

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Сумський державний університет

Навчально-науковий інститут бізнесу, економіки і менеджменту

Кафедра управління імені Олега Балацького

Наказ ректора про
затвердження теми

Шифр _____
„До захисту допускається”
завідувач кафедри

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

на тему:

«Організаційно-економічні важелі управління якістю послуг на підприємстві
(на прикладі ресторану «La Spezia»)
за спеціальністю 073 «Менеджмент»

Здобувач вищої освіти гр. М-81

Анцибор Тетяни Іванівни

Подається на здобуття освітнього ступеня бакалавр.

Кваліфікаційна робота бакалавра містить результати власних досліджень.

Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело _____ Анцибор Т.І.

(підпис)

Науковий керівник _____ к.е.н., Таранюк К.В.

(підпис)

Суми-2022

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ СИСТЕМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ЯКОСТІ ПОСЛУГ РЕСТОРАНУ.....	5
1.1. Поняття, категорії та сутність ресторанного бізнесу.....	5
1.2. Методи підвищення якості послуг в ресторані.....	10
РОЗДІЛ 2. АНАЛІТИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА РІВНЯ ЯКОСТІ ПОСЛУГ РЕСТОРАНУ «LA SPEZIA»..	18
2.1. Організаційно-економічна характеристика ресторану.....	18
2.2. Аналіз фінансово-господарської діяльності ресторану.....	22
2.3. Дослідження якості обслуговування в ресторані.....	29
РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА ЗАХОДІВ ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ПОСЛУГ В РЕСТОРАНІ «LA SPEZIA».....	36
3.1. Організаційно-економічне обґрунтування напрямів підвищення якості послуг в ресторані.....	36
3.2. Розрахунок економічної ефективності запропонованих заходів..	41
ВИСНОВКИ	46
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	49
ДОДАТКИ.....	53

ВСТУП

Актуальність теми. В умовах зростання конкуренції на ринку підприємств громадського харчування, підвищення вимог клієнтів щодо обслуговування, все більшого значення набувають нецінові фактори конкуренції, серед яких якість посідає особливе місце.

Специфіка ринку послуг обумовлена високою динамічністю ринкових процесів, швидкістю обороту капіталу, чутливістю до змін ринкової кон'юнктури, ступенем диференціації послуг, а також невизначеністю результату діяльності з надання послуг. Розвиток ринкових відносин впливає на діяльність всіх учасників ринку, з'являються нові та вдосконалюються існуючі методи побудови бізнесу, які спрямовані на підвищення ефективності кінцевих результатів..

В умовах ринкової конкуренції велике значення приділяється питанням реалізації якісних страв і вдосконаленню якості послуг, що надаються на підприємствах громадського харчування, так як від якості і рівня обслуговування на підприємствах громадського харчування залежить ефективна діяльність будь-якого підприємства, основним показником якої є обсяг прибутку. Отже, покращення організаційно-економічних важелів в системі управління якістю послуг на підприємстві ресторанного бізнесу набуває все більшої актуальності.

Аналіз останніх досліджень та публікацій показав, що системі управління якістю обслуговування в ресторанах та підприємствах громадського харчування присвячено багато праць різних авторів, серед яких варто відмітити: Аветисову А.О., Антонову В.А., Архіпова В.В., Борисову О.В., Кирніс Н.І., Мазаракі А.А., Мальську М.П., Міценко Н.Г., Савенко Ю.М. та ін. Проте, не дивлячись на значну кількість праць в даному напрямку дане питання залишається відкритим.

Мета роботи полягає у дослідженні організаційно-економічних важелів управління якістю послуг в ресторані «La Spezia». З огляду на поставлену мету роботи зазначені наступні завдання:

- визначення поняття, категорії та сутності ресторанного бізнесу;
- дослідити методи підвищення якості послуг в ресторані;
- надати організаційно-економічну характеристику ресторану;
- проаналізувати фінансово-господарську діяльність ресторану;
- дослідити якість обслуговування в ресторані;
- надати організаційно-економічне обґрунтування напрямів підвищення якості послуг в ресторані;
- розрахувати економічну ефективність запропонованих заходів.

Об'єктом роботи є система управління якістю послуг в ресторані «La Spezia».

Предметом роботи є теоретичні та практичні засади управління якістю послуг в закладах громадського харчування.

Методи роботи. В ході написання роботи було використано метод пошуку та збору інформації, метод порівняння, метод аналізу та синтезу, графічний метод, табличний метод, економічний метод, математичний метод, метод бальної оцінки, метод узагальнення.

Інформаційна база дослідження. Під час написання роботи було використано підручники, посібники, монографії, статті, статистична звітність та внутрішні документи ресторану «La Spezia» та ресурси мережі Інтернет де висвітлюється дане питання.

Практичне значення результатів роботи полягає у розробці заходів підвищення якості надання послуг в ресторані «La Spezia».

Структура роботи. Робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, додатків. Основна частина роботи складається із 47 сторінок. Робота налічує 13 таблиць, 11 рисунків, 6 додатків. Список використаних джерел становить 42 джерела та розміщується на 4 сторінках

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВНИ ОРГАНІЗАЦІЇ ЯКОСТІ ПОСЛУГ РЕСТОРАНУ

1.1. Поняття, категорії та сутність ресторанного бізнесу

Сьогодні громадське харчування є важливою частиною харчової промисловості, покликаної забезпечувати стійке постачання населенню необхідних якісних продуктів харчування.

Громадське харчування (ресторанний бізнес) можна трактувати як об'єкт підприємницької діяльності з організації послуг, спрямованих на задоволення потреб харчування на сервісній основі з метою отримання прибутку. З погляду комерційної спрямованості «ресторан» - це підприємство громадського харчування, що володіє організаційно-технічною єдністю, широким асортиментом страв, високим рівнем сервісу та організації дозвілля, економічною метою якого є одержання прибутку [31, с. 44].

Отже, як об'єкт підприємницької діяльності ресторанний бізнес виконує важливі соціальні та економічні функції, в яких і виражена його сутність.

Послуга громадського харчування (ресторанна послуга) – це результат діяльності підприємств та громадян-підприємців щодо задоволення потреб споживача у харчуванні та проведенні дозвілля.

Унікальність ресторанної послуги полягає не тільки в тому, що вона здатна задовольнити більшість потреб того, хто її купує, а й потреби виробника майже в повному обсязі.

Ресторанна послуга забезпечує одночасно і базові потреби, і найвищі потреби, маючи ознаки, які притаманні і сфері матеріально-побутового обслуговування, і сфері соціально-культурного обслуговування [9, с. 238].

Клас підприємств громадського харчування – це поєднання відмінних ознак підприємств певного типу, які характеризують якість та рівень послуг, що надаються підприємством. Класифікація ресторанів подана на рис. 1.1.

