

**Міністерство освіти і науки України
Луцький національний технічний університет
Факультет митної справи, матеріалів та технологій
Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи**

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
ЗА СТУПЕНЕМ ВИЩОЇ ОСВІТИ «БАКАЛАВР»**

**ОЦІНКА ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ОБСЛУГОВУВАННЯ
НАДАННЯ РЕСТОРАННИХ ПОСЛУГ (НА ПРИКЛАДІ SHOW
BASILIC)**

спеціальність 241 Готельно-ресторанна справа

освітня програма «Готельно-ресторанна справа»

Виконав: здобувач вищої освіти
групи ГРСз-41
Бондар Марта Володимирівна

Керівник:
к.г.н., доцент
Лепкий Михайло Іванович

Кваліфікаційну роботу
допущено до захисту
«__» _____ 2023 р.
к.г.н., доцент
Гарант освітньої програми:
Громик Оксана Миколаївна

Луцьк – 2023 року

ЛУЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет митної справи, матеріалів та технологій
Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи
Ступінь вищої освіти: бакалавр
Галузь знань: 24 Сфера обслуговування
Спеціальність: 241 Готельно-ресторанна справа
Освітня програма: Готельно-ресторанна справа

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри
_____ Л.Ю. Матвійчук
(підпис)
«___» _____ 2023 року

ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧУ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Бондар Марті Володимирівні

1. Тема кваліфікаційної роботи ***Оцінка інноваційного розвитку обслуговування надання ресторанных послуг (на прикладі Show Basilic)***
Керівник роботи *Лепкий Михайло Іванович, к.г.н., доцент*
затверджені наказом вищого навчального закладу від «27» грудня 2022 р. № 966/01-02
2. Строк подання здобувачем вищої освіти кваліфікаційної роботи «01» червня 2023 р.
3. Вихідні дані до роботи *нормативно-правові документи України, науково-практична література з основної проблематики роботи, спеціалізовані періодичні видання, окремі Інтернет-ресурси.*
4. Зміст розрахунково – пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити)
Розділ 1. Теоретико-методичні аспекти вивчення інновацій обслуговування
Розділ 2. Стратегічний аналіз інноваційних процесів обслуговування ресторану Show Basilic міста Луцька
Розділ 3. Проблеми та пропозиції впровадження інноваційних технологій в обслуговуванні ресторану Show Basilic
5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень)
 1. Схема оцінки впливу війни на доставку в закладах ресторанного сервісу в 2022 році
 2. Схема нововведень обслуговування в ресторанах
 3. Схема організаційної структури ресторану Show Basilic

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис	
		завдання видав	завдання прийняв
Розділ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ВИВЧЕННЯ ІННОВАЦІЙ ОБСЛУГОВУВАННЯ	Доцент Лепкий М.І.		
Розділ 2. СТРАТЕГІЧНИЙ АНАЛІЗ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ ОБСЛУГОВУВАННЯ РЕСТОРАНУ SHOW BASILIC МІСТА ЛУЦЬКА	Доцент Лепкий М.І.		
Розділ 3. ПРОБЛЕМИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ОБСЛУГОВУВАННІ РЕСТОРАНУ SHOW BASILIC	Доцент Лепкий М.І.		
Висновки	Доцент Лепкий М.І.		

7. Дата видачі завдання 15.09. 2022 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів дипломної роботи бакалавра	Термін виконання етапів дипломної роботи бакалавра	Примітка
1	Обґрунтування теми	до 28.09.2022 р.	
2	Огляд літератури із досліджуваної проблеми	до 31.10.2022 р.	
3	Розділ 1. Теоретико-методичні аспекти вивчення інновацій обслуговування	до 28.12.2022 р.	
4	Розділ 2. Стратегічний аналіз інноваційних процесів обслуговування ресторану Show Basilic міста Луцька	до 14.03.2023 р.	
5	Розділ 3. Проблеми та пропозиції впровадження інноваційних технологій в обслуговуванні ресторану Show Basilic	до 16.05.2023 р.	
6	Висновки	до 18.05.2023 р.	
7	Формування списку використаних джерел	до 18.05.2023 р.	
8	Формування додатків	до 18.05.2023 р.	
10	Попередній захист кваліфікаційної роботи бакалавра	до 19.05. 2023 р.	
11	Нормоконтроль	до 25.05.2023 р.	
12	Інструментальна перевірка на академічний плагіат	до 28.05.2023 р.	
13	Представлення кваліфікаційної роботи бакалавра до захисту	до 01.06.2023 р.	

Здобувач вищої освіти _____ Бондар М.В.

Керівник кваліфікаційної роботи _____ Лепкий М.І.

АНОТАЦІЯ

Бондар М.В. Оцінка інноваційного розвитку обслуговування надання ресторанних послуг (на прикладі Show Basilic). Рукопис.

Кваліфікаційна робота бакалавра ОП «Готельно-ресторанна справа» спеціальності 241 Готельно-ресторанна справа. Луцький національний технічний університет. Луцьк, 2023.

Кваліфікаційна робота бакалавра складається з вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, додатків.

У роботі досліджено теоретико-методичні аспекти вивчення інновацій обслуговування, проведено стратегічний аналіз інноваційних процесів обслуговування ресторану Show Basilic міста Луцька та здійснено розробку пропозицій покращення обслуговування ресторану.

Об'єктом дослідження кваліфікаційної роботи бакалавра є послуги обслуговування відвідувачів ресторану Show Basilic. Предмет дослідження – теоретичні та практичні аспекти стратегії підвищення культури та якості обслуговування споживачів в ресторані за допомогою інновацій.

Новизна результатів дослідження роботи визначається розвитком методичного інструментарію інноваційних технологій ресторанного сервісу для виділення переваг новаційної діяльності.

Ключові слова: ресторанний сервіс, інновації, ресторанні послуги, війна, ринок послуг, інноваційні технології, якість обслуговування.

ANNOTATION

Bondar M.V. Evaluation of the innovative development of restaurant services (on the example of Show Basilic). Manuscript.

Bachelor's qualification work of OP "Hotel and restaurant business" specialty 241 Hotel and restaurant business. Lutsk National Technical University. Lutsk, 2023.

The bachelor's qualification work consists of an introduction, three sections, conclusions, a list of used sources, and appendices.

In the work, the theoretical and methodological aspects of the study of service innovations were investigated, a strategic analysis of the service innovation processes of the Show Basilic restaurant in Lutsk was carried out, and suggestions for improving the restaurant service were developed.

The object of research of the bachelor's qualification work is the service of guests of the Show Basilic restaurant. The subject of the study is the theoretical and practical aspects of the strategy of improving the culture and quality of customer service in the restaurant with the help of innovations.

The novelty of the work research results is determined by the development of a methodological toolkit of innovative restaurant service technologies to highlight the advantages of innovative activity.

Keywords: restaurant service, innovations, restaurant services, war, service market, innovative technologies, service quality.

ЗМІСТ

ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ВИВЧЕННЯ НОВАЦІЙ ОБСЛУГОВУВАННЯ	10
1.1. Теоретико-методологічні засади інноваційного обслуговування надання ресторанних послуг	10
1.2. Новітні зміни до твердження добротності послуг у сфері сервісу ресторанів	13
1.3. Нововведення сервісу клієнтів ресторанного господарства	17
РОЗДІЛ 2. СТРАТЕГІЧНИЙ АНАЛІЗ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ ОБСЛУГОВУВАННЯ РЕСТОРАНУ SHOW BASILIC МІСТА ЛУЦЬКА	20
2.1. Аналіз діяльності ресторану Show Basilic	20
2.2. Інноваційні послуги обслуговування споживачів в ресторані Show Basilic міста Луцька	27
2.3. Оцінка інноваційного розвитку обслуговування	32
РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ОБСЛУГОВУВАННІ РЕСТОРАНУ SHOW BASILIC	36
3.1. Проблеми впровадження інноваційних технологій	36
3.2. Пропозиції по покращенню якості надання послуг обслуговування в ресторані	38
ВИСНОВКИ	41
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	44
ДОДАТКИ	47

ВСТУП

Обґрунтування актуальності вибору теми роботи. Сучасна практика ведення будь-якої економічної діяльності свідчить, що підприємства з метою зміцнення своїх конкурентних позицій на ринку та формування ефективного плану розвитку достатньо часто мають вдаватися до певних інноваційних змін. Це, а також необхідність забезпечення переходу економіки України до реалізації моделі науково-технічного та інноваційного розвитку обумовлюють доцільність дослідження проблематики створення передумов для впровадження ефективних інновацій на українських підприємствах, у тому числі і тих, діяльність яких прямо чи опосередковано пов'язана зі сферою ресторанного господарства.

Основними елементами ефективності роботи закладу ресторанного господарства є концепція закладу, цінова категорія, кухня, якість обслуговування, спектр наданих послуг, атмосфера. Запорукою успіху ефективного розвитку ресторану є тісна взаємодія цих складових.

Підвищення культури обслуговування споживачів є перспективним завданням власників закладів ресторанного господарства, яке потребує особливої уваги та швидкого вирішення. Тому кожен ресторатор, аби залучити якнайбільше відвідувачів, намагається підвищити рівень якості обслуговування.

На сьогоднішній час головним стає долучення новітньої складової в методологію ресторанного сервісу та пропонування унікальних послуг. Новітні зміни, які пропонуються в закладах ресторанного сервісу, дозволяють покращити конкурентність закладу в теперішніх умовах війни.

Покращення культури сервісу відвідувачів є багатообіцяючим завданням для рестораторів, що вимагає особливого ставлення та швидкого вирішення. Тому власники ресторанних закладів, для долучення більшості відвідувачів, прикладають зусилля до покращення рівень якості обслуговування.

Саме ці аспекти визначають актуальність вибору теми бакалаврської роботи.

Стан вивченості проблеми. Можливості інноваційного розвитку закладів ресторанного сервісу України розглядалися в працях таких вчених, як Л.Г. Бишовець, О.В. Борисової, О.Ю. Завадинської, А.А. Кінчур, М.В. Клапчук, Н.М. Кравчук, Н.В. Прилепи, Т.С. Томалі та ін.

Питанню введення інновацій в ресторанному бізнесі в тому або іншому аспекті присвячені дослідження Карсеніна В. та Ткаченко Т., Русавської В.А., П'ятницької Г.Т., Литвиненко Т.К., Бреус О.

Дослідження цих та багатьох інших науковців вирішували та описували чимало проблем практичного та теоретичного характеру, перспективність тих чи інших нововведень у галузі ресторанного господарства. В роботах цих вчених розглядаються як основи організації роботи закладів ресторанного господарства, так і нові моделі обслуговування споживачів. Однак зі швидкими темпами розвитку інноваційних винаходів, технологій у сучасному світі ці дослідження вимагають подальшого системного удосконалення та уточнення.

Мета і завдання роботи. Метою кваліфікаційної роботи бакалавра є виявлення інноваційних змін, що впливають на розвиток та підвищення ефективності діяльності закладів ресторанного господарства, а саме завдяки впровадженню інноваційних послуг обслуговування на підприємстві ресторанного бізнесу.

Для досягнення поставленої мети вирішено наступні завдання:

- розглянуто теоретико-методологічні засади інноваційного обслуговування надання ресторанних послуг;
- охарактеризовано новітні зміни до твердження добротності послуг у сфері сервісу ресторанів;
- проаналізовано нововведення сервісу клієнтів ресторанного господарства;
- проведений аналіз діяльності ресторану Show Basilic;
- дана оцінка інноваційного розвитку обслуговування в закладі;
- досліджено інноваційні послуги обслуговування споживачів в ресторані Show Basilic міста Луцька;

- досліджено проблеми впровадження інноваційних технологій;
- запропоновано пропозиції по покращенню якості надання послуг обслуговування в ресторані.

Об'єктом дослідження є інноваційні послуги обслуговування відвідувачів ресторану Show Basilic.

