер'єр з елементами грузинського декору, музику, танці та навіть національний одяг персоналу. Грузинська кухня є популярною серед туристів, тому «Хінкальня» може привертати туристів та іноземців, що сприяє розвитку туристичної галузі в місті. Тут люди різних культур збираються разом, щоб насолодитися грузинською кухнею та спілкуватися. Це сприяє культурному обміну та взаєморозумінню між різними групами населення.

Обслуговування в ресторані складається з таких елементів: зустріч відвідувачів, проведення їх до столика, прийом замовлень та передача їх на кухню та бар, одержання і подача барного замовлення, а також страв, і розрахунок з клієнтами. Персонал ресторану «Хінкальня» є доброзичливим, уважним та професійно підготовленим, вони надають якісне обслуговування, та готові відповісти на питання клієнтів та допомогти їм у виборі страв. Грузинська кухня у своїх рецептах у приготування страв робить акцент на контраст пряного і гострого. «Хінкальня» — це місце де готують дивовижні страви грузинської кухні. Кожна позиція в меню — справжнє задоволення, свято смаку, яскраві фарби і неймовірні аромати.

РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБСЛУГОВУВАННЯ В МЕРЕЖЕВОМУ РЕСТОРАНІ ГРУЗИНСЬКОЇ КУХНІ «Хінкальня», М. ЛЬВІВ

3.1 Ефективність та проблематика системи обслуговування у мережі ресторанів грузинської кухні «Хінкальня»

Відповідно до даних можемо констатувати, що заклад на ринку ресторанного господарства у своєму сегменті займає достатньо високі позиції та більшою мірою позитивно (64% «Чудово» та 25% «Добре», разом 89%) сприймають мережу закладів «Хінкальня». Проте середні оцінки 11% говорить про те, що є певні аспекти, на які варто звернути увагу та покращувати (Рис. 3.1), [20].



Рис.3.1. Сприйняття мережі споживачами

Для визначення проблемних напрямків розглянемо рівень задоволення споживачів за категоріями (Рис. 3.2).

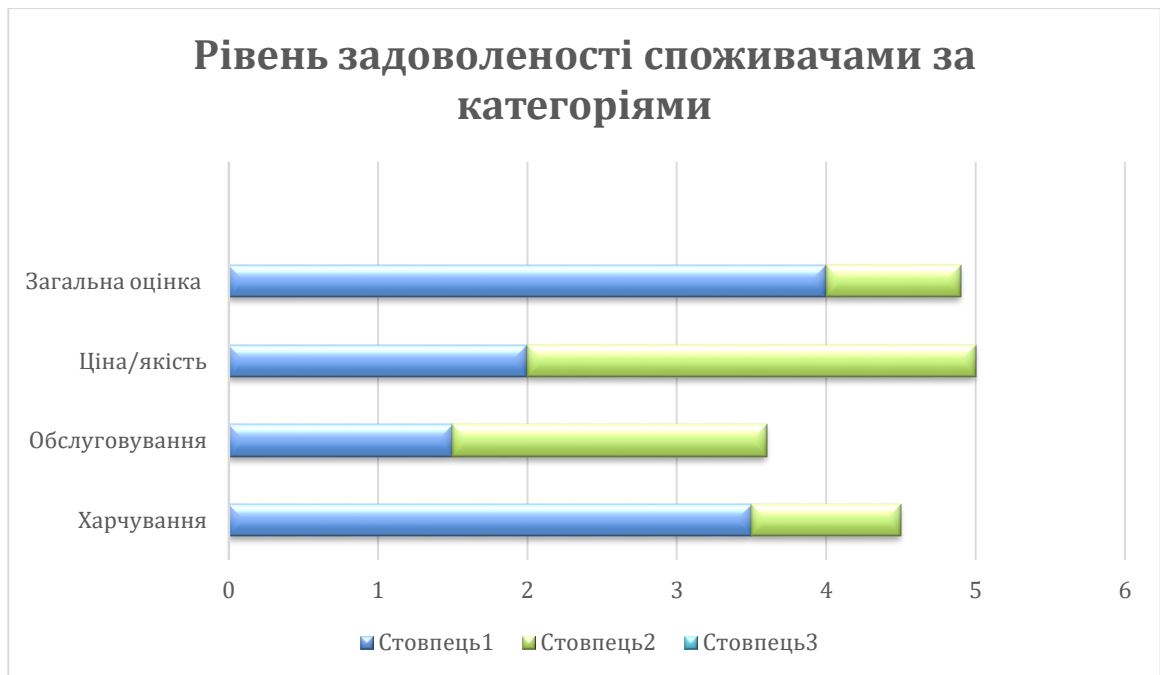


Рис.3.2. Рівень задоволення споживачів за категоріями

Загальний рівень оцінки досить таки високий — 4,5/5. Проте окремі категорії, такі як «Обслуговування» та «Харчування» мають нижчу від середнього оцінку. У цих напрямках варто детальніше зорієнтуватися на проблемних питаннях та скаргах від споживачів. Для цього розглянемо більш детально основні характеристики, на які найбільше звертають увагу споживачі для визначення слабких точок.

Розділимо на «Позитивні» та «Негативні» відгуки. Основними сильними сторонами на думку споживачів є доступні ціни та смачні страви, також респонденти зазначали велику площу залу, гарне розташування і приємну атмосферу закладу, а з негативних відгуків, на які варто звернути увагу та шукати шляхи виправлення це — маленька кількість вбиралень, довго очікувати на страви та низька якість обслуговування. Ці три проблеми можна пояснити однією причиною – великі обсяги споживачів, тому система не завжди в змозі впоратися з такими потужностями та не завжди має достатній рівень пропускнуої спроможності, як на такі кількість гостей одночасно. Окрім того, у питання низької якості обслуговування можна пояснити проблеми з малою кількістю офіціантів.

Попри наявність доволі складних проблем, все ж можна констатувати, що більшість відгуків та характеристик є позитивними і значно перевищують негативні. Проте, необхідно шукати методи виправлення проблематичних питань та поліпшувати і розвивати якість обслуговування на всіх рівнях як особистого між працівником та споживачем, так і загальною системою функціонування закладу.

3.2 Впровадження сучасних інноваційних форм обслуговування та ефективних систем управління у ресторанному бізнесі

Ресторанне господарство як сфера економічної діяльності динамічно розвивається та постійно змінюється. На сьогоднішній день ресторанне господарство є одним із найбільш розповсюджених видів ведення малого та сімейного бізнесу. Заклади з приготування їжі знаходяться у стані постійної конкуренції між собою, змагаючись за перспективні ніші ринку, можливість утримання постійних споживачів та залучення нових.

Відповідно до тенденцій світового розвитку на заміну застарілим методам ведення ресторанного господарства завжди приходять нові: з сучасною архітектурою, з новою концепцією, з прогресивними технологіями у виробництві та обслуговуванні, з використанням мережі Інтернет та інформаційних технологій. У конкурентній боротьбі за споживачів ресторатори використовують різні інструменти:

- авторські, креативні страви чи кухню ф'южн спрямування;
- високоякісне спеціалізоване та автоматизоване устаткування;
- якісний посуд та аксесуари сервірування;
- сучасний дизайн інтер'єру та екстер'єру;
- музичний супровід надання послуг з організації шоу-програми під час проведення заходів;
- обслуговування спеціалізованими персоналом (сомельє, фумельє, бариста);

- впровадження програм та систем лояльності;
- впровадження елементів атракції тощо.