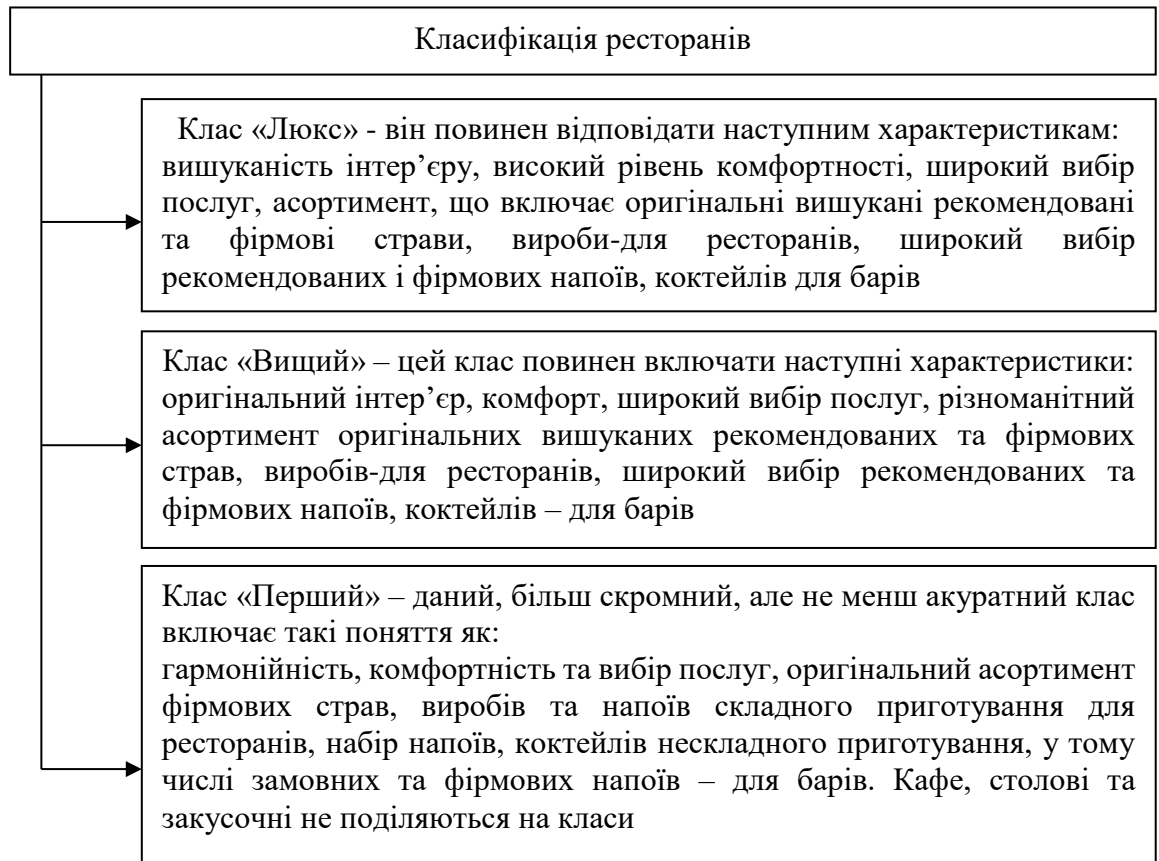


Рисунок 1.1 – Класифікація ресторанів

Джерело: складено автором на основі [3, с. 76]

Ресторанна індустрія в світі є однією із швидкозростаючих галузей. Ресторанний бізнес розвивається, оскільки він має різноманітні виробничі концепції та різні типи ресторанів. Ресторан визначається як заклад, де готують їжу та подають клієнтам в обмін на гроші. Загалом ресторани можна класифікувати на основі таких характеристик, як: послуги, кухня, атмосфера, формальності тощо. Типологія ресторанів подана в табл. 1.1.

Таблиця 1.1 – Типи ресторанів

Тип	Характеристика
1	2
Вишукані ресторани	Це ресторани, які відомі, як ресторани з білою скатертиною. Це ресторани з високим рейтингом. Повна протилежність закладам швидкого харчування тут панує формальна атмосфера, більш витончене та велике меню. Добре освічені, професійні працівники, офіціанти.
Ресторани швидкого харчування	Також відомі, як ресторани швидкого обслуговування, пропонують у своєму меню продукти за низькими цінами. Традиційно така їжа називається фаст-фудом. Швидке харчування готують і подають швидко і недорого.

Продовження табл. 1.1

1	2
Повсякденні ресторани швидкого приготування	Існує різниця між ресторанами швидкого харчування та швидкого приготування. В основному в ресторанах швидкого приготування пропонують свіжо приготовану їжу вищої якості в неформальній формі, з прилавками, щоб все було швидко.
Ресторан повсякденного обіду	Це поєднання вишуканої їжі та ресторану швидкого харчування, де подають страви за помірними цінами в більш невимушеній атмосфері. Тут панує дружба та неформальна атмосфера.
Кафе	Кафе, або кав'ярня, основним призначенням якого є пропозиція гарячих напоїв. У більшості кафе до напоїв подаються легкі страви та закуски.
Харчова вантажівка	Або фудвантажівка – це транспортний засіб, з якого продається їжа, що містить усі ресурси для приготування їжі та обслуговування, де готується їжа. Це ресторан на колесах
Ресторан зі шведським столом	У ресторані за системою «шведський стіл» гості самі обирають собі їжу, яка викладена на столі.
Хмарна кухня	Концепція бізнес-моделі «Хмарна-кухня» виникла під час пандемії COVID-19. Це тип ресторану, який не пропонує обідати. Це ресторан лише з доставкою, який пропонує страви на винос. Хмарна кухня або кухня привід, або темна кухня.

Джерело: складено автором на основі [41]

Успішна діяльність ресторану визначається його концепцією. Дуже часто під концепцією розуміють ідею створення ресторану. Успішна концепція ресторану – це певні правила, дотримання яких розкриває саму ідею ресторану та забезпечує його стабільний розвиток. Концепція має прояв у таких характеристиках, як: дизайн, цінова політика, меню, способи просування та інші важливі в роботі ресторану показники та характеристики [31, с. 52].

Грамотно розроблена концепція ресторану – запорука його успішного функціонування на ринку. Майже всі ресторани, що діяли на ринку ще 15 років тому були досить високого класу, ресторанів середньої цінової категорії було дуже мало. Проте, після низки кризових явищ, частина дорогих ресторанів знизилася вартість обслуговування, з'явилася концепція економних ресторанів, з'являються недорогі ресторани-кафе. Після кризи, ресторанний ринок послуг змінюється в бік зниження вартості обслуговування. В ресторанному бізнесі з'являються економічні ресторани, мережі економічних ресторанів та ексклюзивні (концептуальні, авторські) заклади. Більш того, серед недорогих закладів з'являється все більше закладів змішаного типу ресторан-кафе, ресторан-клуб. Дорогі ресторани, кількість яких збільшилася у великих містах-

мегаполісах - як правило, є авторськими ресторанами, де керуючий є сильним шефом, менеджером.

Авторські ресторани - це ресторани, що спеціалізуються на будь-якій певній концепції, чи то особливий інтер'єр, чи незвичайна кухня, здатна задовольнити інтерес публіки до гастрономічного асортименту в гармонійній за концепцією атмосфері відпочинку та розваг [38, с. 34-35].

Ресторани такого характеру не обов'язково мають у своєму меню тільки одну з кухонь світу, часто це колаборація різних напрямків кулінарії з національними аспектами – кухня «фьюжн».

Концепції дорогих ресторанів можуть змінюватись в залежності від низки нюансів (рис. 1.2).