Предмет дослідження – теоретичні та практичні аспекти підвищення культури та якості обслуговування споживачів в ресторані за допомогою інновацій.

Методика дослідження. Для здобуття мети роботи застосовано сукупність загальнонаукових і спеціальних методів дослідження. Так, для осмислення теоретико-методичних аспектів вивчення інновацій обслуговування використовували діалектичний метод пізнання, а також методи аналізу та синтезу; для оцінювання ефективності інноваційного розвитку обслуговування – системний підхід; спостереження – при дослідженні суб'єкта та об'єкта управління.

Джерела інформаційної бази дослідження. Інформаційну базу роботи становлять теоретико-методологічний матеріал, дослідження та публікації українських та зарубіжних вчених з інноваційної діяльності закладів ресторанної сфери. При проведенні дослідження використовуються статистичні дані Головного управління статистики у Волинській області, а також матеріали ресторану Show Basilic, що доступні в мережі Інтернет.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ВИВЧЕННЯ НОВАЦІЙ ОБСЛУГОВУВАННЯ

1.1. Головні спрямування розвитку ресторанних закладів

На сьогодні сфера сервісу ресторанів суттєво помінялася. На початках власники ресторанних закладів були направлені на підвищення прибутковості, а зараз вони думають, як утриматися «на плаву». Дана ситуація пов'язана не тільки з війною, а й зменшенням рівня доходів.

У 2022 році кількість закладів ресторанного сервісу в нашій країні скоротять на 4850. На 01.01.2021 року працювало 18 636 закладів харчового сервісу, а на 01.01.2023 року – вже 13 786. Операції на ресторанному ринку також зменшилися на 30%, або на 6 млрд. грн., так як закрилися ресторани, бари і кафе [18].

В нашій державі ресторан рідко виборює 30% рентабельності, але бізнес, який досягає 20% доцільності, можна вважати плідним. Плата за розміщення приміщення зазвичай дорівнює 10% доходу, але коли платіж ближче до 15%, це також вважається недобре. Головними критеріями закриття закладу стали війна, локдаун і брак туристів з-за кордону.

З такою ситуацією українська індустрія громадського харчування ще не стикалася, а це свідчить, що на сьогоднішній день немає ні єдиного перевіреного рішення для виходу з такої ситуації, яке б підходила всім. Кожний власник ресторану чи кафе знає, що війна може посилити обмеження в будь-якій з областей [17].

Незважаючи на воєнний час триває пошук потреб і вподобань клієнтів, ресторатори винаходять нові формати та впроваджують сучасні рішення, щоб виділитися на ринку та заслужити прихильність аудиторії. Реальність сьогоднішня така, що занадто мало людей можуть піти в ресторан, не кажучи вже про те, щоб провести там багато часу, але в той же час велика кількість людей може підійти до конвеєра, щоб отримати замовлення (рис. 1.1).



Рис. 1.1. Оцінка впливу війни на доставку в закладах ресторанного сервісу в 2022 році [10]

Ще одним чинником, який впливає на ресторанний сервіс в умовах війни є наявність і перспектива доставлення їжі. До початку війни, тільки 35% закладів доставляли їжу і напої клієнтам, то на сьогоднішній час їхня кількість збільшилась більше ніж на 50%.

Частка вуличних продажів їжі все ще має відносно хороші позиції – бізнес компактніший і, отже, більш гнучкий, ніж ресторани. Підприємцям вуличної їжі легше реагувати на зміни ринку та швидко адаптуватися до ситуації. Значну частину нових учасників ринку складають ресторани, в яких процес підготовки до відкриття почався задовго до пандемії COVID-19 і війни.

Значним чинником, що впливає на відкриття закладу є орієнтування на індустрію швидкого харчування, і цей напрямок виявився найбільш придатним для умов війни.

Військові обмеження суттєво вплинули на орендну плату в Україні, багато власників знизили орендну плату до 20%, а тому рестораторам, щр тільки починають свій бізнес, простіше знайти заклади з нижчою орендною платою. В даний час є досить багато рестораторів, що працюють на вигідних умовах оренди, не відчуваючи зайвого тягаря щомісячних витрат на цю статтю. Однак у фінансовому плані ринок не демонструє темпів зростання. Багато разів підприємці переоцінюють платоспроможність своїх потенційних

клієнтів, тому в деяких випадках новим учасникам доводиться продавати свій бізнес або активи протягом року [8].

Останнім часом галузь бізнесу зіштовхнулася з проблемами через COVID-19 та війну. Тому відвідувачі починають сьогодні дбати про здоров'я своє та своїх близьких. Багато ресторанів дотримуються цієї тенденції, ставлячи безпечне споживання на перше місце.

На сьогоднішній час, більшість відвідувачів відмовляються задля безалкогольних альтернатив, інша – за помірне його вживання. Кілька варіантів безалкогольного вина можуть бути в багатьох закладах України, допомагаючи гостям розширити вибір напоїв за вечерею.

Діяльне вживання місцевих продуктів рослинного походження. Вегани давно вважаються невід'ємною частиною суспільства, тому не враховувати їх статус неможливо. Очікується глобальна тенденція скорочення будь-яких продуктів та інгредієнтів: яловичини, баранини, різних сирів, шоколаду та кави. Сьогодні найкраще вибирати місцеві продукти [5].

Доставлення готової їжі. З війною безліч закладів продовжили займатися доставкою їжі, що допомогло їм «втриматися на плаву». Комплекти їжі та служби доставки будуть популярні і в 2023 році. Клієнти схочуть обідати вдома. Віртуальні кухні з доставкою вже популярні у споживачів і будуть основою для рестораторів, які перевіряють попит на їжу задля початку проектів.

Ще одним трендом є відмова від цукру. Суперсолодкі десерти, молочні коктейлі і торти залишаться в минулому. Одним із головних трендів у гастрономічному середовищі стане зростання популярності «ніжніх» десертів з додаванням незвичайних елементів – гіркого шоколаду, солоної карамелі, зеленого чаю, кави, імбиру.

Зосередження на світовій кухні. Ресторатори знають, що їжа – це не лише необхідна енергія, вона також може викликати ностальгію та емоційний відгук. Їжа може зв'язати нас із культурами всього світу [13].

Єдиний продукт. Відвідувачів більше не цікавить все в одному місці, а хочуть споживати одну страву, яка їм подобається і є першокласною.

Авторські напої та їжа. Місцеві продукти є відмінною заміною імпортованих. Якщо ранні ресторатори мало звертали уваги на напрямки місцевих фермерів, то тепер навпаки. З'явилося багато різноманітних крафтових пивоварень, і багато ресторанів додають у своє меню такі речі, як домашні вина та інші напої і їжу.

Національна і регіональні кухні відкриваються у багатьох містах України через кав'ярні, бари, кондитерські. На сьогодні досить популярним є невеликий сімейний ресторан, оскільки дорогі вже відійшли на другий план перед жорсткою конкуренцією.

Ще одним напрямком є спрощене меню – покращує швидкість і час оформлення замовлень під час війни та зменшує загальні витрати, а також через падіння доходів люди перестають цінувати високу кухню та дорогі вишукані страви. На сьогодні, широкої популярності набувають прості та зрозумілі страви, представлені автором [28].

Готові набори своїми руками – під час війни у багатьох є можливість стати шеф-кухарем без кулінарних занять – у готових наборах йдуть рецепти кулінарних шедеврів.

Отже, можна зробити висновок, що індустрія громадського харчування – організм, якому необхідно спостерігати за змінами навколо себе, щоб не втрачати нові тенденції та можливості, і продовжувати розвиватися.

1.2. Новітні зміни до твердження добротності послуг у сфері сервісу ресторанів

Міра сервісу ресторану – це його репутація, запорука конкурентності і популярності. Гарний ефект має той ресторан, в якому послуга ненав'язлива, але в той же час виконує побажання відвідувачів. Продукція, яку виробляють підприємства громадського харчування, відрізняється від промислової

продукції, і споживачеві складніше оцінити її якість перед тим, як зробити замовлення. Культура сервісу є одним з основних критеріїв оцінки діяльності практиків громадського харчування. Основними чинниками, що визначають культуру сервісу, є присутність новітнього устаткування, різноманітність і характер послуг, які пропонуються відвідувачеві, кількість і добротність продукції, що виготовляється, впровадження передових методів обслуговування, фахові навички працівників [12].

Високий рівень культури сервісу підвищує конкурсність бізнесу, яке дуже вагомо в умовах ринкових зв'язків. Фактично, щоб оцінити добротність послуг, власники закладів розкривають, як відвідувачі сприймають добротність. На основі аналізу праць вчених, можна констатувати, що відвідувачі оцінюють добротність сервісу, зіставляючи очікувані результати з отриманими.

На основі проведеного аналізу було визначено головні чинники сприйняття добротності обслуговування:

- доступність (як легко здобути шлях до послуги вчасно);
- інституційне реноме (авторитет закладу);
- досвід (чи справді персонал закладу розбирається в побажаннях відвідувачів);
- перевіреність (сталість і надійність послуг);
- безпека (виробництво та отримання пропонованих послуг не залежить від небезпек і ризиків) [1];
- здібності персоналу (чи володіють працівники кваліфікацією та знання, які необхідні для надання добротних послуг);
- ступінь контактування (ступінь, до якої ресторан подає відвідувачам свої послуги);
- уважність (ввічливість, евфемізм та уважність працівників до відвідувачів);
- реакція персоналу (демонстрація персоналом бажання та можливість стрімко запропонувати послугу);

– естетичні критерії (зовнішність працівника, фізичне оточення корелюють з добротністю наданих послуг) [9].

Початкові п'ять чинників корелюються з добротністю кінцевої послуги, а останні – з добротністю процесу доставки.

З метою максимально задоволення потреб окремих груп відвідувачів була створена нова ідея закладів ресторанного сервісу. За останні роки новації істотно поміняли ресторанну індустрію. Тому, щоб підтримувати високий дохід, важливо бути в курсі останніх новинок ресторанної індустрії. Загалом ресторанний бізнес безпосередньо підпорядкований рівню витрат своїх клієнтів. Ресторани повинні володіти способами залучення відвідувачів, досягати їх відданість та спонукати витрати на придбання різними способами.

У майбутньому ресторанний сервіс приділятиме все більше уваги повторному заохоченню відвідувачів та спонуканню їх додаткового споживання, забезпечуючи широкий вибір закладів громадського харчування та високу культуру обслуговування, що є важливим фактором для розвитку індустрії громадського харчування в умовах жорсткої конкуренції на ринку послуг громадського харчування [18].

Побудова гарного корпоративного іміджу з добротними послугами – важлива і відповідальна робота для ресторанних закладів.

Ступінь сервісу окреслюють:

– технічні критерії (знання часу сервісу та етикету);
– психологічні критерії (емоції клієнта, міжособистісні стосунки між клієнтом і обслуговуючим персоналом: бажання зрозуміти, вміти виходити з конфліктних ситуацій, шукати консенсус) [5].

Гостре суперництво зобов'язує рестораторів до пошуку нових видів та форматів обслуговування. Український ринок вивчає та активно впроваджує іноземний досвід.

Головними дорученнями організації сервісу відмічаємо:

– найбільше споживачі задоволені сервісом ресторанних закладів в місцях роботи, навчання, проживання та відпочинку;

- прийняти найбільш економічну форму та метод обслуговування для закладу та найзручніший для відвідувачів;
- піднесення добротності приготування страв, обслуговування та культури сервісу в закладах харчування;
- жорстке додержання правил продажу;
- велике залучення новітніх форм і підходів у сервісі [11].

Результативність роботи ресторану та його конкурсність підпорядковується здатності та професіоналізму керівництва здійснювати соціальний вплив на працівників, оскільки від цього залежить ефективність взаємодії працівників закладу із клієнтами.

Система управління обслуговуванням представлена на рис. 1.2 [2].