Організації ресторанної індустрії процвітають в конкурентному середовищі, тому намагаються використовувати у своїй діяльності інноваційні методи і технології виробництва і обслуговування. Необхідно використовувати системний підхід для поліпшення управління розвитком ресторанних послуг. На поточному етапі розвитку ресторанного бізнесу, в умовах швидко мінливого зовнішнього середовища і постійно зростаючої конкуренції, система управління повинна бути відповідним чином скоригована відповідно до впливу різних економічних, соціальних та інших факторів.

Застосовуючи системний підхід, ви зможете правильно вирішити проблему управління розвитком ресторанних послуг і виробити правильну стратегію досягнення поставлених цілей в рамках розумної та ефективної системи управління. Функції системи менеджменту в основному спрямовані на підвищення ефективності всієї системи, а основні показники її ефективності видно вкінцевому результаті того, що об'єкт управління виконує функції керуючих компаній і ресторанних закладів, і відповідно, структура системи менеджменту. Набір спеціалізованих відділів, пов'язаних між собою процесом прийняття і виконання управлінських рішень.

Система стратегічного управління управління організацією — це система, яка:

- покладається на вище керівництво і співробітників з амбітним професійним потенціалом в якості основи організації;
- важливо дати вказівку організації всебічно розвивати відносини зі споживачами за допомогою виробництва конкурентно спроможної продукції, надання якісних послуг і встановлення добросусідських відносин;

- визначає ефективність господарської діяльності підприємства через операційну і повсякденну систему управління, засновану на принципі синергії;
- впроваджує гнучкі правила і своєчасні зміни в організації, які виникають в результаті зовнішнього впливу і дозволяють отримати конкурентну перевагу;
- завдяки майстерності в області підприємницької стратегії і реалізації, він забезпечує сталий розвиток організації в довгостроковій перспективі, не порушуючи гармонії навколишнього простору.

У сфері ресторанного бізнесу загальний виробничий план і господарська діяльність підприємства в цілому повинні ґрунтуватися на маркетинговому плані. У разі успішного вирішення існуючих проблем з виконанням поставлених завдань існують важливі передумови і можливості для забезпечення розвитку ресторанного бізнесу та надання послуг відповідно до міжнародних стандартів і практики. Ці сфери потребують досліджень, тому давайте розглянемо деякі з них більш детально. Поточні завдання реалізації управлінських ініціатив в ресторанному бізнесі об'єднують ряд напрямків вдосконалення, пов'язаних з наданням адекватних послуг населенню, підтриманням відносин з державними органами, організацією виробничих і економічних процесів, підвищення ефективності використання оборотних коштів і забезпеченням конкурентоспроможності.

Деякі факти свідчать про негативну тенденцію в розвитку ресторанного бізнесу. Про масове закриття ресторанів не спостерігається, але компанії, які працюють в орендованих приміщеннях і не приділяють великої уваги управлінській діяльності, можуть працювати з мінімальною прибутковістю і в кінцевому підсумку закритися. Позитивним знаком для розвитку підприємств громадського харчування є те, що в умовах зниження попиту це призведе до закриття, що означатиме тільки зменшення кількості відвідувачів і середньої вартості замовлення. (Табл.3.1) [15].

Принципи, які визначають напрямки удосконалення системи управління підприємством [15]

Концентрації	<p>Оцінюється за 2 напрямками:</p> <p>(1) концентрація зусиль співробітників у різних відділах або концентрація всієї системи управління для вирішення основних завдань. (2) однорідна концентрація функцій в одному підрозділі системи управління для усунення дублювання.</p>
Спеціалізації	<p>Відділ праці в спеціальній системі управління (підкреслюється робота менеджерів, фахівців та інших співробітників).</p> <p>Були створені окремі секції, що спеціалізуються на виконанні однорідних функці.</p>
Паралельності	<p>Виконання одразу декілька окремих рішень, покращує оперативність управління персоналом</p>
Адаптивності	<p>Пристосовування до системи управління персоналом, а також до цілей об'єкта управління, які змінюються</p>

Продовження табл. 3.1	
Наступності	Передбачає загальну методичну основу проведення робіт з удосконалення системи управління на різних її рівнях та різними спеціалістами, стандартне їх оформлення
Безперервності	Відсутність перерв в роботі системи управління персоналом або співробітників відділу, скорочення часу зберігання документів, перерви в технічному управлінні і т.д.
Ритмічності	Виконання однакового обсягу робіт в рівні проміжки часу та регулярність повтору функцій управління персоналом
Прямоточності	Послідовність і призначення інформації по виробленню певного рішення. Вона може бути горизонтальною та вертикальною (взаємозв'язки між функціональними підрозділами та взаємозв'язки між різними рівнями управління)

Маркетингові заходи важливі на ресторанных підприємствах, пов'язані з позиціонуванням приміщення в зовнішньому середовищі, цікаві потенційним клієнтам і існуючим відвідувачам. Робота відділу маркетингу дуже широка, яка включає в себе як вивчення ринкового середовища, так і виявлення нових запитів споживачів, а також обґрунтування необхідності вдосконалення

рецептури нових страв і розширення асортименту продукції. Маркетинговою роботою повинні керувати галузеві експерти, які обізнані про тонкощі ресторанного бізнесу, в іншому випадку розвиток підприємства буде ускладнено або взагалі не буде відбуватися.

3.3 Рекомендації щодо підвищення ефективності організації обслуговування споживачів мережевого ресторану грузинської кухні «Хінкальня», м. Львів

У сучасній ринковій економіці якість продукції є основою конкурентоспроможності підприємств. Надання якісних послуг-важливий фактор, що сприяє успіху ресторану. Якість продуктів і послуг має бути направлено на задоволення потреб споживачів. Страви повинні бути приготовані належним чином, а персонал повинен бути швидким, компетентним і уважним. Перевага вишуканої їжі та обслуговування полягає в тому, що клієнти повертаються і рекомендують ресторан своїм друзям.

Якісне ресторанне обслуговування-це суть обслуговування ресторану і умова його успіху. Різноманітність продуктів, смак, ціна, дизайн, імідж та розташування страв важливі, але вони ніколи не отримують компенсації в очах споживачів за необережне та недбале ставлення персоналу [18]. Ресторани, яким вдається надати споживачам чудовий сервіс, отримують сильну конкурентну перевагу. Якість – це складне поняття, що характеризує ефективність всіх аспектів діяльності: стратегічного розвитку, організації виробництва, маркетингу. Найважливішим елементом системи якості в цілому є якість послуг та обслуговування [18].

Напрямок вдосконалення організації в мережі "Хінкальня" полягає в створенні концепції контролю якості товарів і послуг, що сприяє зростанню конкурентоспроможності цього підприємства. Важливо постійно підвищувати обізнаність співробітників організації про надання високоякісних продуктів і

послуг, позитивного іміджу в очах клієнтів, які сприятимуть підвищенню продуктивності організації.

Як було проаналізовано та визначено у розділі 3, основними трьома проблематичними точками для мережі «Хінкальня» є наступні: маленька кількість вбиралень, довгий час очікування замовлення та низька якість обслуговування. Розглянемо, якими методами можна виправити, або нівелювати дані проблематичні питання. У закладі є одна вбиральня, як на сто п'ятдесят посадкових мість є надзвичайно малою кількістю. Окрім того, розташування ресторану є у людному місці, а це означає, що часто вбиральнями можуть користуватися не тільки безпосередньо відвідувачі закладу, а також сторонні люди. Тому тут варто розглянути варіанти або реконструкції та розширення даних приміщень, або також систему відвідування по чекам для відсіювання групи людей, що не є споживачами закладу.

Формування якості обслуговування в ресторані — це основа його послуг та успішності. Основні акценти в якості обслуговування повинні стосуватися також асортименту страв, смаковим та естетичним характеристикам якості, цінам, дизайні та оформлення страв, імідж, локації, що в цілому стимулюватиме прихильність споживача та його задоволеність від отриманої продукції та послуг. Так в подальшому клієнти не тільки повернуться у заклад, але й також будуть радити знайомим.