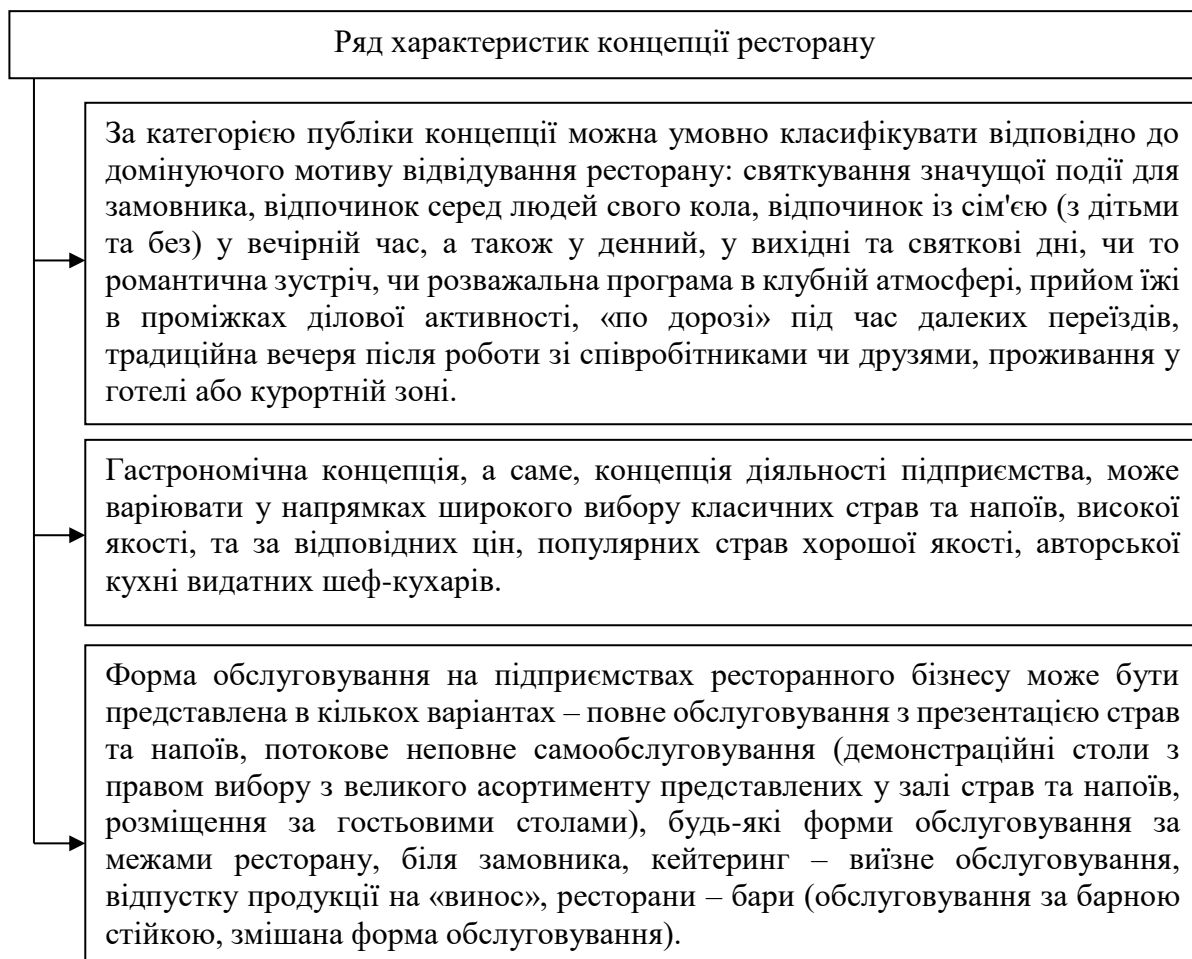


Рисунок 1.2 – Концепції дорогих ресторанів

Джерело: складено автором [41]

Забезпечення продукції високої якості та підготовка професійних кадрів – це основні фактори успіху та конкурентоспроможності ресторану.

Розвиваючи ресторан, кафе або будь-який інший ресторанний бізнес варто розуміти, що недостатньо чітка задумка може вплинути на чисельність відвідувачів закладу. При обранні концепції ресторану варто враховувати не лише особливості цільової аудиторії, але і загальні тенденції на ринку.

Відкриваючи гастрономічний ресторан, варто зрозуміти, що розвиватися він буде лише тоді, коли в роботі буде задіяний гарний шеф-кухар [33, с. 87].

Оскільки концепція ресторанів в більшості випадків формується базуючись на місцезнаходженні нового закладу, то вона повинна бути викладена наступним чином:

- концепція в письмовому вигляді;
- концепція повинна базуватися на даних маркетингових досліджень;
- концепція повинна ґрунтуватися на визначенні контингенту відвідувачів.

Головну роль у розробці концепції відіграють маркетингові дослідження – це джерело, яке дозволяє заперечити або підтвердити актуальність ідеї відкриття нового ресторану, в тому місці, в певний час, в певному удовому сегменті.

Існують два розділи концепції ресторану (рис. 1.3).

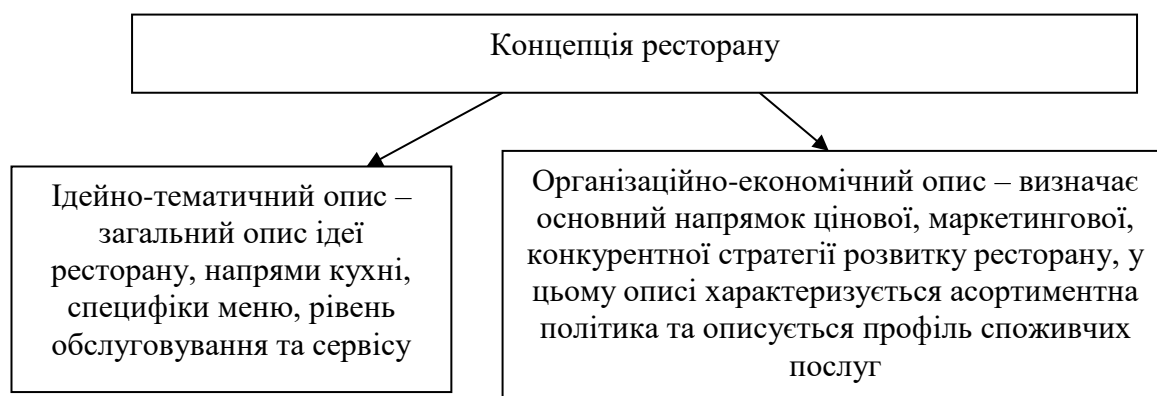


Рисунок 1.3 – Основні розділи концепції ресторану

Джерело: складено автором на основі [33, с. 88]

Етапи розробки концепції ресторану можуть бути представлені таким чином:

- розробка назви;
- розробка екстер'єру та інтер'єру ресторану;
- внутрішній дизайн (підбір меблів та посуду, кухонного обладнання);
- розробка меню (його дизайн, загальний напрямок, список страв, а також винна та коктейльна карти);
- розробка стилю одягу для персоналу;
- розробка цінової політики;
- залучення постачальників та спеціалістів логістичної служби;
- розробка рекламної стратегії [31, с. 59].

У підсумку, можна сказати, що ресторани – це одне з небагатьох місць, де входять всі наші органи почуттів, викликаючи загальне відчуття задоволення.

Успішність діяльності ресторану залежить від багатьох факторів, що починаються від формулювання загальної філософії ведення цього бізнесу, і, закінчуючи контролем за тим, як ця філософія втілюватиметься в життя.

1.2. Методи підвищення якості послуг в ресторані

Управління якістю – це управління вимогами до якості та процесами, які допомагають його досягати. До важливих характеристик послуги, які забезпечують її якість та забезпечують її здатність щодо задоволення потреби належать:

- надійність – вона визначає здатність персоналу точно надати послугу, яка обіцяна. Саме із забезпечення надійності починається розробка програми якісного обслуговування, основою надійності є компетентність персоналу;
- упередженість – рішучість допомогти клієнту та без затримки надати послугу;
- довіра – вміння персоналу визивати довіру;

- доступність – послугу легко отримати, без надлишкового очікування;
- комунікативність – здатність забезпечити обслуговування, яке виключає непорозуміння між персоналом та клієнтами;
- уважне відношення – індивідуальне обслуговування та увага, яке надається клієнті [36, с. 45].

Підвищення якості продукції громадського харчування здійснюється в трьох основних напрямках (рис. 1.4).



Рисунок 1.4 – Основні напрями підвищення якості продукції громадського харчування

Джерело: складено автором на основі [42]

Показники якості виступають підґрунтям категорій споживчих цінностей, вони утворюють базу для формування ціни, собівартості продукції залежно від її початкової якості.

Однім з головних аспектів в системі якості послуг ресторану, є культура обслуговування, яка має на увазі сукупність характеристик та умов процесу обслуговування, що визначаються професійністю та етикою персоналу ресторану.

Для покращення якості обслуговування в ресторані варто дотримуватися наступних заходів.

1. Навчання співробітників відмінному обслуговуванню клієнтів.

Беззаперечним фактом є те, що відмінне обслуговування клієнтів є обов'язковим для будь-якого ресторану, і якщо ваш ресторан не надає надійного обслуговування клієнтів, є ймовірність, що ви втратите цінних клієнтів. Власник

ресторану зобов'язаний навчити персонал таким чином, щоб вони мали на меті зробити своїх клієнтів щасливими. Кожен із співробітників повинен пройти необхідну підготовку та усвідомити очікування, яких очікують клієнти від обслуговування ресторану [42].

В кожному ресторані, незалежно від будь-якого формату, необхідно дотримуватися належного етикету для забезпечення кращого обслуговування клієнтів, а саме:

- їжу слід подавати та прибирати зліва від закускової. Однак наливати і наповнювати напої слід справа;
- щоразу, коли будь-який співробітник повинен перервати клієнтів, він повинен бути ввічливим;
- принесення чеку та негайне його оброблення;
- при обслуговуванні клієнтів посміхатися, миттєво привітати їх і зрозуміти їхні потреби.

Варто зробити навчальний посібник для працівників, в якому чітко визначити тип послуг закладу. Навчальний посібник гарантує, що співробітники знають, які послуги вони повинні надавати, і як їх надавати більш ефективно.

Наймаючи на роботу, а також при навчанні персоналу, варто зосередитися на таких якостях, як: емпатія, терпіння, ясність, щоб швидко реагувати, при взаємодії клієнтами. Це також зміцнити корпоративну культуру, навчаючи співробітників дотримуватися вибраних керівництвом протоколів етикету та працювати у складних конкретних ситуаціях. Наявність стандартів ресторанного обслуговування допомагає співробітникам надавати послідовне та якісне обслуговування.

2. Заохочення ефективного спілкування між співробітниками.