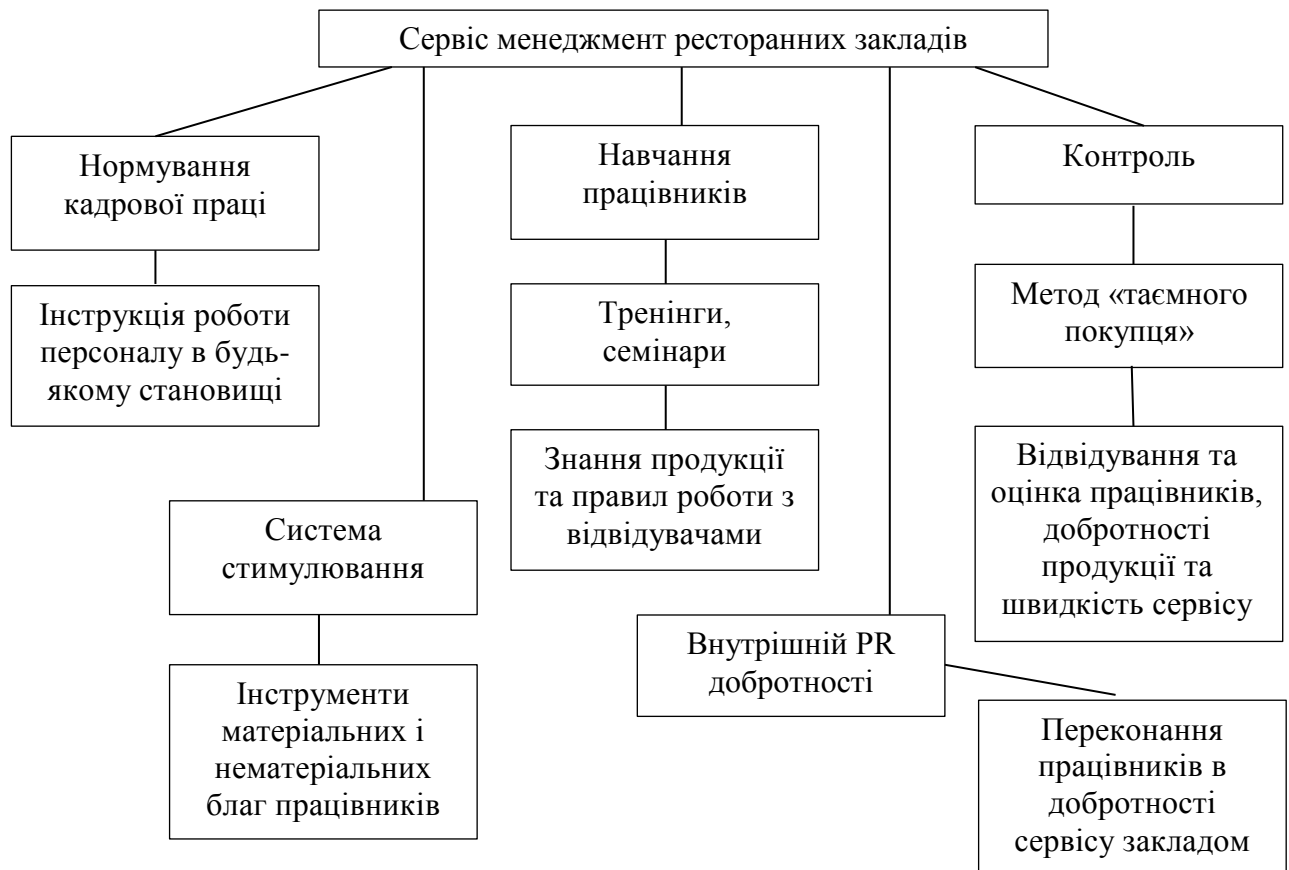


Рис. 1.2. Складові сервіс менеджменту ресторанних закладів

Спільність всіх чинників дозволить збільшити відвідуваність завдяки наростанню задоволеності клієнтів послугами та привабливості приватних та корпоративних відвідувачів.

1.3. Нововведення сервісу клієнтів ресторанного господарства

Нововведення в ресторанних послугах можуть з однієї сторони бути оцінені, як виробничі, а з другої – невиробничі. Будь-які новітні зміни в галузі ресторанного сервісу додають деякі привілеї, як продуцентам їжі та сервісу ресторанного закладу, так і відвідувачам. Вагомою зміною являється використання різноманітних комп'ютерних технологій. Однією з них є використання інтерактивних замовлень за допомогою E-menu. Їх можна розташувати на столах біля відвідувачів, біля бармена чи в іншому місці. Відвідувач отримує індивідуальну можливість одразу зробити замовлення, а також стрімко здобути повідомлення про страви та напої закладу: з чого складається їжа, як її приготовлено, кількість калорійів і т.д. Такий різновид меню дуже дієвий, коли необхідно запропонувати обслуговування комплексних різновидів надання послуги споживання, так як відвідувач зможе підібрати самостійно собі сніданок, обід чи вечерю. Заявка відвідувача буде моментально направлятися на кухню, а також адміністратору закладу [28].

Використання такого обладнання дозволить уникнути огріхи при замовленні і це підвищить добротність сервісу, а також скорочує термін виконання послуги.

Ще однією новітньою зміною є використання QR-кодів, що також спрощують швидкість, як замовлення так і обслуговування відвідувачів.

Новітні зміни сервісу клієнтів ресторанного господарства представлені на рис. 1.3-1.4.

Фуршетний стіл, або шведська лінія – один із сучасних видів процесу сервісу відвідувачів у закладах громадського харчування, призначений для мінімізації чисельності обслуговуючого персоналу.

Перевага продуцента – перспектива обслуговувати велику кількість споживачів одночасно з низькою трудомісткістю. На думку експертів, за умови гарантованої присутності 50 і більше споживачів «фуршетний стіл» окупиться та почне давати прибуток [29].

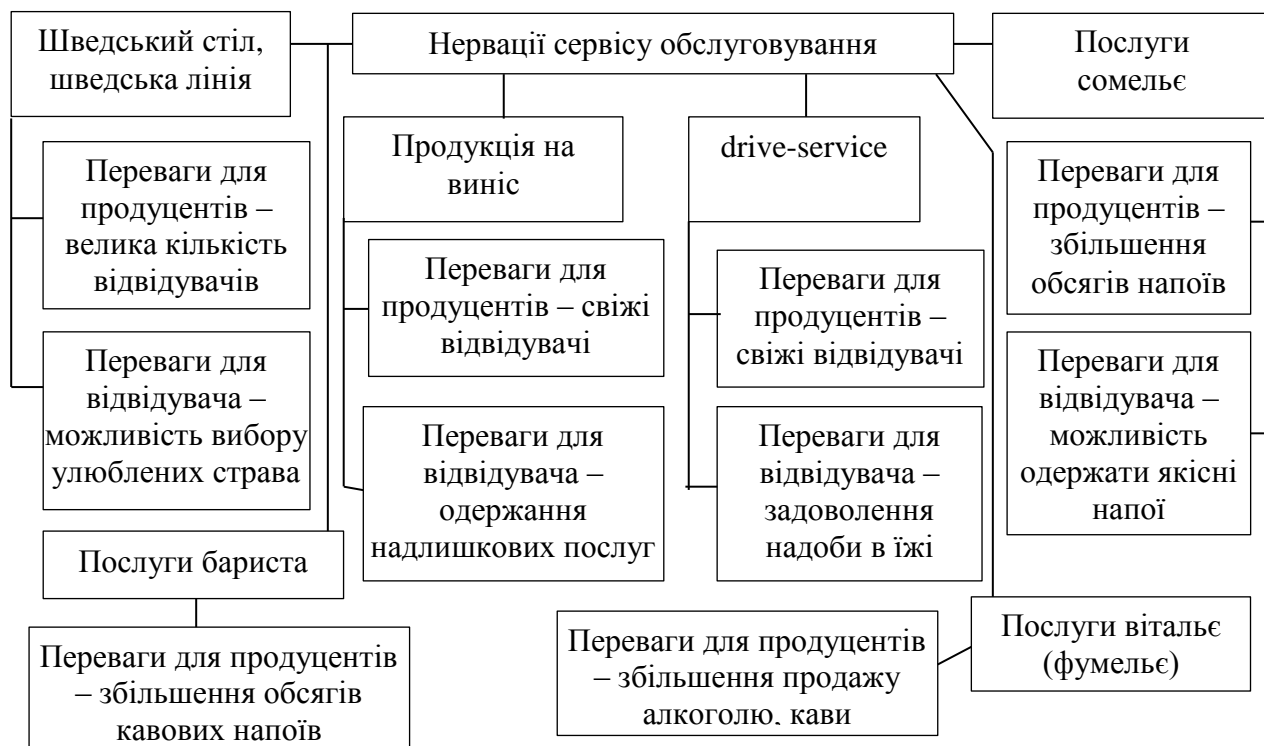


Рис. 1.3. Нововведення обслуговування в ресторанах [28]

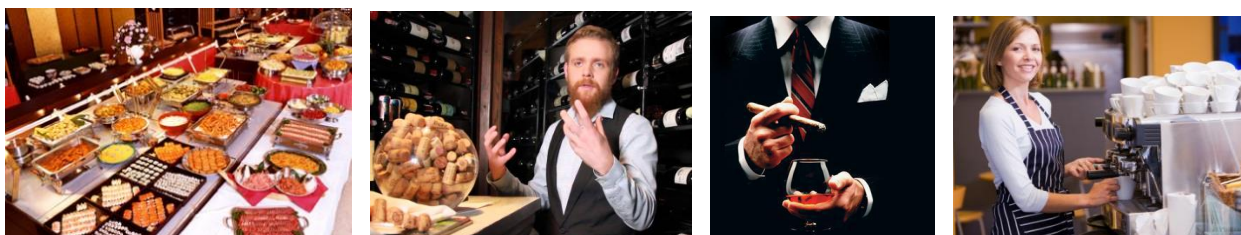


Рис. 1.4. Нововведення сервісу в ресторанных закладах

Переваги для споживачів – серед наявних страв і напоїв відвідувачі можуть обрати ту кількість, яка йому до смаку та різноманітності.

Take out та carry out – даний сервіс взаємозалежний з виникненням ресторанів, основною послугою яких є продаж своїх продуктів на виніс та/або привезення їжі в інше місце. Перевага продуцента – нова перспектива для збільшення споживчої аудиторії для продуктів і послуг. Нові можливості додати прибуток. Переваги для споживачів – доступ до додаткових послуг.

Drive-service – організація реалізації продукції закладу ресторанного господарства споживачам, які перебувають, у своїх автомобілях.

Перевага продуцента – перспектива для розширення збуту, ще одне джерело доходу. Підвищення кількості послуг, які пропонуються споживачам,

що сприяє зміцненню «гарного» іміджу та збільшенню кількості споживачів продукції та послуг закладів громадського харчування. Переваги для споживачів. Новітня можливість задовольнити свої потреби в їжі, не покидаючи транспортного засобу [3].

Послуги сомельє – познайомити працівників закладу з фахівцем з алкогольної продукції з обслуговування споживачів. В обов'язки сомельє часто входить розробка винної карти та відповідне обслуговування винного асортименту ресторану. Якщо на підприємстві є винний льох, то відповідальним є сомельє. В його обов'язки часто входила організація постачання вина. Тим не менш, головна роль ресторанного сомельє – консультивати щодо вибору напоїв і забезпечувати якісне обслуговування клієнтів.

Перевага виробника – збільшення добротності обслуговування. Очікується зростання продажів напоїв. Відшліфовується імідж підприємств в очах поціновувачів вина. Переваги для споживачів – рівень якості обслуговування постійно підвищується. Можливість отримати експертну думку та консультацію щодо вибору напоїв (смак, аромат тощо).