Якість сервісу можливо покращити, якщо формувати модель управління надання послуг та приготування продукції. Відповідно, щоб забезпечити покращення якості обслуговування в закладі, слід подбати про створення центрів відповідальності.

Відмінний сервіс в ресторані — суть даних закладів, та одна з головних умов їх успішної роботи. На особистому досвіді було досліджено, що на кінцевий емоційний результат споживачів може впливати не стільки смак, якість товару, ціни, дизайн, місце розташування і тд, скільки якісний чемний

та компетентний сервіс з боку персоналу. Ресторан, який зумів надати покупцям хороший сервіс, отримує найсильніше конкурентне переважання.

Якість сервісу та наданих послуг — певний комплекс, набір уявлень та очікувань що характеризує ефективність діяльності усіх сторін діяльності: розробка стратегії, організація виробництва, маркетинг та ін. Найважливішою складовою всієї системи якості є якість служб і сервісу. Заклад потрібно щоб був забезпечений обладнанням, для повноцінного забезпечення закладу в контексті формування швидкого та якісного обслуговування, формувати компетентність персоналу за рахунок вдосконалення їх навичок (тренінги, навчання, практика обслуговування).

За допомоги систем сервіс менеджменту, у рамках цільної системи управління сервісом в організації якість сервісу цілком ймовірно покращити. Тому як результат, для того щоб постійно вдосконалювати якість обслуговування, необхідно створити центр відповідальності системи сервіс-менеджменту. Для того щоб внести дану систему сервіс-менеджменту, та для впровадження нових бізнес-процесів в ресторанний заклад, необхідно зосередитись саме на створення даного процесу, а концентрація вимагає уваги і істотних зусиль з боку центру відповідальності. Хронологічно описати функціонування можна подальшим чином:

- впровадження еталонів сервісу покупців включає навчання та оцінку підсумків вивченого. Навчання може проводитися в різних формах: нав'язання за методичним посібником — незалежне, за допомогою певних тематичних відео, відвідування тренінгів та семінарів, індивідуальне навчання — наставництво та ін. Структура програми, форма оцінки та тривалість визначаються в індивідуальному порядку та залежно від форми навчання;
- навчання працівників технічним умінням про продукт та надані служби. Навчання може проводитися за рахунок внутрішніх і зовнішніх джерел. Проведення для менеджерів закладу семінарів, тренінгів, інструктажів являється прикладом внутрішніми джерелами. Навпроти: візити

засновників, адміністраторів компаній-постачальників продукту, для того щоб презентувати структуру надання сервісу та послуг, та певні запроваджені новинки являються зовнішнім джерелом;

- запуск програми контролю. Значно відображається на покращенні роботи працівників запровадження підсумків контролю, навчання працівників згідно того, як працювати на покращення показників за отриманими підсумками;
- здійснення тестування системи та програма мотивації. До такого виду системи покращення сервіс-менеджменту належить: нарахування заробітної плати, та виплати певних додаткових та обов'язкових премій;
- здійснення перших PR заходів та заходів з утворення сервіс орієнтованого середовища в середині закладу. Посеред таких заходів може бути впровадження на певного відповідного блоку новин на внутрішніх джерелах, сайт, або сторінка соціальної мережі.

Так як є проблеми у закладі щодо довгого часу очікування та низьку якість обслуговування це пов'язано з малою кількістю персоналу щоб запобігти цьому варто одразу здійснювати праивльне обслуговування, так як у закладі меню є досить великим і займає багато процесів приготування варто взяти більше кухарів, а саме на нічну зміну на заготівельний процес, а також і на денні зміни помічників на кухню. Щодо обслуговування така ж сама проблема, потрібіно найняти більшу кількість офіціантів та робити час від часу навчання, для працівників, щоб покращити якість обслуговування.

Існують декілька методів покращення та надання якісного обслуговування клієнтів у ресторані:

- зробіть це вірно з самого початку. Привітайте гостей закладу з самого першого кроку, як тільки вони завітають. Необхідно уважно слухати замовлення, і як варіант запропонувати щось краще, альтернативу, або доповнення до основного замовлення. При зіставленні замовлення необхідно повторити, для того щоб показати що ви дійсно зацікавленні у високоякісному обслуговуванні, та щоб нічого не пропустити зі списку

замовлення. Не примушуйте замовників очікувати, адже через це, настрій гостя може погіршитися. Пам'ятайте, що складно повернути розчарованого замовника. Упевніться, що у вас досить персоналу. Необхідно зауважити, якщо приготування страви займає трохи більше звичного часу, про це попередньо слід повідомити, і запропонувати щось на аперитив. Будьте готовими та інформативними;

- наступний крок полягає в тому, щоб забезпечити високоякісний сервіс замовників — це ті тонкощі, у вирішенні проблемних питань, які впливають на високу якість наданих послуг. Дуже значимо невідкладно вирішити труднощі. Не дозволяйте замовнику злитися, можна запропонувати наступні поради, для вирішення проблемних питань з відвідувачами: прислухайтеся пильно до їх претензій, не перериваючи їх, погодьтеся, що є дійсно питання яке потребує рішення. Нехай знають, що вам дуже шкода, головне зберігати спокій, якщо ви навіть не згодні із вище сказаним від замовника. Запитайте відвідувачів, що вони хотіли б, спробуйте узгодити рішення, яке є прийнятним для вас обох;
- можливість миттєвого замовлення з онлайн-меню забезпечує стрімке обслуговування. Це робить для відвідувачів певну економію часу, комфортність вибору страв. Спостерігається тенденція збільшення середнього чеку при оформленні замовлення онлайн, тому що є певна спокуса при самостійному виборі спробувати якомога більше;
- не забувайте про веб-сайт для мобільних пристроїв. Відвідувачі будуть мати змогу зробити замовлення прямісінько з телефону. Також слід звернути увагу на відвідувачів — категорії сімені пари, особливо ті, які з дітьми. Необхідно передбачити для комфортного відвідування або ігрові пристрої для дітей, або спеціальнц няню, або ігрові кімнати, щоб батьки змогли повноцінно відпочити у вашому закладі.

Безперечно, системи оперативного та поточного управління стають активною категорією управління рестораном лише за умови наявності відповідної системи стратегічного управління [17].

На виконання функцій управління підприємствами, організаціями комунального харчування створюється відповідна структура системи управління, що є сукупність спеціалізованих підрозділів, взаємозалежних процесом прийняття та реалізації управлінських рішень. Ефективний розвиток ресторанного бізнесу перш за все залежить від правильно організованої системи управління із врахуванням всіх факторів включаючи і зовнішнє і внутрішнє середовище, яку можна описати і графічно уявити і відобразити схематично [6], (Рис 3.3).