Найважливішим принципом будь-якого чудового ресторанного обслуговування є послідовне та ефективне спілкування між усіма вашими співробітниками. Співробітники повинні бути навчені професійному спілкуванню. Повинні відбуватися регулярні збори персоналу, щоб усі співробітники були на одному боці [42].

Між офіціантом і кухонним персоналом має бути хороший зв'язок, який забезпечить своєчасне обслуговування, як тільки їжа буде приготована. Якщо роботу розподілити між людьми, координація стає легшою.

Нехай тільки одна особа виконує замовлення та визначає позицію продажу квитків та забезпечує, щоб замовлення надходило до офіціантів. Коли співробітники міняються змінами, це повинно бути з письмового дозволу менеджера ресторану. Це запобіжить будь-які непорозуміння між двома співробітниками та скорочення штату.

3. Забезпечення точного часу очікування.

Однією із значущих перешкод, які призводять до поганого обслуговування ресторанів, є затримки. Будь то затримка з розсадкою клієнтів, пропозицією меню, прийняттям замовлення, принесенням їжі чи рахунком. Затримки в часі можуть зіпсувати клієнтський досвід. Для відмінного обслуговування в ресторані час очікування має бути точним.

а) Інформувати клієнтів про час очікування.

Якщо вже є черга клієнтів, і для посадки нових клієнтів може знадобитися ще година, необхідно про це повідомити.. Завжди краще здивувати своїх клієнтів коротшим часом очікування, ніж розчарувати їх довшим. Також варто повідомити клієнтам, якщо конкретна страва займає багато часу для приготування.

б) Клієнти мають бути зайняті під час очікування [42].

Багато ресторанів пропонують безкоштовний хліб або легкі закуски для клієнтів, поки вони очікують замовлення. Варто розмістити телевізор в зоні очікування, щоб клієнти не нудьгували. Зона очікування повинна мати доступ до Wi-Fi. Також можна влаштувати настільні ігри у ресторані, щоб клієнти були зайняті під час очікування.

4. Вирішення скарг та занепокоєння клієнтів [42].

«Клієнт завжди правий» — відоме прислів'я серед усіх людей, пов'язаних із ресторанами. Будь-яке питання або занепокоєння будь-якого клієнта слід розглядати в пріоритеті. Однак у цифровому світі клієнти вважають за краще

публікувати свої скарги в соціальних мережах. Але щоразу, коли клієнт публікує свої скарги в Інтернеті, керівництво має бути достатньо чуйним і відповідати ввічливо та ввічливо [42].

а) Визнати скарги клієнтів.

Якщо хтось із клієнтів не задоволений обслуговуванням ресторану, варто дозволити йому/її вільно висловити свої занепокоєння та приділіть повну увагу їхнім словам. Часто допомагає повторити слова клієнта, щоб переконатися, що ви повністю зрозуміли, і показати, що ви добре слухали.

б) Відповідь негайно.

Співробітники повинні мати повноваження вирішувати суперечки клієнтів, тому що це найкращий і найефективніший спосіб вирішення проблеми. Негайно вибачтеся перед клієнтом і вживайте ефективних заходів. Головна увага має бути зосереджена на тому, щоб зберігати спокій і будь-яким чином не допускати ескалації ситуації.

в) Пропозиція компенсації.

Це найкращий вид вибачення, який можна надати. Навіть за невелику пропозицію, як-от безкоштовний десерт або крихітний амузе-буш, можна отримати величезні бали обслуговування клієнтів. Завдяки цим невеликим вчинкам клієнти відчують, що їх цінують, і вони викликають позитивні асоціації з ресторанами [42].

г) Заохочувати зворотний зв'язок і вносити зміни.

Після трапези клієнтів варто запитати їхні відгуки та пропозиції.

Запит на зворотній зв'язок, який також допомагає уникнути поганих відгуків клієнтів у соціальних мережах. Клієнти рідше опублікують поганий відгук на сайтах з оглядами ресторанів і в соціальних мережах, якщо їхні проблеми вже вирішені. Модна проаналізувати свої відгуки клієнтів і зробити висновок про те, що клієнтам не подобається у ресторані. Суворо оцінюючи відгуки клієнтів, можна приймати рішення щодо покращення загального обслуговування ресторану [42].

5. Використання технології кращого обслуговування ресторанів.

Використання технологій багаторазово збільшується в усіх галузях, і в цю цифрову епоху та з відкриттям великої кількості нових ресторанів ресторанна індустрія стає конкурентоспроможною на кожному кроці. Автоматизація роботи ресторану допомагає підвищити його ефективність, що, у свою чергу, покращить обслуговування ресторану [42].

Розглянемо, як технологію можна використовувати для покращення якості обслуговування ресторану:

а) Онлайн-бронювання ресторанів.

Якщо у ресторані обмежена кількість місць, ресторану буде вигідно, якщо клієнти зможуть забронювати столики он-лайн заздалегідь. Клієнтську базу ресторанів можна збільшити, якщо процес онлайн-бронювання столиків буде оцифрований [42].

Тепер з управлінням бронюванням ресторани можуть переглядати всю інформацію про гостей за допомогою єдиного інтерфейсу. Ресторани можуть вказати точні терміни очікування як для відвідувачів, так і для тих, хто зробив попереднє бронювання.

б) Система замовлення з планшетів.

Впроваджена система замовлення планшетів може покращити якість харчування клієнтів, оскільки:

- зроблені замовлення точніші, і немає шансів на помилки вручну;
- швидкість та ефективність обслуговування вашого ресторану покращується, що в цілому сприяє кращому досвіду клієнтів;
- збільшення швидкості та ефективності обслуговування означає більший оборот столів, що дозволить вашим ресторанам обслуговувати більше гостей.

Якщо клієнти щасливі та задоволені, це призведе до більш рекомендацій з усних слів [42].

в) Управління взаємовідносинами з клієнтами .

Технологія CRM тепер стала ключем, який допомагає покращити залучення клієнтів у ресторан за допомогою програм лояльності та інших. Централізована CRM ресторану дає змогу збирати дані про клієнтів,

пов'язані з контактними даними клієнта, частотою відвідувань, їхніми вподобаннями та середніми витратами на відвідування.

Інтегрована в POS CRM CRM дає чудове уявлення про вимоги та поведінку клієнтів і дозволяє приймати зважені рішення на основі зібраних даних, що покращить обслуговування клієнтів. Офіціанти можуть переглянути цю інформацію в POS, а також продавати та пропонувати товари на основі історії замовлень клієнтів [42].

г) Управління відгуками клієнтів.

Як згадувалося раніше, запит на зворотний зв'язок має вирішальне значення для покращення обслуговування вашого ресторану, і це можна використовувати для кращого збору та аналізу відгуків клієнтів.

Замість звичайної форми зворотного зв'язку можете використовувати додаток для керування відгуками, який запитує конкретні відгуки від клієнтів на основі конкретного замовленого товару, атмосфери та обслуговування в ресторані. Цей детальний звіт також допомагає визначити ефективність страв у меню. Програма зворотного зв'язку автоматично оновлює дані клієнта в CRM, таким чином усуваючи потребу в ручному оновленні даних та масштабах помилок [42].

б. Підтримання гігієни та чистоти в ресторані.

Гігієна в ресторанах є важливою не тільки для забезпечення здоров'я та безпеки співробітників і клієнтів, але й тому, що вона відіграє важливу роль у сприйнятті ресторану. Клієнти можуть бути дуже розчаровані, якщо тарілки, в яких їм подають їжу, брудні. Однією з найпомітніших скарг відвідувачів є брудні туалети. Для будь-якого ресторану важливо дотримуватися стандартів чистоти та гігієни, щоб забезпечити загальне позитивне враження у клієнта про ваш ресторан. FSSAI виклав рекомендації щодо чистоти в ресторанах, яких повинен дотримуватися кожен ресторан. Обов'язково варто звертати увагу на дрібні деталі, оскільки вони можуть значно змінити уявлення гостей про ресторан [42].

Будь-який клієнт, обравши ресторан для обіду, має попередні очікування на чудову їжу та відмінне обслуговування клієнтів, і якщо вони не нададуть і

того, й іншого, ресторанний бізнес може серйозно постраждати. Якщо клієнт задоволений обслуговуванням у ресторані, він, швидше за все, розповість про свій досвід з іншими і, швидше за все, повернуться. Переваги задоволених клієнтів незаперечні. Задоволені клієнти починаються з відмінного обслуговування клієнтів, а відмінне обслуговування клієнтів починається з ефективного найму та навчання.