Послуги бариста. Додавання до працівників ресторану кавових спеціалістів, які безпосередньо займаються обслуговуванням споживачів. Досвідчений бариста має всі навички, необхідними для отримання ідеального еспресо (наскільки добре подрібнені зерна, наскільки компактна гуща в тримачі ложки, контроль температури і тиску в машині). Володіє технікою отримання молочної піни (вершків) за допомогою пари [16].

Послуги вітальє (фумельє). Познайомте персонал ресторану з експертами з дегустації сигар і міцних напоїв. В його обов'язки входить нарізка сигар клієнтам перед споживанням, допомога у виборі алкоголю (вино або коньяк) і кави. Крім того, курці зобов'язані повідомити про вид тютюну, виробника марки сигар, смакові характеристики обраних сигар і напоїв, основні правила поєднання алкоголю та сигар.

РОЗДІЛ 2. СТРАТЕГІЧНИЙ АНАЛІЗ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ ОБСЛУГОВУВАННЯ РЕСТОРАНУ SHOW BASILIC МІСТА ЛУЦЬКА

2.1. Аналіз діяльності ресторану Show Basilic

ФОП Дудінський І.О., Дудінська Т.В., Киричук В.В. функціонує у сфері ресторанного бізнесу під назвою «Мережа кафе та ресторанів «Базилік». Дана мережа об'єднує різноманітні заклади в містах Луцьку та Нововолинську Волинської області (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

Мережа закладів Basilic group [27]

№	Назва закладу	Адреса закладу	Вид закладу	Контакти закладу	Режим роботи
1	BASILIC	м. Луцьк вул. Кравчука 11а	Кафе італійської кухні	(066) 341-42-41	Пн-Нд. 10-00-23.00
2	BASILIC	м. Нововолинськ, вул. Шевченка, 38а	Кафе італійської кухні	(097) 988-88-10	Пн-Нд. 10-00-23.00
3	SHOW BASILIC	м. Луцьк вул. Словацького, 7	Ресторан- лаунж-бар	(066) 888-56-65	Пн-Нд. 10-00-23.00
4	4REST	м. Луцьк вул. Кравчука 15К	ресторан	(099) 100-00-15	Пн-Нд. 10-00-23.00
5	PUR•PUR	м. Луцьк вул. Яровиця, 17	Бранч-кафе	(099) 100-00-25	Пн-Чт. 08.00-21.00 Пт.-Нд. 09.00-22.00
6	«ХлібСіль» («Bread & salt»)	м. Луцьк пр. Соборності 16в	Ресторація	(066) 116-48-47	Пн-Нд. 10-00-23.00

Ресторан-лаунж-бар «Show Basilic» розташований у центрі Луцька, на вулиці Словацького, 7, e-mail: basilic.volyn@gmail.com, сторінка в Фейсбуку -

<https://www.facebook.com/showbasiliclutsk/>, сторінка в Інстаграм - https://www.instagram.com/show_basilic/. Це сучасний стильний заклад з дизайнерським інтер'єром, оформлений у гармонійному поєднанні лофт-стилю та елементів бароко. Меню містить популярні й авторські страви європейської, української, італійської та японської кухонь. Акцент зроблений на гриль-стравах і суші-меню [25].



Рис. 2.1. Вхід в ресторан Show Basilic [26]

Для дітей влаштовують кулінарні майстер-класи. В алкогольній карті представлені ексклюзивні коктейлі. Часто в ресторані проходять шоу-програми, виступи музичних колективів та ді-джеїв, а також концерти.

Заклад має дві зали, в яких може розміститися по 150 гостей, а також літній майданчик. Вдень заклад є затишним рестораном, а з приходом ночі перетворюється на лаунж-бар.

Величезний зал на 150 місць на першому поверсі: дивани, стільці з фіолетовою оббивкою. Стиль – під відомий київський сімейний ресторан «Мафія». В куточку барна стійка, зліва, справа – винні полиці, екран з традиційними «модами» (рис. 2.2).

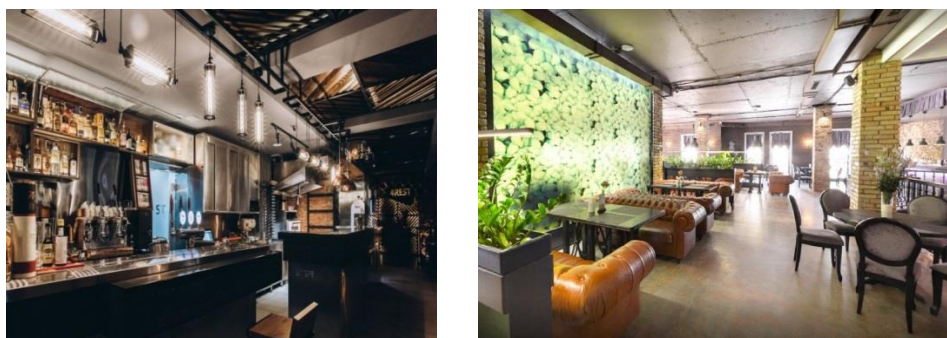


Рис. 2.2. Інтер'єр першого поверху ресторану Show Basilic [26]

Зал на «нульовому» рівні теж великий – розрахований десь на 150 відвідувачів. Обладнаний та декорований в стилі «джентльменського клубу», але призначений для веселих дискотечних вечірок.

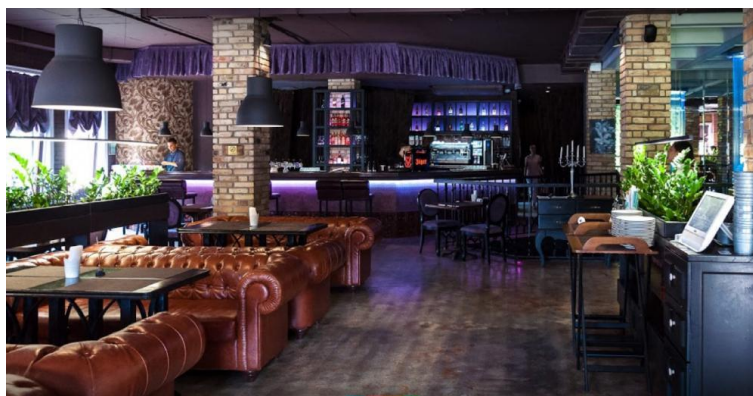


Рис. 2.3. Інтер'єр «нульового» рівня ресторану Show Basilic [26]



Рис. 2.4. Літній майданчик ресторану Show Basilic [27]

Ресторан Show Basilic – це колоритний заклад, який відкрився в березні 2014 року. Основним видом діяльності ресторан-лаунж-бар є надання послуг громадського харчування. Головними клієнтами ресторану Show Basilic є населення м. Луцька, а також туристи, які відвідують це місто. Кухня ресторану (європейська, українська, італійська, японська) підійде для усіх людей незалежно від вікового діапазону, все ж більшість клієнтів складають люди віком 18-40 років. Основна місія ресторану полягає у наданні жителям і гостям міста високоякісних страв за доступними цінами з швидким обслуговуванням, що забезпечить максимальне задоволення потреб клієнтів та довгостроковий

розвиток ресторан. Для досягнення своєї мети ресторан Show Basilic здійснює такі види діяльності:

- діяльність ресторанів, надання послуг мобільного харчування;
- неспеціалізована оптова торгівля;
- розвиток сфери громадського харчування, відкриття та утримання власних ресторану, барів, ресторанів тощо;
- оптова та роздрібна торгівля продуктами харчування;
- проведення вечірок та концертів;
- доставка їжі тощо [27].

Кухарі закладу спеціалізуються на приготуванні страв європейської та японської кухонь з додаванням власної випічки – чабати житньої та пшеничної (табл. 2.2).

Таблиця 2.2

Види меню ресторану Show Basilic [26]

№	Вид меню	Кількість позицій меню	Цінова характеристика, грн..
Основне меню			
1	Дитяче меню	4	55-120
2	Закуски, салати, супи	31	45-420
3	Крафтові пасти, гарячі закуски	11	70-165
4	Рибні та м'ясні гарячі страви	19	140-390
5	Десерти, круасани	13	50-245
Піца			
6	Піца	18	120-320
Суши та роли			
7	Преміям-роли, роли	20	140-490
8	Філадельфія, Каліфорнія	16	145-220
9	Драconi, Нігірі, Суши-спайсі, Макі	24	35-220
10	Сети	11	280-1240

Слід спробувати кулінарні пропозиції «Крафтові пасти», які приготовлені з дотриманням рецептур італійської національної кухні (табл. 2.3).

«Крафтові пасти» та гарячі закуски ресторану Show Basilic [25]

№	Назва страви	Вага страви, г	Ціна страви, грн.
Крафтові пасти			
1	Равіолі з індичкою	280	140
2	Равіолі з лососем	200	120
3	Аліо Оліо з креветками	250	145
4	Паста житня з міксом лісових грибів та індичкою	370	145
5	Ротоло з телятини запечене під сиром	260	165
6	Домашня карбонара	310	125
7	Кватро Формаджі	210	115
Гарячі закуски			
8	Бурякові вареники з білими грибами та картоплею в соусі Мостарда	200	70
9	Шпинатні вареники з м'ясом та шкварками	200	115
10	Хумус з міні кебабом	200	105
11	Хумус з мусом з фети	180	85

Кулінарні пропозиції меню «М'ясні гарячі страви» включають різноманітні страви європейської кухні: курячий стейк Пармін'яно з пюре зі смаженої картоплі, куряча грудинка зі шпинатним соусом та шпарагівкою, качина ніжка конфі з яблуневим та морквяним пюре, стейк Базилік з печеною картоплею в розмарині і багато інших страв європейської кухні. Цінова характеристика даних страв в ресторані Show Basilic коливається від 140 до 250 грн. (рис. 2.5).

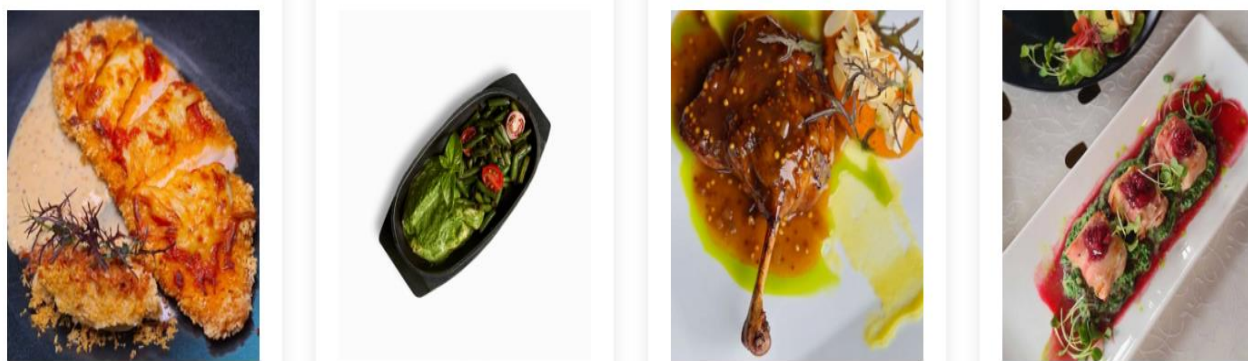


Рис. 2.5. М'ясні гарячі страви ресторану [26]

Додаткових перешкод розвитку та функціонуванню ресторану завдали епідемія корона вірусу та війна, внаслідок яких по всій країні було введено карантин та воєнні обмеження, що призвело до тимчасового припинення своєї діяльності багато підприємств. Ресторан Show Basilic зміг пристосуватися до цих змін та проводило свою діяльність дистанційно: клієнти мали змогу замовляти продукцію по телефону або через Інтернет з доставкою. Завдяки цьому крокові навіть в умовах кризи та війни ресторан зміг отримувати певні доходи.

Основна концепція ресторану «Відчуй емоції та смак», тут відбуваються зустрічі друзів та близьких за духом людей [27].