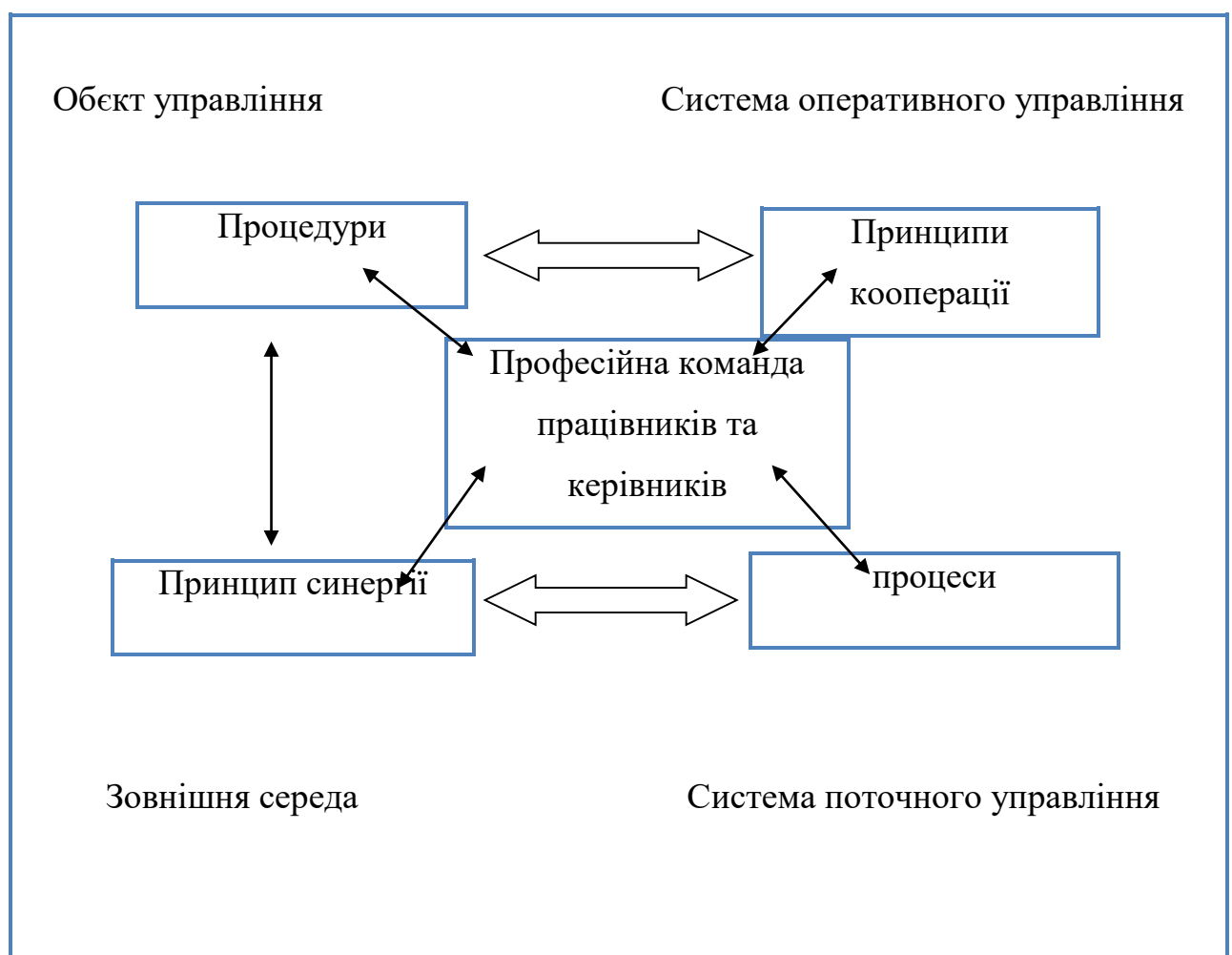


Рис. 3.3. Система стратегічного управління

Система стратегічного управління — це необхідна частина системи управління організацією, яка: (спирається на вищих керівників та співробітників, які мають вмотивований професійний потенціал, як основу організації; направляє організацію на формування відносин із споживачами з

метою задоволення їх смаків та уподобань за допомогою новітніх технологій та виробництва конкурентоздатних ресторанних послуг, та встановлення коопераційних зв'язків.

Використовуючи принципи організаційної синергії, регулювання і своєчасних змін, викликаних зовнішніми факторами, він визначає ефективність економічної діяльності підприємства за допомогою операційних та існуючих систем управління, забезпечує конкурентну перевагу і забезпечує сталий розвиток організації в довгостроковій перспективі без порушення гармонії навколишнього середовища. Завдяки майстерності в області підприємницької стратегії та її реалізації).

Таким чином, поліпшення якості обслуговування в ресторані є важливим критерієм задоволення потреб клієнтів. Завдяки цьому ресторан отримав конкурентну перевагу на ринку. Використовуючи різні методи управління, ви можете бути впевнені, що створюєте процеси, які покращують якість обслуговування, прислухаючись до потреб ваших клієнтів.

Висновки до розділу 3

Відповідно до аналізу проблематики мережі у попередньому розділі, а також розгляду основних сучасних тенденцій розвитку ресторанного бізнесу, було визначено три основні напрямки вдосконалення мереж. Шляхами покращення та розвитку було обрано автоматизацію операційних процесів, впровадження системи комунікації зі споживачами та екологізацію виробництва. Загальна автоматизація може окрім вирішення ряду проблем покращити якість обслуговування та спростити і підняти ефективність багатьох процесів.

Для обслуговування у сучасному світі є важливим побудова системи комунікацій між закладом та клієнтом. Швидкість та доступність обміну

інформації спрощує цей процес, а застосування комунікативного маркетингу надає можливість охопити більші сегменти потенційних клієнтів. В даний час якісне ресторанне обслуговування є не тільки одним з його конкурентних переваг, але і новим стандартом для клієнтів, що визначає якість обслуговування і продукції.

Різноманітність продуктів, смакові характеристики страви, ціна, дизайн, зовнішній вигляд і розташування важливі, але вони ніколи не отримують компенсації в очах споживачів через недбале ставлення персоналу. Ресторани, яким вдається надавати споживачам найкращий сервіс, отримують найсильнішу конкурентну перевагу.

Ресторанні послуги мають складну структуру – вони складаються з безлічі компонентів і параметрів, які розрізняються за своєю природою і важливості для споживачів. Це ускладнює покращення та підтримку якості обслуговування, а з розширенням мережі ресторанів проблеми посилюються. Не обхідність систематичного управління обслуговуванням ресторанів є важливим інструментом для підтримки іміджу ресторану, включаючи історію ресторану, спосіб та традиції приготування страв та напоїв, а також особливу увагу, приділену постійним споживачам.

ВИСНОВОК

Мережа національних ресторанів «Хінкальня» є однією з найвідоміших та найпопулярніших закладів громадського харчування нашої країни. На даний час ринок послуг ресторанного господарства постійно поширюється та видозмінюється під впливом різних факторів внутрішнього та зовнішнього середовища.

Економічні функції ресторанної індустрії розглядаються наступним чином, єдиний інтегрований механізм, пропозиція по виробництву і обігу продукції, що забезпечує ресторанному бізнесу певні переваги порівняно з іншими галузями народного господарства. Ресторан «Хінкальня» у Львові — сімейний ресторан, що пропонує гостям страви грузинської кухні в затишній невимушеній атмосфері. «Хінкальня» пропонує:

- високий рівень обслуговування;
- середній рівень цін;
- різні акції;
- уважне ставлення до кожного клієнта;
- великий вибір страв;
- приготування їжі на виніс;
- організацію корпоративів та інших заходів.

У ресторані готуються і реалізуються для споживання на місці гарячі і холодні закуски, страви і кулінарні вироби, холодні і гарячі напої, алкогольна продукція. Культура і якість обслуговування безпосередньо впливають на результати комерційної діяльності ресторанних компаній. З підвищенням якості послуг збільшується кількість споживачів, збільшується товарообіг, знижуються витрати обігу. Конкурентоспроможність ресторану «Хінкальня» значною мірою також залежить від культури та якості обслуговування. Як відомо, до основних факторів, що визначають культуру обслуговування в громадському харчуванні, відносяться: наявність сучасної матеріально-

технічної бази, широкий асортимент продукції, що виготовляється, впровадження прогресивних форм та методів обслуговування, надання додаткових послуг споживачам, наукова організація праці, вивчення попиту на продукцію та послуги ресторанного господарства, рівень рекламно-інформаційної роботи, підвищення кваліфікації обслуговуючого персоналу.