У підсумку, можна сказати, що ресторанний бізнес – це не лише надання послуг у сфері громадського харчування, це ціла система, яка має на увазі чітко розроблену концепцію, яка базується на правилах та нормах якісного обслуговування клієнтів, що є вирішальним фактором ефективності діяльності закладу ресторанного бізнесу на ринку.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІТИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА РІВНЯ ЯКОСТІ ПОСЛУГ РЕСТОРАНУ «LA SPEZIA»

2.1 Організаційно-економічна характеристика ресторану

Ресторан «La Spezia» - це місце для проведення сімейного свята, корпоративного банкету або ділового фуршету. Для ресторану характерний сервіс високого рівня, затишна атмосфера та демократичні ціни. Пропонуються страви італійської та європейської кухні.

Місце знаходження ресторану «La Spezia»: м. Суми, пр-т Михайло Лушпи, 31 В.

Основний вид діяльності за КВЕД:

56.10 Діяльність ресторанів, надання послуг мобільного харчування.

Сфера діяльності ресторану «La Spezia» - надання послуг громадського харчування. Основні напрями діяльності ресторану «La Spezia» (рис. 2.1).



Рисунок 2.1 – Основні види діяльності ресторану «La Spezia»

Джерело: складено автором на основі даних підприємства

Ресторан «La Spezia» має ряд переваг у порівнянні з іншими закладами такого типу:

- вартість готової продукції нижче на 10% рівня цін на аналогічну продукцію;

- гарантована якість їжі та напоїв;
- висока швидкість обслуговування;
- можливість обрання максимально широкого асортименту страв;
- гарний інтер'єр закладу;
- достатньо комфортність перебування в закладі.

Організаційна структура управління ресторану «La Spezia» подана на рис.

2.2.

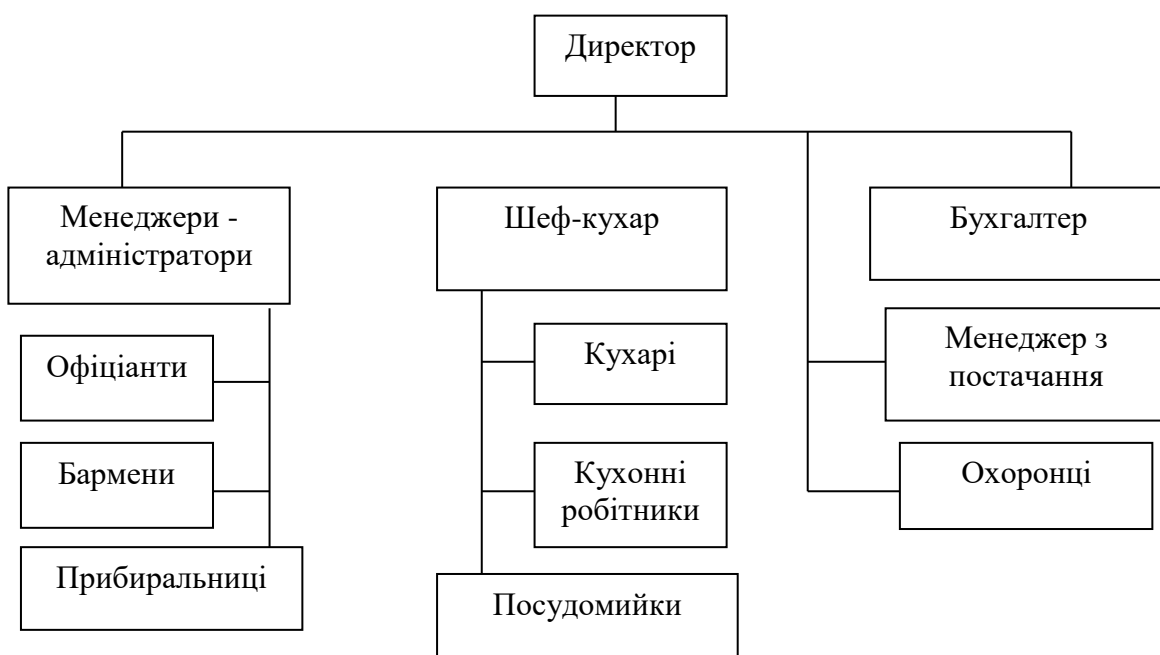


Рисунок 2.2 – Організаційна структура управління ресторану «La Spezia»

Джерело: складено автором на основі даних підприємства

Організаційна структура управління ресторану «La Spezia» є лінійно-функціональною, вона заснована на тісному поєднанні лінійних та функціональних зв'язків в апараті управління. У ресторані працює 24 особи.

Директор ресторану виконує стандартні для керівника будь-якого бізнесу завдання (рис.2.3).

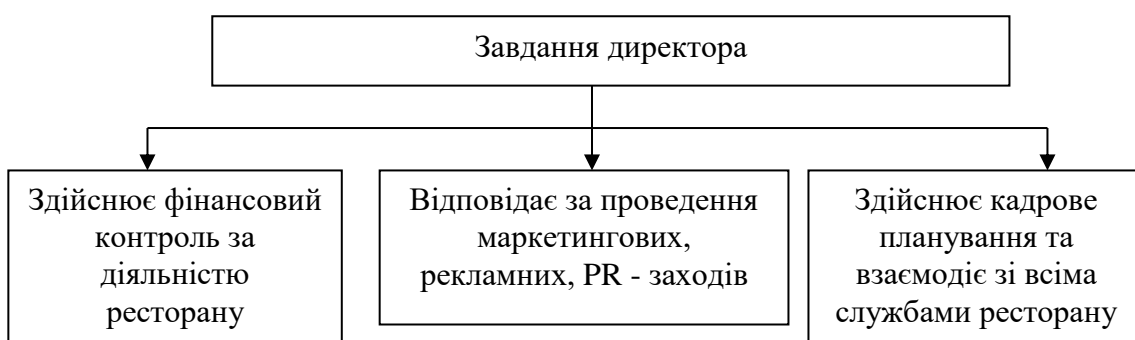


Рисунок 2.3 – Основні завдання директора ресторану «La Spezia»

Джерело: складено автором на основі даних підприємства

Головний бухгалтер ресторану «La Spezia» організовує бухгалтерській облік діяльності ресторану, забезпечує оформлення звітів та їх подання в податкову, відповідає за нарахування та видачу заробітної плати співробітникам ресторану, спостерігає за дотриманням трудової дисципліни, відповідає за прийняття та найм робітників.

Менеджери – адміністратори ресторану організовують роботу офіціантів, барменів та іншого обслуговуючого персоналу. Вони відповідають за якість обслуговування клієнтів – робота барменів та офіціантів, за чистоту, порядок приміщень. До обов'язків менеджерів – адміністраторів входить керівництво роботою щодо правильного використання інвентарю та обладнання.

Менеджер з постачання здійснює розробку схем, форм, методів закупівлі продукції для приготування їжі та напоїв. Відповідає за якість закуплених продуктів, підтримує контакти з постійними партнерами, аналізує об'єми закупівель, аналізує споживчий попит, приймає участь у вирішенні питань формування та зміни напрямів розвитку товарного асортименту.

Шеф-кухар ресторану «La Spezia» здійснює керівництво виробничо-господарською діяльністю ресторану, удосконалює організацію виробничого процесу в ресторані, підвищує професійну майстерність кухарів з метою підвищення якості продукції, складає замовлення на необхідні продовольчі товари, полуфабрикати, сировину, забезпечує своєчасне отримання їх зі складу, контролює терміни, асортимент, кількість та якість продуктів, забезпечує на основі вивчення попиту різноманітність асортименту страв, складає меню, здійснює постійний контроль за технологією приготування їжі, нормами закладання сировини та дотриманням робітниками санітарних вимог та правил особистої гігієни, контролює правильність експлуатації обладнання на кухні,

здійснює інструктаж щодо технології приготування страв, здійснює розстановку кухарів та інших працівників кухні тощо.

Допоміжний персонал здійснює діяльність щодо обслуговування основних підрозділів ресторану.

Колектив ресторану «La Spezia» є єдиною командою, яка прагне задовольняти потреби клієнтів в якісному обслуговуванні та їжі, і отриманні максимального прибутку. Працівники ресторану «La Spezia» у своїй роботі керуються наступними принципами (рис. 2.4).