Професіоналізм кухарів та офіціантів, найсучасніше технологічне обладнання та комфорт залів гарантує успішне проведення весіль, бенкетів, фуршетів тощо, а музиканти додають додатковий настрій.

Ресторан Show Basilic намагається постійно вдосконалювати свою діяльність відповідно до потреб його споживачів. Адже, основна мета – максимальне задоволення потреб.

Виробничі можливості ресторану Show Basilic характеризуються його спроможність до випуску широкого асортименту продукції найвищої якості.

Ресторан-лаунж-бар «Show Basilic» є порівняно молодим закладом ресторанного господарства та в нелегких умовах війни починає активно розвиватися. Користуючись даними отриманими з ресторану відомо, що протягом останніх 3 років кількість працюючих працівників є стабільною (рис. 2.6).

На 01.04. 2023 року в ресторані Show Basilic нараховувалося 28 осіб, деякі категорії працівників оформлені за цивільно-правовим договором.

Стиль керівництва ресторану Show Basilic є демократичним. Директор ресторану вільно спілкується з усіма підлеглими, які мають можливість висловлювати свої думки, пропозиції, приймати рішення на основі консенсусу. Приміром, коли почалася війна та обмеження роботи закладів харчування ресторан Show Basilic опинився перед важливим викликом та повинен

був пристосовуватися до змін. Вище керівництво на колективних зборах з усіма працівникам шукало ідеї щодо продовження своєї роботи й організації доставки їжі до клієнта. Загалом, ресторан Show Basilic є відкритим до новаторства та творчих ідей, працівники висувають власні ідеї, на колективних зборах відбувається їх обговорення та прийняття або відхилення [26].

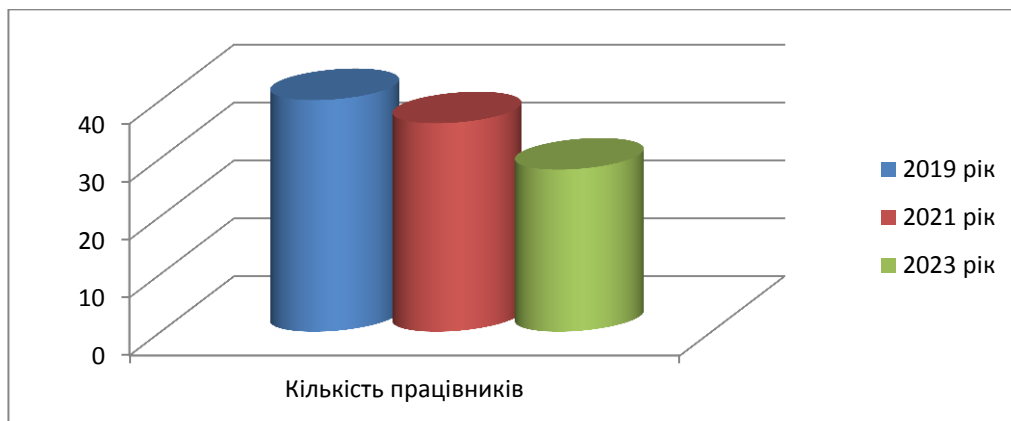


Рис. 2.6. Динаміка працівників ресторану Show Basilic за 2019-2023 роки

З метою забезпечення ефективної роботи персоналу ресторані Show Basilic застосовує досить ефективний симбіоз як мотивуючих засобів, так і штрафних санкцій за не належне виконання трудових обов'язків. Організаційна структура ресторану Show Basilic представлено на рис. 2.7.

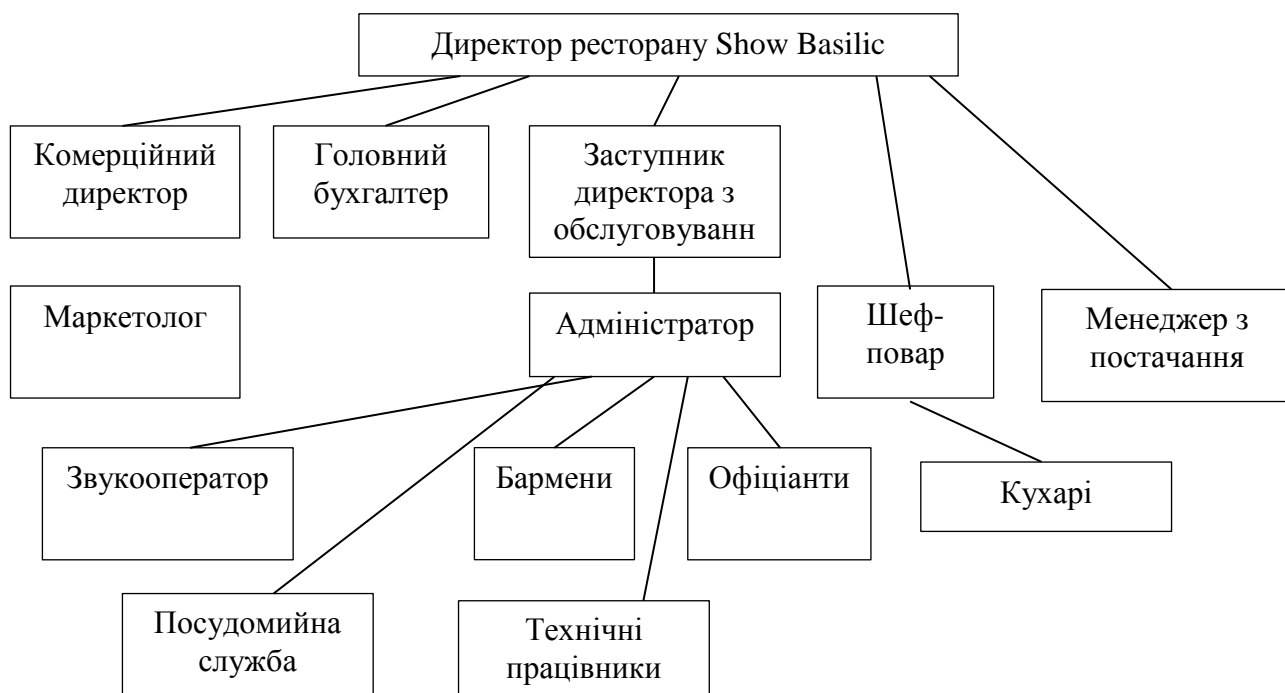


Рис. 2.7. Організаційна структура ресторану Show Basilic [27]

З рис. 2.7 бачимо, що головним органом управління є директор, який відповідає за розвиток ресторану Show Basilic, напрями діяльності, представлення його у зовнішньому середовищі, налагодження контактів з пресою та місцевими органами влади. Він водночас є і його власником.

Таким чином ресторан Show Basilic є приватним підприємством, що розташований у м. Луцьку та знаходиться у приватній власності. За формою власності ресторан відноситься до малих підприємств, так як кількість працівників складає всього 28 осіб. Ресторан Show Basilic обслуговує різний контингент відвідувачів, основними клієнтами є люди віком 18-45 років. При цьому, ресторан Show Basilic зміг пристосуватися до роботи під час ведення війни та зміг в непростих умовах вижити, що свідчить про наявність достатнього потенціалу для розвитку.

2.2. Інноваційні послуги обслуговування споживачів в ресторані Show Basilic міста Луцька

Відповідно спрямувань розвитку закладів ресторанного господарства на зміну не сучасним способам ведення ресторанного бізнесу завжди приходять новітні – із теперішньою будовою, з новою стратегією, з передовими методиками у виробництві та сервісі, з застосуванням ІКТ та Інтернет. У конкурентних змаганнях за відвідувачів заклади ресторанного сервісу застосовують різноманітні інструменти:

- оригінальну, авторську, молекулярну кухню;
- новітнє спеціалізоване та автоматизоване обладнання;
- добротний посуд та додатки сервірування;
- новітній внутрішній та зовнішній дизайн приміщень;
- запрошують музичні колективи чи виконавців з організацією шоу-програм, коли проходять відповідні заходи в закладах;
- сервіс висококласними професіоналами (кавовими, винними і т.д.);
- застосовують різноманітні програми лояльності для відвідувачів;

– використовують елементи атракції.

Кожен заклад ресторанного сервісу прогресує в середовищі суперництва, тому прагне в діяльності застосовувати новаційні методи і технології приготування страв та сервісу [3].

Повне переосмислення принципів роботи допомогло вижити багатьом підприємцям, а декому дозволило навіть процвітати. Сфера гостинності не стала більше ігнорувати вимоги часу та змушена була впроваджувати нові технології. Громадське харчування довелося переосмислити у тому розумінні, що розвиток бізнесу залежить не тільки від хорошого обслуговування. Тепер воно визначається споживанням за межами ресторану, тому потребує впровадження відповідних технологій.

Основна направленість розвитку новаційних процесів в ресторані Show Basilic представлена на рис. 2.8.

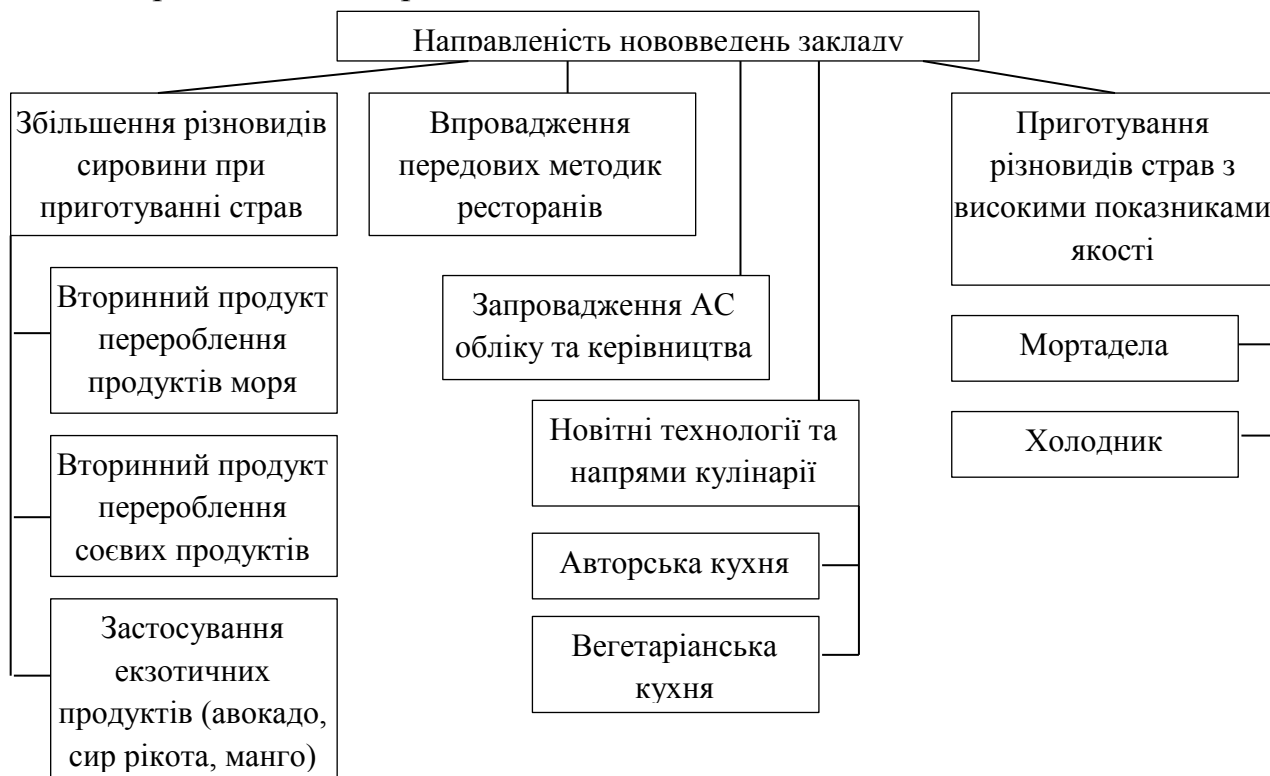


Рис. 2.8. Направленість розвитку нововведень ресторану Show Basilic

Коротко дамо характеристику основних інновацій обслуговування, які присутні в ресторані Show Basilic:

– онлайн-заявка та поставлення через заснування власних служб або спонукання стороннього поставника. На сьогоднішній день споживачі воліють

мати шанс замовити страви через Інтернет, а завдання ресторану – надати такий сервіс, за рахунок чого збільшаться доходи та споживачі стануть більш лояльними. Крім того, при онлайн-заявці клієнтам обов’язково необхідно подати свої дані з номером телефону, що дозволить ресторану започаткувати власну базу споживачів і в майбутньому застосовувати її з маркетинговою метою. В ресторані Show Basilic можна замовити різноманітні страви через Інтернет і отримати замовлення через власну службу доставлення ресторану за відповідним номером телефону ресторану.