Тому основне завдання керівництва ресторану - відповідати очікуванням споживачів і, таким чином, залучати постійних клієнтів. Якість продуктів і послуг, що пропонуються в ресторані, регулярно контролюється за допомогою порівняльного дослідження діяльності конкурентів, вивчення складу споживачів, системи скарг і пропозицій.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Архіпов В.В., Іванникова Т.В., Архіпова А. В. Ресторанна справа: Асортимент, технологія і управління якістю продукції в сучасному ресторані : навч.посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2007. 382 с.
2. Мартиненко М. М. Люди як елемент організації: поведінка, влада, лідерство. Основи менеджменту : підручник. Київ : Каравела, 2008. 424 с.
3. Архіпов В.В., Русавська В.А. Організація обслуговування в закладах ресторанного господарства : навч.посіб. Київ : Центр учбової літератури, Фірма «Інкос», 2007. 280 с.
4. Мостова Л.М., Новікова О. В. Організація обслуговування на підприємствах ресторанного господарства : навч.посіб. Київ : Ліра-К, 2010. 388 с.
5. Самодай В. П., Кравченко А. І. Організація ресторанної справи : навч. посіб. Суми : СумДПУ імені А. С. Макаренка, 2015. 424 с.
6. Кайлюк Є.М. Андрєєва В.М. Стратегічний менеджмент: навч. посіб. Харків : ХНАМГ, 2017. 279 с.
7. Бутко М.П., Дітковська М.Ю., Задорожна С.М. Стратегічний менеджмент : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2016. 376 с.
8. Юзефович А.Е., Крисанов Д.Ф. Пріоритети інноваційного розвитку АПК України. *Економіка України* : матеріали наукової доповіді. Київ : Об'єднаний інститут економіки НАН України, 2006. №2. С. 4-12.
9. Аветисова А. О. Ресторанні мережі: конкурентні переваги, проблеми, перспективи розвитку. *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2005. Вип. 28. С. 117-123.
10. Антонова В. А. Конкуренція і управління конкурентоспроможністю підприємств ресторанного господарства в умовах становлення ринку. *Науковий вісник Полтавського університету споживчої кооперації України*. 2007. № 1(21). С. 54-57.

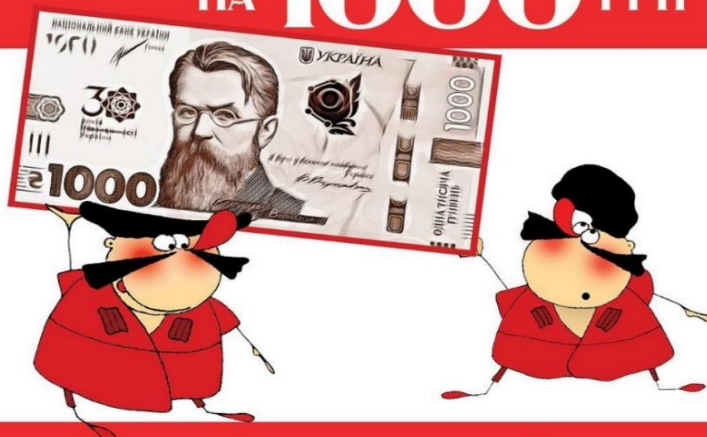
11. П'ятницька Г.Т. Тенденції розвитку ресторанного господарства в Україні. *Вісник КНТЕУ*. 2004. №2. С. 67-78.
12. Грузія, кафе. Каталог відгуків 20.ua: Веб-сайт. URL: <https://20.ua/ru/khm/zavedeniya-pitaniya/kafe-baryi-pitstserii/gruziya/restoran.html> (дата звернення: 15.03.2024).
13. Грузинська національна кухня. Рада національних спільнот України : Веб-сайт. URL: <http://www.radaspilnot.org.ua/gruzinska-nacionalna-kuhnya/> (дата звернення 16.03.2024).
14. Кухня Грузії. Фактосвіт. Тільки цікаві факти : Веб-сайт. URL:<http://factosvit.com.ua/kuhnya-gruziyi> (дата звернення 16.03.2024).
15. Хінкальня — мережа душевних ресторанів грузинської кухні. Офіційний сайт : Веб-сайт. URL: <https://hinkalnya.com.ua/pro-nas/> (дата звернення 17.03.2024).
16. Кухня Грузії. Фактосвіт. Тільки цікаві факти : Веб-сайт. URL: <http://factosvit.com.ua/kuhnya-gruziyi> (дата звернення 18.03.2024).
17. Georgia style: ТОП-10 грузинських страв, які можна спробувати в ресторанах Києва. RestOn : Веб-сайт. URL: https://reston.ua/ukr/kyiv_topics/georgiastyle-top-10-gruzinskih-blyud-kotoryie-mojno-poprobovat-v-restoranah-kieva (дата звернення 18.03.2024).
18. Грузинська кухня. ALLREF : Веб-сайт. URL: https://allref.com.ua/uk/skachaty/Gruzins-ka_kuhnya (дата звернення 18.03.2024).
19. Хінкальня — грузинський ресторан. Офіційний сайт : Веб-сайт. URL: <https://hinkalnya-shevchenka.com.ua/> (дата звернення 20.03.2024).
20. Розташування мережі ресторану «Хінкальня» по Україні. Офіційний сайт: Веб-сайт. URL: <https://khinkalnya.com/ua/restorany/> (дата звернення 19.03.2024).
- 21.Інтерер ресторану «Хінкальня». Соціальна мережа даного закладу. <https://www.instagram.com/hinkalnyanashevchenka/> (Дата звернення 19.03.2024).

22. Організаційна структура ресторану. Офіційний сайт: Веб-сайт:
<https://studfile.net/preview/5800814/page:6/> (Дата звернення 12.03.2024).

Програма лояльності

Ми святкуємо день народження!

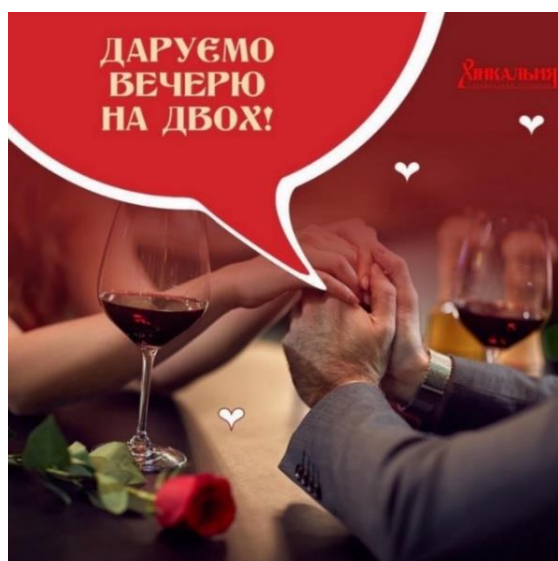
ДАРУЄМО СЕРТИФІКАТ
НА 1000 ГРН



hinkalnya-shevchenka.com.ua

ХІНКАЛЬНЯ
СЕРВІСНЕ ПІДПРИЄМСТВО

Програма лояльності



50 вподобань

[hinkalnyanashevchenka](#) Дарувати гарні емоції одна з найголовніших цінностей нашого ресторану! А напередодні найромантичнішого свята року - особливо! ❤️
Виграй романтичну вечерю на двох ❤️