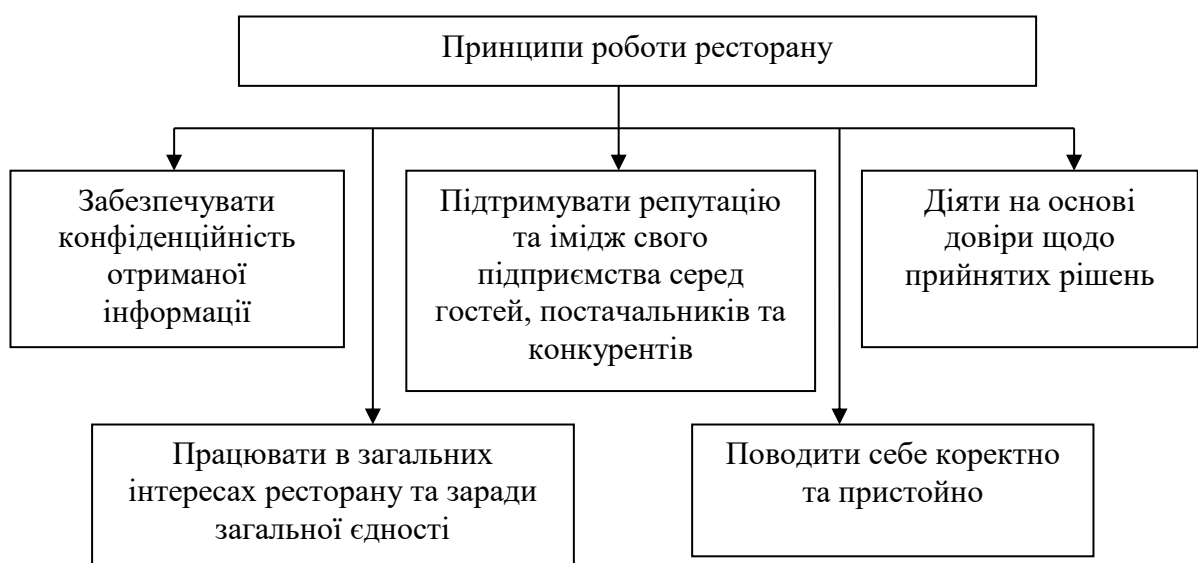


Рисунок 2.4 – Принципи роботи, якими керується персоналу ресторан «La Spezia»

Джерело: складено автором на основі даних підприємства

Співробітники ресторану «La Spezia» поважають особисте життя колег, не припускаючи будь-якого втручання в нього.

Корпоративні цінності ресторану «La Spezia».

Пріоритетне завдання: високоякісне харчування та обслуговування гостей ресторану.

Принцип роботи: повага особистості; відповідальність за результати; відповідальність перед суспільством; рівність можливостей; постійне

вдосконалення; вміння працювати в команді та орієнтуватися на загальний результат; відкритість та сміливість.

2.2. Аналіз фінансово-господарської діяльності ресторану

Для початку розглянемо формування майна ресторану «La Spezia» у період 2019-2021 рр. (табл. 2.1).

Таблиця 2.1 – Аналіз формування майна ресторану «La Spezia» у 2019-2021 рр.

Показник	Роки			Відхилення 2020 /2019		Відхилення 2021 /2020	
	2019	2020	2021	+/-	%		
Необоротні активи, тис. грн.	1210,0	1420,0	1280,0	210,0	17,3	-140,0	-9,8
Оборотні активи, тис. грн.	1750,0	1801,0	1780,0	-51,0	-2,9	-21,0	-1,2
Власний капітал, тис. грн.	1700,0	2120,0	1840,0	420,0	24,7	-280,0	-13,2
Поточні зобов'язання, тис. грн.	1260,0	1101,0	1220,0	-159,0	-12,6	119,0	10,8
Баланс, тис. грн.	2960,0	3230,0	3060,0	270,0	9,1	-170,0	-5,3

Джерело: розраховано автором на основі фінансової звітності підприємства

Отже, у 2020 р. порівняно із 2019 р. необоротні активи підприємства зросли на 17,3%, у 2021 р. порівняно із 2020 р. вони характеризуються зменшенням на 9,8% та становлять 1280,0 тис. грн. Оборотні активи у 2020 р. порівняно із 2019 р. зменшились на 2,9%, у 2021 р. порівняно із 2020 р. зменшення відбулось на 1,2%, так у 2021 р. оборотні активи підприємства дорівнюють 1780,0 тис. грн. Власний капітал у 2020 р. порівняно із 2019 р. зріс на 24,7%. У 2021 р. порівняно із 2020 р. він характеризується зменшенням на 13,2% та становить 1840,0 тис. грн. Поточні зобов'язання у 2020 р. порівняно із 2019 р. зменшились на 12,6%, у 2021 р. порівняно із 2020 р. вони характеризуються зростанням на 10,8% та становлять 1220,0 тис. грн. (рис. 2.5).

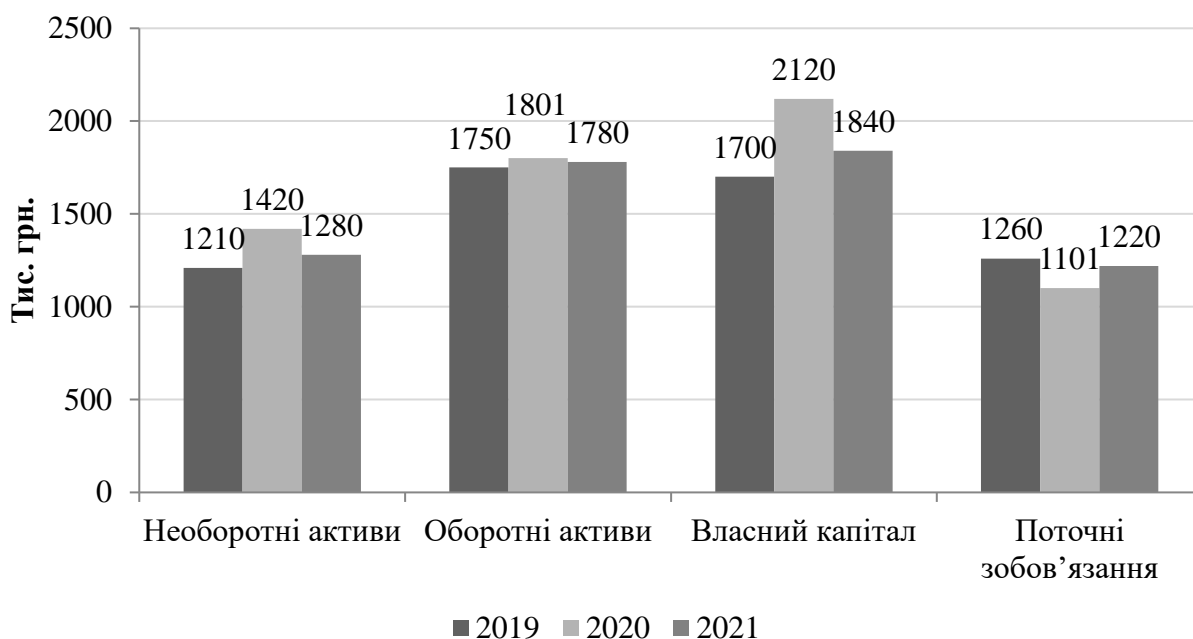


Рисунок 2.5 – Формування пасивів та активів ресторану «La Spezia» у 2019-2021 рр., тис. грн.

Джерело: складено автором на основі фінансової звітності підприємства

Загальні активи підприємства у 2020 р. порівняно із 2019 р. зросли на 9,1%. У 2021 р. порівняно із 2020 р. вони характеризуються зменшенням на 5,3% та становлять 3060,0 тис. грн.

Далі проведемо аналіз формування фінансових результатів ресторану «La Spezia» у 2019-2021 рр. (табл. 2.2). Аналіз формування фінансових результатів показав, що у 2020 р. порівняно із 2019 р. чистий дохід характеризується зменшенням на 47,3%, що є наслідком карантину під час пандемії.

У 2021 р. порівняно із 2020 р. чистий дохід зріс на 115,6% та становить 5925,0 тис. грн. Собівартість у 2020 р. порівняно із 2019 р. зменшилась на 46,0%, у 2021 р. порівняно із 2020 р. вона зросла на 105,5% та становить 3934,0 тис. грн.