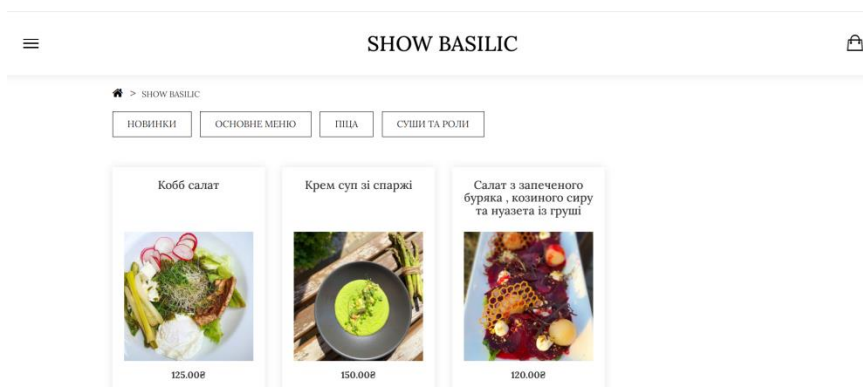


Рис. 2.9. Сторінка замовлення страв через Інтернет [26]

QR-коди та безконтактна оплата, які дозволяють проглянути онлайн-меню та замовлення. Друковане меню замінили QR-коди на столиках, як і безконтактна оплата чека за допомогою додатків на телефоні або того ж QR-коду. В ресторані Show Basilic дані дії здійснюються через сервіс компанії Poster, що дає можливість не тільки здійснити оплату по QR-коду, а й залишити електронні чайові, а також залишити повідомлення про свої враження від відвідування закладу. Дана послуга дозволяє зменшити тягар на обслуговуючий персонал, а також зробити ресторан незагрозливим для відвідувачів, так як дані дії відбуваються безконтактно. В Show Basilic можна оплатити через Apple/Google Pay або картою Visa/Mastercard.

Крім того дана програма в ресторані дає змогу здійснити оплату не тільки по всьому рахунку, а й за окрему їжу, яка була замовлена із загального рахунку. Заклад ресторанного сервісу отримав дану послугу безкоштовно, тільки сплачується 2% від загальної вартості чеку [4].

Ще однією новацією ресторану Show Basilic є бронювання столиків онлайн. Замовлення столика по телефону залишилося в минулому, а технологія онлайн-бронювання набуває нового значення. За допомогою відповідної програми можна переглядати доступні варіанти та бронювати на ходу. У свою чергу, за допомогою технологічних систем бронювання ресторан може керувати місцями, списками очікування, лояльністю клієнтів, враховувати їх уподобання та збирати інформацію для аналізу ринку.

Програмне забезпечення для автоматизованого управління запасами. Використання відповідного програмного забезпечення дозволяє бухгалтерії і менеджеру з постачання ресторану Show Basilic відстежувати запаси їжі та напоїв, прогнозувати кількість та навіть планувати повторні замовлення, а також допомагає знизити витрати на продукт. Завдяки таким діям менеджери ефективніше керують ресторанним сервісом.

Для зростання масштабів реалізації страв в ресторані Show Basilic вживаються різноманітні прийоми продажів:

- незвичне декорування їжі та напоїв (рис. 2.10);



Рис. 2.10. Страви меню ресторану Show Basilic [26]

- введення новітніх способів сервісу;
- агітація в залі ресторану;
- аргументована реалізація;
- рекомендація при вибиранні нових страв і сервісу [11].

Виконаємо дослідження, що дасть змогу охарактеризувати внутрішнє оточення ресторану і одержати дані для визначення найбільш потрібної стратегії розвитку ресторану. SWOT-аналіз наведемо у табл. 2.4.

SWOT-аналіз ресторану Show Basilic

Сильні сторони	Слабкі сторони
<ol style="list-style-type: none"> 1. Розташування в центрі міста 2. Кваліфіковані працівники в закладі 3. Висока інспекція добротності. 4. Обґрунтований авторитет. 5. Зосередженість на першочерговому задоволенні відвідувачів. 6. Присутність сталих відвідувачів. 7. Енергійне застосування нововведень. 8. Незвичний фірмовий стиль. 9. Різноманітні пропозиції по меню. 10. Використання власних рецептів. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Потенційні відвідувачі мають низьку обізнаність про ресторан. 2. Недостатня рекламна кампанія. 3. Недостатність стратегічного планування. 4. Брак персоналу через війну в Україні. 5. Брак часових ресурсів роботи закладу через комендантську годину. 6. Велике навантаження на одного працівника
Можливості	Загрози
<ol style="list-style-type: none"> 1. Додання кількості відвідувачів. 2. Організація та реалізація різноманітних заходів. 3. Розширення замовлення столиків через Інтернет. 4. Замовлення їжі через Інтернет та збільшення власної доставки. 5. Збільшення асортименту можливих страв за рахунок української кухні. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Війна в Україні і виїзд потенційних відвідувачів за кордон 2. Високий рівень падіння інфляції. 3. Посилення тиску з боку інших закладів. 4. Погана народжуваність в регіоні. 5. Збільшення податкового тягаря. 6. Підвищення платежів по займах. 7. Знижується платоспроможність відвідувачів.

Як бачимо з табл. 2.4 для ресторану Show Basilic загроз на ринку ресторанного сервісу існує значно більше, ніж можливостей. Отже, ресторатором закладу потрібно втілювати не дуже широку політику.

Матриця SWOT-аналізу ресторану Show Basilic подана у табл. 2.5.

Проаналізувавши таблицю 2.5 можна відмітити, що ресторан Show Basilic перебуває в полі Загрози + Сильні сторони, і відповідно оптимальною являється стратегія обмеженого збільшення. На переважання цієї стратегії свідчить і більшість сильної сторони над слабкою, і загроз над можливостями.

Матриця SWOT-аналізу ресторану Show Basilic

Можливості + Сильні сторони	Можливості + Слабкі сторони
$5 + 10 = 15$	$5 + 6 = 11$
Загрози + Сильні сторони	Загрози + Слабкі сторони
$7 + 10 = 17$	$7 + 6 = 13$

Ресторану Show Basilic необхідно весь час йти вперед, покращувати і збільшувати свій ресторанний сервіс, однак і зважати та аналізувати ринок ресторанного сервісу міста Луцька та вчасно впливати на будь-які переми в діяльності ресторанного господарства.

2.3. Оцінка інноваційного розвитку обслуговування

Задля оцінки нововведень в ресторані Show Basilic нами був проведений аналіз відгуків покупців сайту Lutsk24, Інстаграм та Фейсбук сторінок закладу. Нами проаналізовано близько 60 відгуків.

Коли проаналізувати склад дописувачів, то більшість відвідувачів це жінки 60% і 40% – особи чоловічої статі. За аналізом відгуків виявлено, що найбільша завантаженість ресторану залежить від днів тижня і припадає на 17.00-21.00 год. в будні дні та 13.00-21.00 на вихідні дні (рис. 2.11).

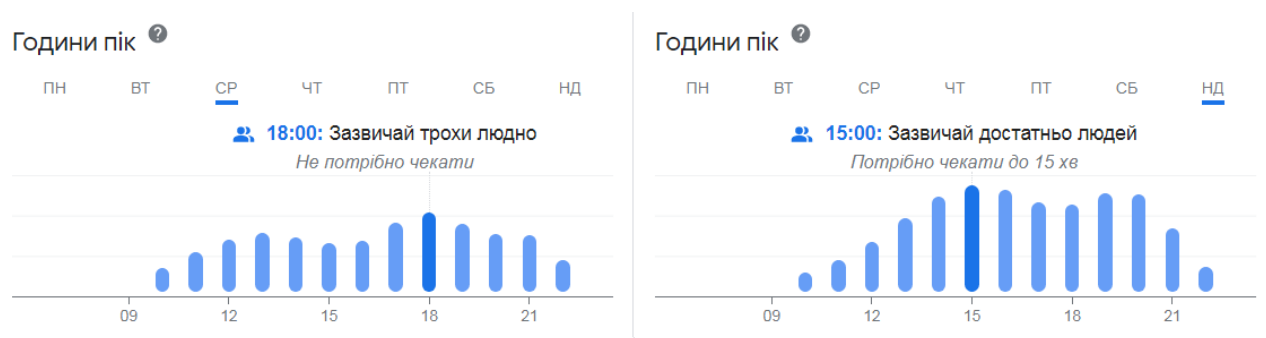


Рис. 2.11. Періоди максимального завантаження ресторану [25]

Наступним показником нашого аналізу відгуків було визначення способу харчування дописувачів ресторану, і ми виявили, що найбільше дописувачів

ресторану Show Basilic дотримуються звичайного способу харчування 52%, 38% – віддають «пальму першості» здоровому харчуванню, 6% – не вживають тваринної їжі, і 4% – дотримуються особливих умов харчування (рис. 2.12).



Рис. 2.12. Спосіб харчування дописувачів ресторану Show Basilic

Проаналізувавши рис. 2.12 можна відмітити, що серед дописувачів зростає відсоток тих, хто піклується про власне здоров'я, а отже такі нововведення в ресторані Show Basilic, як «Збільшення різновидів сировини при приготуванні страв» та «Приготування різновидів страв з високими показниками якості» досить доречне. Для відвідувачів із звичайним способом харчування цікавою буде така новація, як «Незвичне декорування їжі та напоїв. Крім того, за аналізом відгуків, ми можемо відмітити, що знайшли свої страви і ті, хто не вживає тваринної їжі – «Застосування екзотичних продуктів (авокадо, сир рикота, манго)». Отже, ресторану Show Basilic потрібно в подальшому використовувати дані нововведення.

Наступним завданням, яке ми ставили при аналізі відгуків було виявити причину візиту в ресторан. За даною ознакою, більшість відвідувачів прийшли, щоб посмакувати їжу та напої закладу 48%; 32% – відвідали з метою пообідати; назначали зустріч в ресторані – 10%; відпочивали – 5,8%; проводили вільний час – 4,0%; замовити страви додому – 0,2% (рис. 2.13).