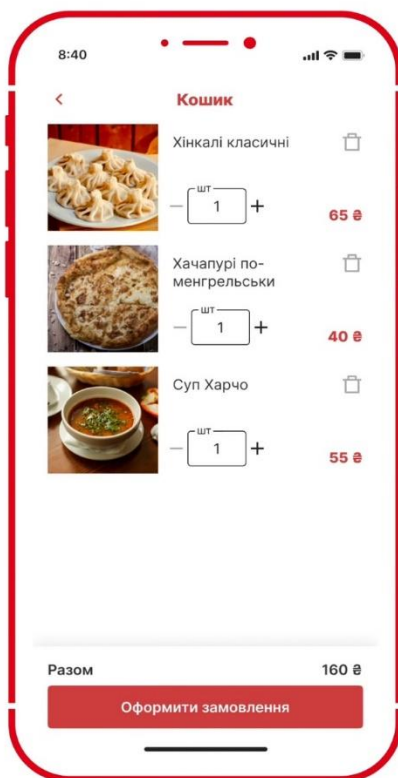
Що для цього потрібно? Виконати дуже прості умови:

- 👤 Бути підписаним на [@hinkalnyanashevchenka](#)
- 💬 Коментар під цим постом в Інстаграм з відміткою людини, з якою ви б хотіли розділити вечерю (кількість коментарів не обмежена, але люди повинні бути різні!!!) 😊

Додаток онлайн меню



Додавайте товари в кошик і оформлюйте замовлення онлайн з доставкою додому



Страва «Пхалі»



Цурчхела



Меню мережі «Хінкальня»

Гарячі закуски



Хачапури по-аджарськи

Палайниця у вигляді човника з ніжним сиром та напівготовим яйцем 350 г

₴158UAH

Замовити



Хачапури по-мегрельськи

Кругла палайниця з імеретинським сиром ø 26 см (300 г) - ø 30 см (450 г)

₴145UAH

Замовити

Новинка



Хачапури лазурі

Сирний хачапури на основі сулугуні, яйцем та зеленню 350 г

₴150UAH

Замовити

Новинка



Гвезелі

Випічка з дріжджового тіста з обсмаженою куркою, грибами та імеретинським сиром

₴115UAH

Замовити

Меню мережі «Хінкальня»



Хінкалі з яловичиною та зеленню 2 шт

Тугі мішечки з тіста із начинкою з телячого фаршу та бульйону, приправлені спеціями та кінзою

₴52UAH

[Замовити](#)

Хінкалі з яловичиною 2 шт

Тугі мішечки з тіста із начинкою з яловичого фаршу та бульйону, приправлені спеціями

₴52UAH

[Замовити](#)



Хінкалі з яловичиною та свининою 2 шт

Тугі мішечки з тіста із начинкою з яловичого та свинного фаршу та бульйону, приправлені спеціями

₴52UAH

[Замовити](#)

Хінкалі з яловичиною, свининою та зеленню 2 шт

Тугі мішечки з тіста із начинкою з яловичого та свинного фаршу та бульйону, приправлені спеціями та ...

₴52UAH

[Замовити](#)

Супи



Бозбаш

Курячий суп з овочами та фрикадельками.
Подається з ароматною зеленню 300 г

₴98UAH

Замовити



Харчо

Гостра традиційна грузинська страва зі шматочками м'яса та ароматною зеленню
300 г

₴115UAH

Замовити



Хінкаліс Цвняні

Курячий бульйон з міні-хінкалями 300 г

₴98UAH

Замовити

Мангал

Новинка



Ребра зі свинини

Соковиті ребра зі свинини, обсмажені на вугіллі 300 г

₴170UAH

Замовити



Хачабургер з картоплею на грилі

Хачабургер з соковитою котлетою з телятини, сулугуні, маринованою цибулею та солоними огірками, пода...

₴155UAH

Замовити



Люля-кебаб з телятини

Фарш з телятини заправлений грузинськими спеціями, запечений на мангалі (вага сирого продукту) 200 г...

₴160UAH

Замовити



Люля-кебаб з телятини з сиром сулугуні

Фарш з телятини заправлений грузинськими спеціями з сиром сулугуні, запечений на мангалі (вага сирог...

₴165UAH

Замовити

Салати та холодні закуски

Новинка



Салат з імеретинським сиром

Томати, болгарський перець, імеретинський сир - подається з аротманою зеленню та заправляється олією...

₴128UAN

Замовити



Катміс

Мікс салату, огірок, помідор, зелень, куряче філе, заправляється гранатовим соусом Наршараб, 280 г

₴145UAN

Замовити



Мохрахулі

Мікс салату, печінка куряча, томати, цибуля ріпчаста, олія 260 г

₴145UAN

Замовити



Сазапхуло

Салат із свіжих помідорів, огірків, кримської цибулі та зелені кінзи, заправлений горіховою пастою 2...

₴123UAN

Замовити



Шашлик із свинини

Ніжний шашлик з свинної шиї (вага сирого продукту) 250 г

€175UAH

Замовити



Шашлик з курки

Ніжний шашлик з курятини (вага сирого продукту) 250 г

€165UAH

Замовити



Тарілка з мангалу для ВАХ-компанії

Шашлик зі свинини, шашлик з курки, люля-кебаб, картопля печена, маринувана цибуля, перець чилі, соус...

€590UAH

Замовити



Хачапурі на мангалі

Сир сулугуні в листковому тісті, запечений на мангалі 200г

€138UAH

Замовити

Додатково



Грузинський хліб шоті

Запашний грузинський хліб, випікаємо самі

₴30UAN

[Замовити](#)



Соус сацебелі

Пікантний соус чудово смакує з м'ясними стравами

₴30UAN

[Замовити](#)



Соус ткемалі

Кисло-солодкий соус чудово смакує з м'ясними стравами

₴30UAN

[Замовити](#)

Новинка



Аджика

Пікантна аджика, ідеально смакує з ребрами 50 г

₴30UAN

[Замовити](#)

РЕЦЕНЗІЯ

на кваліфікаційну роботу

«Особливості організації обслуговування в міжнародній мережі
ресторанів «Хінкальня»

для здобуття освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр»
студентки спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа»

Дирди Мар'яни Іванівни

(ППІ студента)

Рецензент: Семчук Ігор Ярославович

шеф-кухар сім'ї ресторанів «Лейбова Гора»

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

Кваліфікаційна робота на тему: «Особливості організації обслуговування в міжнародній мережі ресторанів «Хінкальня», виконана у відповідності до завдання, в повному обсязі у встановлений термін. Представлене студенткою дослідження є винятково актуальним, враховуючи те, що ресторанна індустрія постійно вдосконалюється, пристосовуючись до змінних уподобань споживачів та враховуючи культурні відмінності.

Робота складається зі вступу, розділів, висновків до розділів, списку використаних джерел та додатків. Робота виконана згідно встановлених вимог. У цьому дослідженні розглянуто особливості організації обслуговування в міжнародній мережі ресторанів «Хінкальня», яка відзначається не лише вишуканою кулінарією, але і унікальним підходом до обслуговування клієнтів; описано особливості мережі ресторанів грузинської кухні.

Автор детально дослідив особливості обслуговування у мережевих ресторанах, зосередившись на конкретній мережі «Хінкальня». В роботі було розглянуто різні аспекти організації обслуговування, такі як персонал, менеджмент, якість обслуговування та інші.


Автор чітко визначив проблематику та мету дослідження, а також використав відповідні теоретичні підходи та методи дослідження. Важливою є також практична цінність роботи, оскільки вона може бути корисною для фахівців у галузі гостинності та ресторанного бізнесу.

Проте, для подальшого вдосконалення роботи можна порекомендувати більш детальне дослідження практичних аспектів організації обслуговування в мережі ресторанів «Хінкальня», а також можливість включення порівняльного аналізу з іншими мережами ресторанів. У цілому, кваліфікаційна робота є цікавою та добре структурованою, а автор продемонстрував глибокі знання у вибраній темі та заслуговує оцінки «відмінно».