Таблиця 2.2 - Формування фінансових результатів ресторану «La Spezia» у 2019-2021 рр.

Показники	2019	2020	2021	Відхилення 2020 від 2019		Відхилення 2021 від 2020	
				+/-	%	+/-	%
Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн.	5214,0	2748,0	5925,0	-2466,0	-47,3	3177,0	115,6

Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг), тис. грн.	3545,0	1914,0	3934,0	-1631,0	-46,0	2020,0	105,5
Валовий прибуток, тис. грн.	1669,0	834,0	1991,0	-835,0	-50,0	1157,0	138,7
Інші операційні доходи, тис. грн.	44,0	21,0	56,0	-23,0	-52,3	35,0	166,7
Адміністративні витрати, тис. грн.	89,0	62,0	81,0	27,0	-30,3	19,0	30,6
Витрати на збут, тис. грн.	69,0	51,0	78,0	-18,0	-26,1	27,0	52,9
Фінансові результати від операційної діяльності: прибуток / збиток, тис. грн.	1555,0	742,0	1888,0	-813,0	-52,3	1146,0	154,4
Фінансові витрати	28,0	6,0	12,0	-22,0	-78,6	6,0	100,0
Фінансовий результат до оподаткування прибуток / збиток, тис. грн.	1527,0	736,0	1876,0	-791,0	-51,8	1140,0	154,9
Податок на прибуток, тис. грн.	275,0	133,0	338,0	-142,0	-51,6	205,0	154,1
Чистий прибуток / збиток, тис. грн.	1252,0	603,0	1538,0	-649,0	-107,6	935,0	155,0

Джерело: розраховано автором на основі фінансової звітності підприємства

Валовий прибуток у 2020 р. порівняно із 2019 р. зменшився на 50,0%, у 2021 р. порівняно із 2020 р. він характеризується зростанням на 138,7% та становить 1991,0 тис. грн. Інші операційні доходи у 2020 р. порівняно із 2019 р. характеризуються зменшенням на 52,3%, у 2021 р. порівняно із 2020 р. вони зросли на 166,7% та становлять 56,0 тис. грн.

Адміністративні витрати у 2020 р. порівняно із 2019 р. зменшились на 30,3%, у 2021 р. порівняно із 2020 р. вони зросли на 30,6% та становлять 81,0 тис. грн. Витрати на збут у 2020 р. порівняно із 2019 р. зменшились на 26,1%, у 2021 р. порівняно із 2020 р. вони зросли на 52,9% та дорівнюють 78,0 тис. грн. Операційний прибуток у 2020 р. порівняно із 2019 р. зменшився на 52,3%, у 2021р. порівняно із 2020 р. він зріс на 154,4% та становить 1888,0 тис. грн. (рис. 2.6).

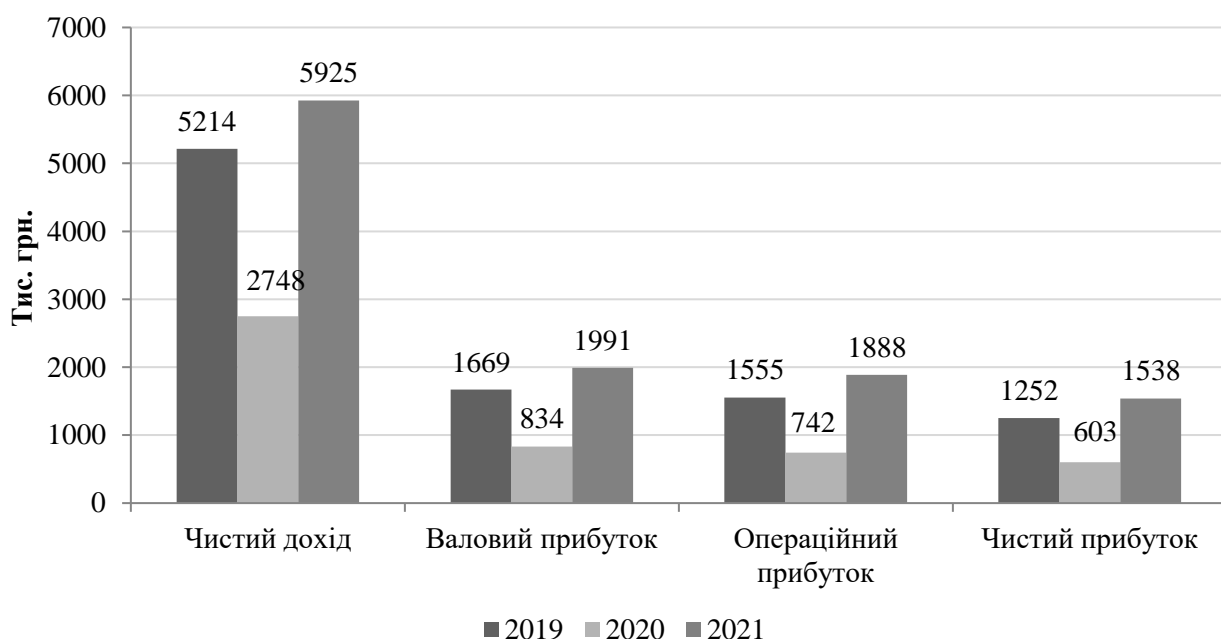


Рисунок 2.6 – Формування основних фінансових результатів ресторану «La Spezia» у 2019-2021 рр., тис. грн.

Джерело: складено автором на основі фінансової звітності підприємства

Фінансові витрати у 2020 р. порівняно із 2019 р. зменшились на 78,6%, у 2021р. порівняно із 2020 р. вони зросли на 100,0% та становлять 12,0 тис. грн. Прибуток до оподаткування у 2020 р. порівняно із 2019 р. зменшився на 51,8%, у 2021 р. порівняно із 2020 р. він зріс на 154,9% та становить 1876,0 тис. грн. Чистий прибуток у 2020 р. порівняно із 2019 р. зменшився на 107,6%, у 2021 р. порівняно із 2020 р. зріс на 155,0% та становить 1538,0 тис. грн.

Далі проведемо аналіз платоспроможності та фінансової стійкості ресторану «La Spezia» у 2019-2021 рр. (табл. 2.3).

Коефіцієнт автономії у 2021 р. порівняно із 2020 р. характеризується зменшенням на 0,05 п. та становить 0,6. Даний показник говорить про те, що підприємство на 60,0% фінансується за власний кошт. Коефіцієнт фінансової стабільності у 2021 р. порівняно із 2020р. зменшився на 0,4 п. та дорівнює 1,51, і говорить про те, що власні кошти переважають над залученими коштами.

Таблиця 2.3 – Аналіз показників платоспроможності та фінансової стійкості ресторану «La Spezia» у 2019-2021 рр.

Показники	Роки			Відхилення (+/-)	
	2019	2020	2021	2020/2019	2021/2020
Коефіцієнт автономії	0,57	0,65	0,60	0,08	-0,05
Коефіцієнт фінансової стабільності	1,35	1,91	1,51	0,56	-0,4
Коефіцієнт забезпеченості власними оборотними засобами	0,28	0,39	0,31	0,11	-0,08
Коефіцієнт фінансової залежності	1,74	1,52	1,66	-0,22	0,14
Коефіцієнт співвідношення залученого і власного капіталу	0,74	0,52	0,66	-0,22	0,14
Коефіцієнт концентрації залученого капіталу	0,42	0,34	0,4	-0,08	0,06

Джерело: розраховано автором на основі фінансової звітності підприємства

Коефіцієнт забезпеченості власними оборотними засобами у 2021 р. порівняно із 2020 р. зменшився на 0,08п. та дорівнює 0,31, це частина матеріальних оборотних засобів, яка фінансується за рахунок засобів чистого оборотного капіталу. Коефіцієнт фінансової залежності у 2021 р. порівняно із 2020 р. зріс на 0,14 п. та становить 1,66, показник вказує на рівень запозичених коштів у структурі капіталу підприємства. Коефіцієнт співвідношення залученого і власного капіталу у 2021 р. порівняно із 2020 р. зріс на 0,14 п. та становить 0,66, тобто на кожну гривню власного капіталу припадає 0,66 грн. залученого капіталу. Коефіцієнт концентрації залученого капіталу у 2021 р. порівняно із 2020 р. зріс на 0,06 п. та становить 0,4, це частка активів, яка фінансується за рахунок запозиченого капіталу підприємства.