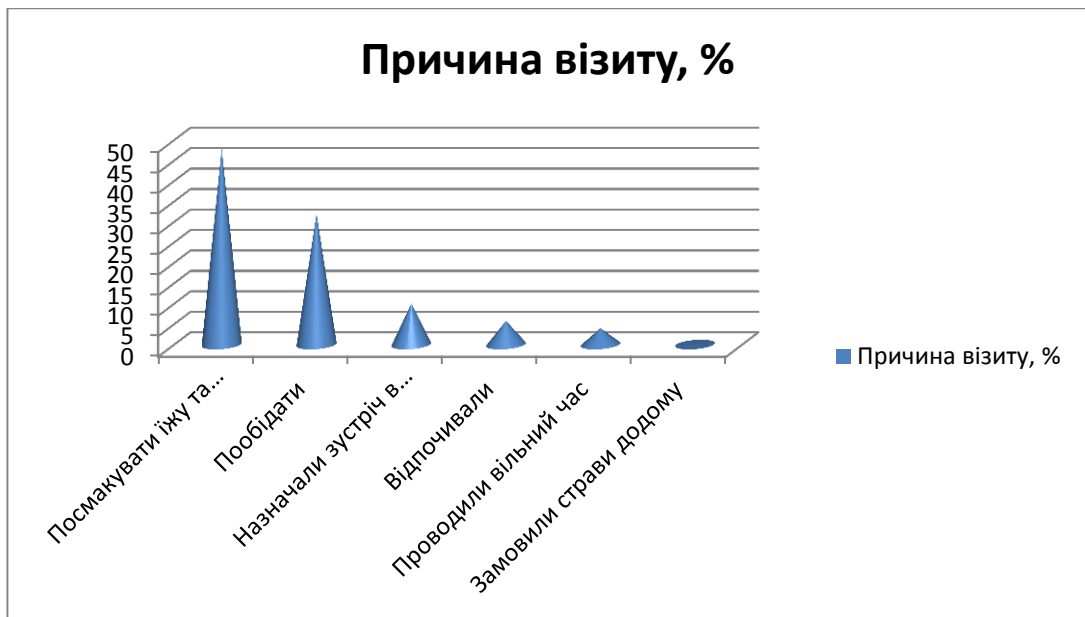


Рис. 2.13. Оцінка відгуків по причині візиту в ресторан Show Basilic

Проаналізувавши рис. 2.13, можна відмітити, що основні відгуки стосуються таких нововведень закладу, як «QR-коди та безконтактна оплата», «Різноманітні прийоми продажів», «Бронювання столиків онлайн». Для тих, хто прийшов з метою «Замовити страви на «виніс» доцільно розширити власну службу доставки їжі. Як показують відгуки, дані новації позитивно вплинули на відвідувачів ресторану Show Basilic.

Ще одним критерієм нашого аналізу, було виявити джерела інформації про ресторан (рис. 2.14).



Рис. 2.14. Аналіз відгуків про джерела інформації ресторану Show Basilic
Більшість ресторан Show Basilic порекомендували відвідати знайомі – 40,1; досить високу рекламу зробив сайт закладу – 23,9; соціальні мережі

закладу (Фейсбук та Інстаграм); інші сайти Інтернету також добре моніторять інформацію про ресторан – 7,0%; інші джерела інформації – 5,3%; вівіска ресторану – 3,7%. Отже, можна сказати, що такі новації ресторану, як «Новітнє спеціалізоване та автоматизоване обладнання», а також «Використання інформаційно-комунікативних технологій» позитивно впливає на відвідувачів ресторанного закладу і потребує регулярного оновлення і моніторингу інформації про ресторан Show Basilic.

І останній критерій, який ми досліджували, за результатами опрацювання відгуків було «Інновації в обслуговуванні» (рис. 2.15).



Рис. 2.15. Аналіз відгуків про інновації обслуговування ресторану Show Basilic

Аналіз відгуків показав, що першочергово відвідувачі закладу Show Basilic звертають увагу на майстерність та професіоналізм працівників ресторану – 40,3%, добротність і смакові характеристики їжі та напоїв – 20,7%, на швидкість обслуговування звертають увагу – 20,0%, на різноманітність їжі в меню – 13,0%, а на цінову характеристику – 6,0%. За результатами рис. 2.15 можна зробити висновки, що важливими для відвідувачів є і такі інновації, як «Впровадження передових методик обслуговування».

Отже, проведений аналіз показав важливість всіх інноваційних рішень, які використовуються в ресторані Show Basilic.

РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ОБСЛУГОВУВАННІ РЕСТОРАНУ SHOW BASILIC

3.1. Проблеми впровадження інноваційних технологій

Конкуренція зобов'язує учасників процесу надання ресторанних послуг покращувати якість сервісу. В даному сенсі успішні ресторани заклади явно близькі до західного ведення бізнесу. Якщо для будь-якого бізнесу важлива сама концепція репутації, то для ресторанного бізнесу навіть один негативний відгук може мати далекосяжні наслідки. Ось чому лояльність клієнтів з часом тільки зростатиме [7].

Ще одна тенденція – поступове збільшення витрат ресторану на маркетинг і просування. У цій тенденції є і внутрішні зміни, пов'язані з вимогами до професійних послуг: все більше рестораторів звертаються до послуг досвідченого маркетолога, а то й наймають його, замість того, щоб доручати адміністраторам вести сторінки в соціальних мережах [10].

На основі проведених досліджень можна виділити такі основні проблеми, які стримують розвиток ресторанної індустрії в місті Луцьку:

1. Невисока швидкість просування інформаційних технологій та інформатизація ресторанного бізнесу в місті Луцьку. Як показують дослідження, ресторанне підприємництво демонструє стійку тенденцію до зростання, також активно розвивається сфера електронної комерції. Ці чинники вказують на потребу активного розвитку харчових технологій в місті, оскільки найближчим часом на ринку громадського харчування очікуються зміни. На сьогоднішній день в ресторані Show Basilic активно розвиваються виключно сервіс по ресторанних послугах доставлення їжі. Але простір замовлення розвинений дуже слабо, що заважає ресторанам отримувати додатковий дохід за рахунок охоплення нової аудиторії та використання зручних функцій для гостей [16].

2. Знижується добротність харчування за рахунок економії часу мешканців, які виходять на вулицю. Зараз проблема неякісних продуктів харчування є дуже нагальною. Аналіз показує, що сегмент ресторанів швидкого обслуговування в місті Луцьку швидко зростає (приблизно 30% на рік) порівняно з рештою ресторанної галузі. Можливість такому харчуванню може бути послуга замовлення їжі від ресторану Show Basilic, яка дозволяє смачно поїсти, не витрачаючи час на очікування готовності їжі.

3. Нестача дієвого аналітичного сервісу в ресторані, щоб отримати дані про поведінку відвідувачів, за рахунок чого можна удосконалити якість взаємодії. Так, піднесення ринку цифрової торгівлі та замовлень через Інтернет, вимагає глибокого аналізу цільової аудиторії та клієнтів. Ресторан Show Basilic не має розгорнутої статистики по своїх клієнтах, а отже, не мають гнучких і зручних інструментів для управління продажами, рекламними акціями та збільшенням доходу. Для надання якісної послуги необхідно мати належні дані про цільових споживачів і максимально індивідуалізувати їх дані.

4. У закладах громадського харчування необхідно економити час і підвищувати швидкість сервісу відвідувачів. Піднесення різноманітних послуг (послуги замовлення таксі чи їжі, купівля за допомогою Інтернет) показує, що користувачам необхідно зробити замовлення та отримати потрібну послугу швидко за кілька простих кроків. Тому потрібна масштабна цифровізація сфери ресторанного сервісу в місті Луцьку, яка наразі лише частково втілена за допомогою послуг доставлення додому їжі [4].

5. При спільному відвідуванні ресторану рахунок потрібно швидко і легко розділити між кількома гостями. Часто це створює певні незручності для ресторану, вимагаючи додаткових витрат часу на замовлення, виставлення рахунків і розрахунок з гостем, особливо якщо гість не повідомив на початку візиту. У рамках впровадження інформаційних технологій в ресторанний сервіс чинник розділення платежу за замовленням є незамінною послугою при розміщенні замовлень через Інтернет.

На сьогоднішній день, вже замало просто мати типові критерії ресторанного закладу: гарантія чистоти, добротності страв та обслуговування. Відвідувачі вибирають інноваційні заклади та підшукують місця для задоволення цієї потреби.

3.2. Пропозиції по покращенню якості надання послуг обслуговування в ресторані

Сьогодні основою прибутковості закладу ресторанного господарства є якість продукції. Вкладом в успіх ресторану є надання високоякісного обслуговування. Якість товарів, продуктів і послуг, що надаються, повинна відповідати попиту.

За допомогою системи управління послугами можливо покращити якість послуг, як частини комплексної системи управління послугами в ресторані. Тому для постійного підвищення якості обслуговування необхідно створити систему управління сервісом [3].

Щоб запровадити дану систему управління обслуговуванням у ресторані Show Basilic та запровадити новий бізнес-процес, необхідно:

- запровадити стандарти обслуговування клієнтів. Проводити оцінювання, що включає результати навчання та дослідження. Можливість навчання дає змогу проводити його в багатьох різноманітних формах: освіта за підготовленою методичкою – самостійно, за допомогою відеофільмів на певні теми ресторанного сервісу, участь у тренінгах та семінарах, особисте навчання – через інструктаж тощо. Складові, формат і термін програми визначаються індивідуально відповідно до формату навчання [22];

- навчання співробітників ресторану технічним навичкам щодо продуктів і послуг, що надаються Show Basilic. Навчання можливе у вигляді здійснення ресурсів, як внутрішніх так і зовнішніх. Наприклад, внутрішніми ресурсами є тренінги, семінари та брифінги для середньої ланки керівників закладу. Навпаки, зовнішніми джерелами є ресурси, які допомагають

продемонструвати пропозицію та структуру ресторанної послуги, а також певні введені новинки, візити засновників та керівників компанії, що пропонує продукт [18];

– запровадження системи контролю в ресторані Show Basilic. Введення підсумків результатів контролю дозволяє істотно збільшити результат навчання співробітників, через аналіз отриманих показників роботи і відповідного їх покращення;

– перевірка системи заохочення та схем заохочення. Такі системи вдосконалення управління послугами включають: нарахування заробітної плати та виплату певної додаткової та обов'язкової винагороди;

– проведення рекламних PR-кампаній та кампаній зі створення сервіс-орієнтованого оточення в ресторані Show Basilic. Крім того, одночасно можна висвітлювати роботу закладу, новинки меню чи інші події в соціальних мережах, або на сайті <https://basilic.ua/cafe-show-basilic>.

Можна виділити кілька способів покращити та забезпечити якісне обслуговування відвідувачів в ресторані:

а) необхідно практикувати правильне обслуговування відвідувачів на самому початку. Коли тільки прийдуть гості, потрібно їх привітати, застосовуючи шанобливі звернення. Після того, потрібно вислухати замовлення відвідувача і, як можливий варіант – запропонувати доповнення, або альтернативу. Необхідно офіціанту гарно засвоїти позиції меню закладу;

б) почерговість обслуговування в закладі. Сьогодні прийнято, що всі обслуговуються в порядку прийняття замовлення, за винятком індивідуальних замовлень, а саме вечірок чи святкових заходів. Спочатку, згідно з умовами, обслуговують жінок, потім чоловіків, потім дітей;

в) не змушуйте відвідувачів чекати, щоб не зіпсувати їм настрій, а це може привести до виникнення конфліктних ситуацій. Якщо страви готуються трохи довше, ніж зазвичай, необхідно повідомити про це заздалегідь і забезпечити апетитив [11];

г) вирішіть проблему негайно. Надати якісне обслуговування відвідувачів в ресторані – це тонкощі вирішення питань, які впливають на якість наданого сервісу. Дуже важливо негайно вирішувати можливі недоліки в обслуговуванні;

д) не потрібно злити відвідувача. Необхідно вислухати, про що вони запитують, не перебиваючи, погодитися, що є проблема, яку потрібно вирішити. Необхідно дати зрозуміти, що відвідувач правий і зберігати власний спокій [4].

Завдяки відгукам, які відвідувачі ресторану мають змогу залишити в соціальних мережах чи на сайті закладу можна покращити ті напрямки обслуговування, що з певних причин є нижчими за відповідну якість сервісу, яка визначається нормативом. Завдяки відгукам стануть зрозумілими потреби відвідувачів і бачення закладу, що в кінцевому результаті призведе до покращення обслуговування.

ВИСНОВКИ

Проведений аналіз дозволив зробити наступні висновки щодо інноваційного розвитку обслуговування надання ресторанних послуг, а також по покращенню якості надання послуг обслуговування в ресторані.