Шеф-кухар сім'ї ресторанів

«Лейбова Гора»

«4» червня 2024 р.


МП.

Ігор СЕМЧУК

Відгук
на кваліфікаційну роботу
«Особливості організації обслуговування в міжнародній мережі
ресторанів «Хінкальня»
для здобуття освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр»
студентки спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа»
Дирди Мар'яни Іванівни
(ППП студента)

Представлена кваліфікаційна робота присвячена аналізу організації обслуговування в міжнародній мережі ресторанів «Хінкальня». Об'єктом дослідження є міжнародна мережа ресторанів грузинської кухні «Хінкальня». Предметом дослідження — конкретні аспекти, що стосуються організації обслуговування в міжнародній мережі ресторанів «Хінкальня». З огляду на це, робота характеризується актуальністю і спрямована на визначення особливостей формування міжнародних ресторанних мереж в Україні.

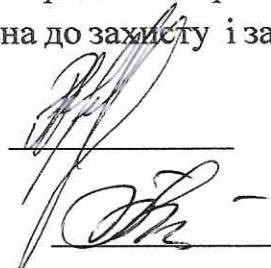
Дослідження теми кваліфікаційної роботи має логічну структуру, зокрема: охарактеризовано особливості міжнародної мережі ресторанів грузинської кухні «Хінкальня»; проаналізовано організацію обслуговування споживачів ресторану грузинської кухні «Хінкальня»; запропоновано заходи для підвищення ефективності мережевого ресторану грузинської кухні «Хінкальня».

Матеріали роботи викладені у науковому стилі, доступною мовою, стисло та лаконічно. Правильно поставлено мету дослідження. Важливим аспектом кваліфікаційної роботи є запропоновані шляхи та методи впровадження заходів для підвищення ефективності обслуговування у міжнародній мережі ресторанів «Хінкальня».

Робота оформлена 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. Календарний план виконання роботи виконано вчасно.

Загалом кваліфікаційна робота студентки Дирди М.І. «Особливості організації обслуговування в міжнародній мережі ресторанів «Хінкальня» виконана у повному обсязі, допущена до захисту і заслуговує оцінки «відмінно».

Студент
Науковий керівник:
ст. викладач
«3» червня 2024 р.



Мар'яна ДИРДА

Оксана МАЛЬОВАНА



метадані

Заголовок

Особливості організації обслуговування в міжнародній мережі ресторанів «Хінкальня»

Автор

Дирда М. І.

Науковий керівник / Експерт

Оксана Мальована

підрозділ

King Danylo University

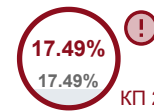
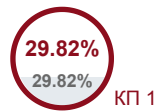
Тривога

У цьому розділі ви знайдете інформацію щодо текстових спотворень. Ці спотворення в тексті можуть говорити про **МОЖЛИВІ** маніпуляції в тексті. Спотворення в тексті можуть мати навмисний характер, але частіше характер технічних помилок при конвертації документа та його збереженні, тому ми рекомендуємо вам підходити до аналізу цього модуля відповідально. У разі виникнення запитань, просимо звертатися до нашої служби підтримки.

Заміна букв		1
Інтервали		0
Мікропробіли		12
Білі знаки		0
Парафрази (SmartMarks)		173

Обсяг знайдених подібностей

Коефіцієнт подібності визначає, який відсоток тексту по відношенню до загального обсягу тексту було знайдено в різних джерелах. Зверніть увагу, що високі значення коефіцієнта не автоматично означають плагіат. Звіт має аналізувати компетентна / уповноважена особа.

**25**

Довжина фрази для коефіцієнта подібності 2

10575

Кількість слів

84681

Кількість символів

Подібності за списком джерел

Нижче наведений список джерел. В цьому списку є джерела із різних баз даних. Колір тексту означає в якому джерелі він був знайдений. Ці джерела і значення Коефіцієнту Подібності не відображають прямого плагіату. Необхідно відкрити кожне джерело і проаналізувати зміст і правильність оформлення джерела.

10 найдовших фраз

Колір тексту

ПОРЯДКОВИЙ НОМЕР	НАЗВА ТА АДРЕСА ДЖЕРЕЛА URL (НАЗВА БАЗИ)	КІЛЬКІСТЬ ІДЕНТИЧНИХ СЛІВ (ФРАГМЕНТІВ)	Колір тексту
1	Цвілинюк І.О. 6/13/2023 King Danylo University (King Danylo University)	170	1.61 %
2	http://www.vestnik-econom.mgu.od.ua/journal/2017/24-1-2017/24-1-2017.pdf	112	1.06 %
3	Цвілинюк І.О. 6/13/2023 King Danylo University (King Danylo University)	97	0.92 %
4	https://studfile.net/preview/5642482/	89	0.84 %

5	Цвілинюк І.О. 6/13/2023 King Danylo University (King Danylo University)	87	0.82 %
6	https://ua-referat.com/uploaded/udoskonalennya-upravlinnya-zakladom-restorannogo-gospodarstva/index10.html	67	0.63 %
7	https://radiocafe.ge/ua/istoriya-gruzinskoy-kukhni	64	0.61 %
8	Цвілинюк І.О. 6/13/2023 King Danylo University (King Danylo University)	64	0.61 %
9	Цвілинюк І.О. 6/13/2023 King Danylo University (King Danylo University)	61	0.58 %
10	Цвілинюк І.О. 6/13/2023 King Danylo University (King Danylo University)	57	0.54 %

з бази даних RefBooks (0.00 %)

ПОРЯДКОВИЙ НОМЕР	ЗАГОЛОВОК	КІЛЬКІСТЬ ІДЕНТИЧНИХ СЛІВ (ФРАГМЕНТІВ)
------------------	-----------	--

з домашньої бази даних (9.39 %)

ПОРЯДКОВИЙ НОМЕР	ЗАГОЛОВОК	КІЛЬКІСТЬ ІДЕНТИЧНИХ СЛІВ (ФРАГМЕНТІВ)	
1	Цвілинюк І.О. 6/13/2023 King Danylo University (King Danylo University)	984 (27)	9.30 %
2	Особливості організації обслуговування споживачів у концептуальних закладах ресторанного господарства на прикладі антикварні «Шпindel» 1/18/2024 King Danylo University (King Danylo University)	9 (1)	0.09 %

з програми обміну базами даних (1.13 %)

ПОРЯДКОВИЙ НОМЕР	ЗАГОЛОВОК	КІЛЬКІСТЬ ІДЕНТИЧНИХ СЛІВ (ФРАГМЕНТІВ)	
1	Розробка бренд-стратегії розвитку ресторану в умовах цифровізації 5/31/2023 Kharkiv National University of Economics named after S.Kuznets (KNUE) (KNUE)	90 (4)	0.85 %
2	075 Наніш Юлія Іванівна (1) 5/25/2024 Odessa National Polytechnic University (ІБЕІТ, кафедра маркетинг)	11 (1)	0.10 %
3	Дослідження впливу умов зберігання на стабільність лікарських препаратів з використанням фармакопейних методів 12/5/2023 Vogomolets National Medical University (BNMU) (Departments of NMU)	10 (1)	0.09 %
4	ДОДАТКОВІ ПОСЛУГИ ЯК ФАКТОР РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ГОТЕЛЮ В УМОВАХ КРИЗИ 6/7/2022 Uzhhorod National University (UzhNU)	9 (1)	0.09 %

з Інтернету (19.29 %)

ПОРЯДКОВИЙ НОМЕР	ДЖЕРЕЛО URL	КІЛЬКІСТЬ ІДЕНТИЧНИХ СЛІВ (ФРАГМЕНТІВ)
------------------	-------------	--

1	https://ua-referat.com/uploaded/udoskonalennya-upravlinnya-zakladom-restorannogo-gospodarstva/index7.html	221 (15)	2.09 %
2	http://www.vestnik-econom.mgu.od.ua/journal/2017/24-1-2017/24-1-2017.pdf	185 (4)	1.75 %
3	https://ppt-online.org/1107627	169 (12)	1.60 %
4	https://radiocafe.ge/ua/istoriya-gruzinskoy-kukhni	140 (6)	1.32 %
5	https://er.chdtu.edu.ua/bitstream/ChSTU/3215/2/%D0%91%D0%9B%D0%93,%20%D0%9A%D0%9E%D0%91,%20%D0%9A%D0%90%D0%86.pdf	138 (3)	1.30 %
6	https://otherreferats.allbest.ru/cookery/01362327_0.html	110 (9)	1.04 %
7	https://ua-referat.com/uploaded/udoskonalennya-upravlinnya-zakladom-restorannogo-gospodarstva/index10.html	108 (4)	1.02 %
8	https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/18909/1/Progr_loyal.pdf	101 (5)	0.96 %
9	https://gi.edu.ua/en/college-main/subsection/library/repozytorii/file/download/642dd858bd734c47caad78f767ea0a0c	101 (5)	0.96 %
10	https://tourlib.net/statti_ukr/voloschuk.htm	98 (9)	0.93 %
11	https://studfile.net/preview/5642482/	89 (1)	0.84 %
12	http://www.lute.lviv.ua/fileadmin/www.lac.lviv.ua/data/pidrozdzily/Naukovo_Doslidna_Chastyna/Docs/2019.05.15_ConfStudZbir.pdf	75 (5)	0.71 %
13	http://dspace.tneu.edu.ua/bitstream/316497/30593/1/%D0%A5%D0%B8%D0%BB%D1%8E%D0%BA%20%D0%94.%D0%A1.%D0%95%D0%90%D0%BC-21.%D0%92%D0%BF%D0%BB%D0%B8%D0%B2%20%D1%80%D0%B5%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B8%D1%85%20%D0%B4%D0%BE%D1%85%D0%BE%D0%B4%D1%96%D0%B2%20%D0%BD%D0%B0%20%D1%80%D0%B8%D0%BD%D0%BE%D0%BA%20%D0%BF%D0%BE%D1%81%D0%BB%D1%83%D0%B3%20%28%D0%BD%D0%B0%20%D0%BF%D1%80%D0%B8%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D0%B4%D1%96%20%D1%80%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D0%BE%D0%B3%D0%BE%20%D0%B1%D1%96%D0%B7%D0%BD%D0%B5%D1%81%D1%83%29.pdf	65 (4)	0.61 %
14	http://www.vtei.com.ua/konfa/23_05_19/18_79.pdf	52 (4)	0.49 %
15	https://blog.reikartz.com/article/chomu-gruzynska-kuxnya-tak-populyarna-po-vsomu-svitu/	50 (1)	0.47 %
16	http://nkkep.com/wp-content/uploads/2015/10/OO-Arhipov.pdf	47 (3)	0.44 %
17	https://art-i-chok.com.ua/portfolio/public-interior/restoran-v-gruzinskom-stile	41 (2)	0.39 %
18	https://ukd.edu.ua/sites/default/files/2023-04/%D0%9C%D0%B5%D1%82%D0%BE%D0%B4%D0%B8%D1%87%D0%BD%D1%96%20%D0%B2%D0%BA%D0%B0%D0%B7%D1%96%D0%B2%D0%BA%D0%B8_%D0%9A%D1%83%D1%80%D1%81%D0%BE%D0%B2%D0%B0_071_%D0%A4%D1%96%D0%BD%D0%B0%D0%BD%D1%81%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D0%B9%20%D0%BE%D0%B1%D0%BB%D1%96%D0%BA.pdf	32 (2)	0.30 %
19	https://tourlib.net/statti_ukr/romanjuk2.htm	29 (1)	0.27 %
20	https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%93%D1%80%D1%83%D0%B7%D0%B8%D0%BD%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B0_%D0%BA%D1%83%D1%85%D0%BD%D1%8F	28 (2)	0.26 %
21	https://nv.ua/ukr/project/georgianfood-4008021.html	28 (1)	0.26 %
22	http://repository.ukd.edu.ua:8080/handle/123456789/488	22 (2)	0.21 %

23	https://ukrdoc.com.ua/text/12624/index-2.html	19 (1)	0.18 %
24	https://subject-book.com/tovarovedenie/vstup-rozvitok-restorannogo-gospodarstva-texnologiya-virobnictva-napivfabrikativ-z-m-yasa-ta-m-yasoproduktiv.html	18 (1)	0.17 %
25	https://ua-referat.com/uploaded/udoskonalennya-upravlinnya-zakladom-restorannogo-gospodarstva/index9.html	15 (2)	0.14 %
26	https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/download/1305/1259/	14 (1)	0.13 %
27	http://dspace.tneu.edu.ua/bitstream/316497/26913/1/%D0%9A%D1%80%D0%B0%D0%B2%D1%87%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%BE%20%D0%9C%D0%B0%D1%80%D1%96%D1%8F%20%D0%9F%D0%A2%D0%91%D0%94.pdf	13 (1)	0.12 %
28	https://eda228.blogspot.com/p/blog-page_6.html	11 (1)	0.10 %
29	https://mydisser.com/en/catalog/view/874/878/448968.html	10 (1)	0.09 %
30	https://knowledge.allbest.ru/sport/3c0b65635a3bd78a5c43a88421216c27_0.html	6 (1)	0.06 %
31	https://geoattractions.com/details/360260	5 (1)	0.05 %

Список прийнятих фрагментів (немає прийнятих фрагментів)

ПОРЯДКОВИЙ НОМЕР	ЗМІСТ	КІЛЬКІСТЬ ОДНАКОВИХ СЛІВ (ФРАГМЕНТІВ)
------------------	-------	---------------------------------------

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

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

для здобуття першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

на тему: «**Особливості організації обслуговування в міжнародній мережі ресторанів «Хінкальня»**

за освітньо-професійною програмою

«**Менеджмент готельно-ресторанного бізнесу»**

спеціальності **241 Готельно-ресторанна справа**

Студента (ки) 4 курсу, ГРСз-20 групи

Дирди Мар'яни Іванівни _____

(**прізвище, ім'я, по батькові**)

Керівник Мальована О.Г. _____

старший викладач _____

(**посада, вчене звання, науковий ступінь, прізвище та ініціали**) **Національна шкала Кількість балів: оцінка: ECTS** _____

_____ **Члени комісії** (підпис)(прізвище та ініціали) (підпис)(прізвище та ініціали) (підпис)(прізвище та ініціали)
ініціали) (підпис)(прізвище та ініціали) (підпис)(прізвище та ініціали) (підпис)(прізвище та ініціали)

Івано-Франківськ - 2024

ЗМІСТ

ВСТУП.....3

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБСЛУГОВУВАННЯ У МІЖНАРОДНІЙ МЕРЕЖІ РЕСТОРАНІВ

ГРУЗИНСЬКОЇ КУХНІ «ХІНКАЛЬНЯ».....5

1.1. Особливості мережевих ресторанів. Формування ресторанних мереж у ресторанному

бізнесі.....5

1.2. Характеристика міжнародної мережі ресторанів грузинської кухні «Хінкальня».....10

1.3. Програми лояльності споживачів у мережевих ресторанах.....16

Висновки до розділу 1

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБСЛУГОВУВАННЯ В МЕРЕЖЕВОМУ РЕСТОРАНІ ГРУЗИНСЬКОЇ КУХНІ «Хінкальня», М.

Львів.....25