В нашій державі ресторан рідко виборює 30% рентабельності, але бізнес, який досягає 20% доцільності, можна вважати плідним. Плата за розміщення приміщення зазвичай дорівнює 10% доходу, але коли платіж ближче до 15%, це також вважається недобре. Головними критеріями закриття закладу стали війна, локдаун і брак туристів з-за кордону.

Незважаючи на воєнний час триває пошук потреб і вподобань клієнтів, ресторатори винаходять нові формати та впроваджують сучасні рішення, щоб виділитися на ринку та заслужити прихильність аудиторії. Реальність сьогодні така, що занадто мало людей можуть піти в ресторан, не кажучи вже про те, щоб провести там багато часу, але в той же час велика кількість людей може підійти до конвеєра, щоб отримати замовлення.

Індустрія громадського харчування – організм, якому необхідно спостерігати за змінами навколо себе, щоб не втрачати нові тенденції та можливості, і продовжувати розвиватися.

Міра сервісу ресторану – це його репутація, запорука конкурентності і популярності. Гарний ефект має той ресторан, в якому послуга ненав'язлива, але в той же час виконує побажання відвідувачів.

Продукція, яку виробляють підприємства громадського харчування, відрізняється від промислової продукції, і споживачеві складніше оцінити її якість перед тим, як зробити замовлення. Культура сервісу є одним з основних критеріїв оцінки діяльності практиків громадського харчування.

Основними чинниками, що визначають культуру сервісу, є присутність новітнього устаткування, різноманітність і характер послуг, які пропонуються відвідувачеві, кількість і добротність продукції, що виготовляється,

впровадження передових методів обслуговування, фахові навички працівників.

Нововведення в ресторанних послугах можуть з однієї сторони бути оцінені, як виробничі, а з другої – невиробничі. Будь-які новітні зміни в галузі ресторанного сервісу додають деякі привілеї, як продуцентам їжі та сервісу ресторанного закладу, так і відвідувачам. Вагомою зміною являється використання різноманітних комп'ютерних технологій.

Ресторан-лаунж-бар «Show Basilic» розташований у центрі Луцька, на вулиці Словацького, 7 – це сучасний стильний заклад з дизайнерським інтер'єром, оформлений у гармонійному поєднанні лофт-стилю та елементів бароко. Меню містить популярні й авторські страви європейської, української, італійської та японської кухонь. Акцент зроблений на гриль-стравах і суші-меню.

Виробничі можливості ресторану Show Basilic характеризуються його спроможність до випуску широкого асортименту продукції найвищої якості. Ресторан-лаунж-бар «Show Basilic» є порівняно молодим закладом ресторанного господарства та в нелегких умовах війни починає активно розвиватися. Користуючись даними отриманими з ресторану відомо, що протягом останніх 3 років кількість працюючих працівників є стабільною.

Ресторан Show Basilic є приватним підприємством, що розташований у м. Луцьку та знаходиться у приватній власності. За формою власності ресторан відноситься до малих підприємств, так як кількість працівників складає всього 28 осіб. Ресторан Show Basilic обслуговує різний контингент відвідувачів, основними клієнтами є люди віком 18-45 років. При цьому, ресторан Show Basilic зміг пристосуватися до роботи під час ведення війни та зміг в непростих умовах вижити, що свідчить про наявність достатнього потенціалу для розвитку.

У конкурентних змаганнях за відвідувачів заклади ресторанного сервісу застосовують різноманітні інструменти: оригінальну, авторську, молекулярну кухню; новітнє спеціалізоване та автоматизоване обладнання; добротний посуд

та додатки сервірування; новітній внутрішній та зовнішній дизайн приміщень; запрошують музичні колективи чи виконавців з організацією шоу-програм, коли проходять відповідні заходи в закладах; сервіс висококласними професіоналами (кавовими, винними і т.д.); застосовують різноманітні програми лояльності для відвідувачів; використовують елементи атракції.

Для ресторану Show Basilic загроз на ринку ресторанного сервісу існує значно більше, ніж можливостей. Отже, ресторатором закладу потрібно втілювати не дуже широку політику..

Ресторан Show Basilic перебуває в полі Загрози + Сильні сторони, і відповідно оптимальною являється стратегія обмеженого збільшення. На переважання цієї стратегії свідчить і більшість сильної сторони над слабкою, і загроз над можливостями.

Конкуренція зобов'язує учасників процесу надання ресторанних послуг покращувати якість сервісу. В даному сенсі успішні ресторани заклади явно близькі до західного ведення бізнесу. Якщо для будь-якого бізнесу важлива сама концепція репутації, то для ресторанного бізнесу навіть один негативний відгук може мати далекосяжні наслідки. Ось чому лояльність клієнтів з часом тільки зростатиме.

На сьогоднішній день, вже замало просто мати типові критерії ресторанного закладу: гарантія чистоти, добротності страв та обслуговування. Відвідувачі вибирають інноваційні заклади та підшуковують місця для задоволення цієї потреби.

Завдяки відгукам, які відвідувачі ресторану мають змогу залишити в соціальних мережах чи на сайті закладу можна покращити ті напрямки обслуговування, що з певних причин є нижчими за відповідну якість сервісу, яка визначається нормативом. Завдяки відгукам стануть зрозумілими потреби відвідувачів і бачення закладу, що в кінцевому результаті призведе до покращення обслуговування.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Архіпов В.В., Русавська В.А. Організація обслуговування в закладах ресторанного господарства: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2017. 342 с.
2. Архіпов В.В. Організація виробництва на підприємствах ресторанного господарства: підручник. Київ: Вища школа, 2018. 346 с.
3. Бишовець Л.Г., Куракін О.Б., Крижанівський А.І. Інноваційні технології обслуговування в сучасному ресторанному бізнесі. *Інноваційні технології в туристичному та готельно-ресторанному бізнесі: кол. монографія / за ред. проф. Чепурди Г.М.* Харків: СГ НТМ «Новий курс», 2020. С. 53-58
4. Борисова О.В. Показники ефективності інноваційної політики підприємств ресторанного господарства. *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг: [зб. наук. праць]*. Харків: ХДУХТ, 2019. С. 72-77.
5. Влащенко Н.М. Інноваційні технології у ресторанному, готельному господарстві та туризмі: навч. посібник. Харків: ХНУМГ ім. О.М. Бекетова, 2018. 373 с.
6. Гірняк Л., Глагола В. Сучасний стан, перспективи та тенденції розвитку ресторанного господарства в Україні. *Інфраструктура ринку*. 2018. Вип. 16. С. 71–77.
7. Гринько Т.В., Максимчук О.С. Проблеми та перспективи інноваційного розвитку вітчизняних підприємств сфери послуг. *Проблеми економіки*. 2019. №1. С. 255-260.
8. Гросул В.А., Іванова Т.П. Тенденції сучасного розвитку підприємств ресторанного господарства в Україні та Харківській області. *Науковий вісник Ужгородського університету*. 2020. Вип.1(49). Том 1. С. 143-149.
9. Завадинська О.Ю., Кінчур А.А., Деревницький Є.В. Сучасні тенденції впровадження інноваційних форм обслуговування в закладах ресторанного господарства. *Підприємництво і торгівля*. 2019. Вип.25. С.54-59.

10. Інновації у ресторанному бізнесі: впровадження технологій у HORECA. URL: <https://sunone.com.ua/articles-uk/innovacii-u-restorannomu-biznesi-vprovadzheniya-tehnologij-u-horeca/>
11. Клапчук М.В., Біян В.І., Брухлій Б.В. Інноваційні технології в ресторанному господарстві. *Карпатський край*. 2019. № 1 (2). С. 92–99.
12. Кравчук Н.М., Корецька І.Л. Інноваційні ресторани технології: конспект лекцій. Київ: НУХТ, 2017. 114 с.
13. Литвиненко Т.К. Новітні технології обслуговування у сфері ресторанного бізнесу. К.: Знання. 2020. 215 с.
14. Малиновська О.Ю. Сучасні тенденції розвитку ресторанного бізнесу в Україні. *Географія та туризм*. 2019. Вип. 28. URL: http://tourlib.net/statti_ukr/malynovska.htm
15. Мостова Л.М., Новікова О.В. Організація обслуговування на підприємствах ресторанного господарства. навч. посіб. Київ: Ліра-К, 2010. 308 с.
16. Назаренко І.А., Боднарук О.А. Організація обслуговування в закладах ресторанного господарства: навч. посіб. Кривий Ріг: ДонНУЕТ, 2020. 128 с.
17. Омельченко М.С., Стукальська Н.М. Розвиток та запровадження нових трендів в ресторанному господарстві. *Актуальні питання харчової промисловості та перспективи розвитку галузі*. Київ. 2021. С. 71.
18. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/>
19. Ощипок І.М. Інноваційні підходи до оцінки якості послуг у сфері ресторанного бізнесу. *Матеріали наукової конференції «Актуальні проблеми економіки і торгівлі в сучасних умовах євроінтеграції»* (м. Львів, 10-11 травня 2018 р.). Львів: ЛТЕУ, 2018. С.242-243.
20. Павлюченко О.С. Інноваційні технології в ресторанному господарстві: консп. лекцій. Київ: НУХТ, 2018. 93 с.
21. Прилепа Н.В., Соколюк Г.О. Інноваційні технології у сфері ресторанного бізнесу. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2019. №4. Т.2. С.162-164.

22. П'ятницька Г.Т., П'ятницька Н.О. Вплив інноваційних змін на діяльність підприємств ресторанного господарства. *Економіка розвитку*. 2018. № 1(65). С. 122–126.
23. П'ятницька Г., П'ятницька Н. Інноваційні ресторани технології: основи теорії: навч. посіб. для вищ. навч. закл. К.: Кондор-Виробництво, 2018. 250 с.
24. П'ятницька Г., Григоренко О. Сучасні проблеми інноваційного розвитку ресторанного господарства України. *Вісник КНТЕУ*. 2019. №1. С.5-11.
25. Ресторан Show Basilic. URL: <https://www.basilic.volyn@gmail.com>.
26. Ресторан Show Basilic. URL: <https://www.facebook.com/showbasiliclutsk/>.
27. Ресторан Show Basilic. URL: https://www.instagram.com/show_basilic/
28. Томаля Т.С. Інновації в закладах ресторанного господарства. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2019, № 5, Том 1. С. 185-188.
29. Чорна М.В., Глухова С.В. Оцінка Ефективності інноваційної діяльності підприємств: монографія. Харків: ХДУХТ, 2019. 210 с.

ДОДАТКИ

Додаток Б

Десерти / Desserts		Ціна, грн.
Тістечко «Прага» 160 г	Cake Prague 90 g	40
Шоколадний мафін з кулькою морозива 150 г	Chocolate muffin with a scoop of ice-cream	48
Макаронс М'яке тістечко з хрусткого мигдального печива в кремі з вишнею 110 г	Macarons soft cake, made of crunchy almond biscuits with cream and cherry 110 g	50
Тірамісу десерт з сиру Mascarpone, з кавою Amaretto, печивом Savoyardi, під шоколадною шубкою 100 г	Tiramisu cake from Mascarpone cheese with savoyardi biscuits, with coffee and Amaretto, covered chocolate coat 100 g	40
Панакота вершкові пудинг з ягідним соусом 160 г	Panna Cotta creamy pudding with berry sauce 160 g	38
Чізкейк «Main stream» 130 г	Cheesecake «Main stream» 130 g	56
Чізкейк десерт з ніжного сиру з морквяно-цитрусовим муссом та ягідним соусом 130 г	Cheesecake light cheesecake with carrot-citrus mousse and berry sauce 130 g	35
Морозиво з топінгом 110 г	Ice cream with topping 110 g	25

Рисунок Б.1 Меню «Десерти» ресторану SHOW BASILIC