Поведемо аналіз показників ліквідності ресторану «La Spezia» у 2019-2021 рр. (табл. 2.4). У 2021 р. порівняно із 2020 р. всі аналізовані показники ліквідності підприємства характеризуються зменшенням.

Коефіцієнт загальної ліквідності у 2021 р. порівняно із 2020 р. зменшився на 0,17 п. та становить 1,46, він вказує скільки гривень поточних активів припадає на одну гривню поточних зобов'язань.

Таблиця 2.4 – Аналіз показників ліквідності ресторану «La Spezia» у 2019-2021 рр.

Показники	Норм.	Роки	Відхилення (+/-)
-----------	-------	------	------------------

		2019	2020	2021		
					2020/2019	2021/2020
1.Коефіцієнт загальної ліквідності	>1-2	1,39	1,63	1,46	0,24	-0,17
2.Коефіцієнт поточної ліквідності	>0,6	0,88	1,05	0,88	0,17	-0,17
3.Коефіцієнт абсолютної ліквідності	>0,2	0,095	0,396	0,172	0,301	-0,224
4.Робочий капітал	>0	490	700	560	210	-140

Джерело: розраховано автором на основі фінансової звітності підприємства

Коефіцієнт поточної ліквідності у 2021 р. порівняно із 2020 р. зменшився на 0,17 п. та становить 0,88, він вказує на частину поточних зобов'язань яку підприємство здатне погасити за рахунок найбільш ліквідних активів.

Коефіцієнт абсолютної ліквідності у 2021 р. порівняно із 2020 р. зменшився на 0,224 п. та становить 0,172, він вказує на частину поточних зобов'язань яку підприємство спроможне погасити за рахунок грошових коштів. Показник робочого капіталу у 2021 р. становить 560,0 тис. грн., це фінансова подушка підприємства. Загалом аналіз показників ліквідності показав, що всі показники є в межах нормативних значень.

Проведемо аналіз показників ділової активності ресторану «La Spezia» у 2019-2021 рр. (табл. 2.5). Коефіцієнт оборотності активів у 2020 р. порівняно із 2019 р. зменшився на 0,91 п.. у 2021 р., що призвело до зростання тривалості обороту активів підприємства на 218,5 днів. У 2021 р. порівняно із 2020 р. коефіцієнт оборотності активів зріс на 1,08 п. та становить 1,93, тривалість обороту активів зменшилась на 236,8 днів та становить у 2021 р. 186,5 днів.

Коефіцієнт оборотності оборотних активів у 2020 р. порівняно із 2019 р. зменшився на 1,46 п., що призвело до зростання тривалості обороту оборотних активів на 116,0 днів, у 2021 р. порівняно із 2020 р. коефіцієнт оборотності оборотних активів зріс на 1,8 п. та становить 3,32, тривалість обороту оборотних активів зменшилась на 128,4 дні та становить 108,4 дні.

Таблиця 2.5 – Аналіз показників ділової активності ресторану «La Spezia» у 2019-2021 рр.

Показник	2019	2020	2021	Відхилення (+/-)	
				2020/2019	2021/2020
Коефіцієнт оборотності активів	1,76	0,85	1,93	-0,91	1,08
Тривалість обороту активів (дні)	204,5	423,0	186,5	218,5	-236,8
Коефіцієнт оборотності оборотних активів	2,98	1,52	3,32	-1,46	1,8
Тривалість обороту оборотних активів (дні)	120,8	236,8	108,4	116,0	-128,4
Коефіцієнт оборотності власного капіталу	3,06	1,29	3,22	-1,77	1,93
Тривалість обороту власного капіталу (дні)	117,6	279,0	111,8	161,4	-167,2
Коефіцієнт оборотності виробничих запасів	5,54	2,99	5,54	-2,55	2,55
Тривалість обороту виробничих запасів (дні)	64,9	120,4	65,0	55,5	-55,4

Джерело: розраховано автором на основі фінансової звітності підприємства

Коефіцієнт оборотності власного капіталу у 2020 р. порівняно із 2019 р. зменшився на 1,77 п., що призвело до зростання тривалості обороту власного капіталу на 161,4 дні. У 2021 р. порівняно із 2020 р. коефіцієнт оборотності власного капіталу зріс на 1,93 п. та становить 3,22, тривалість обороту власного капіталу зменшилась на 167,2 дні та становить 111,8 днів.

Коефіцієнт оборотності виробничих запасів у 2020 р. порівняно із 2019 р. зменшився на 2,55, що призвело до зростання тривалості обороту виробничих запасів на 55,5 дні, у 2021 р. порівняно із 2020 р. коефіцієнт оборотності виробничих запасів зріс на 2,55 та становить 5,54, тривалість обороту виробничих запасів становить 65,0 днів.

Погіршення показників ділової активності ресторану у 2020 р. є наслідком карантину під час пандемії, що призвело до зниження суми чистого доходу ресторану «La Spezia». У 2021 р. всі показники ділової активності характеризуються покращенням.

Далі проведемо розрахунок показників рентабельності ресторану «La Spezia» у 2019-2021 рр. (табл. 2.6).

Таблиця 2.6 – Аналіз показників рентабельності ресторану «La Spezia» у 2019-2021 рр.

Показники	Роки			Відхилення (+/-)	
	2019	2020	2021	2020/2019	2021/2020
Рентабельність продажу, %	24,01	21,94	25,96	-2,07	4,02

Рентабельність продукції, %	35,32	31,5	39,09	-3,82	7,59
Рентабельність власного капіталу, %	73,64	28,44	83,58	-45,2	55,14
Рентабельність активів, %	42,29	18,67	50,26	-23,62	31,59

Джерело: розраховано автором на основі фінансової звітності підприємства

Отже, у 2020 р. порівняно із 2019 р. показники рентабельності характеризуються погіршенням, що сталося в результаті зменшення суми чистого прибутку підприємства. У 2021 р. рентабельність продажів становить 25,96%, тобто на кожну гривню чистого доходу припадає 0,2596 грн. чистого прибутку. Показник рентабельності продукції у 2021 р. становить 39,09%, тобто на кожну гривню собівартості припадає 0,3909 грн. чистого прибутку. Показник рентабельності власного капіталу становить 83,58%, тобто на кожну гривню власного капіталу припадає 0,8358 грн. чистого прибутку. Показник рентабельності активів у 2021 р. становить 50,26%, тобто на кожну гривню активів припадає 0,5026 грн. чистого прибутку.

Загалом проведений аналіз фінансово-господарської діяльності ресторану «La Spezia» показав, що підприємство є прибутковим. Рентабельним, платоспроможним та ліквідним і вдало здійснює свою діяльність на ринку.

2.3. Дослідження якості обслуговування в ресторані

Всередині діяльності ресторану «La Spezia» є спеціальний куточок споживача, в якому надана інформація:

- копія свідоцтва;
- копія ліцензії на право торгівлі;
- копія асортиментного переліку барної та кухонної продукції;
- Закон України «Про захист прав споживачів»;
- Положення про ресторан: (розпорядок роботи; управління рестораном;

- Посадові інструкції обов'язки директора, менеджера, бухгалтера; листок вкладиш з інформацією про місцезнаходження «Книги відгуків та пропозицій» та відповідального за неї; інформація про приймальний годинник директора).

2. У ресторані «La Spezia» застосовується метод індивідуального обслуговування офіціантами. Модний, яскравий інтер'єр припадає до смаку не тільки молоді, але і людям старшого віку. Дуже зручне меню допоможе гостю легко орієнтуватися в асортименті пропонованих страв і дасть повну інформацію про склад, енергетичну цінність, ціну кожної страви. Крім безпосередньо обслуговування, ресторан «La Spezia» надає різні додаткові послуги:

- організація обслуговування урочистостей;
- організація харчування та обслуговування учасників конференцій,
- семінарів, нарад, культурно-масових заходів у зонах відпочинку;
- доставка кулінарної продукції на замовлення споживачів, у тому чисельності у банкетному виконанні;
- бронювання місць та столиків у залі на певний час;

3. Прийшовши ресторан «La Spezia» відвідувач відчувається бажаним гостем. Зайшовши в ресторан гість зустрічає доброзичливого і приємно усміхненого менеджера, що додає йому значущість та відчуття привітності. Неприпустимо, щоб гість більше півхвилини залишався непоміченим. Його вітає менеджер («ласкаво просимо»), пропонує зняти верхній одяг, допомагає (якщо потрібно) прилаштувати багаж, після чого запрошує відвідувача пройти в зал, підказує, які столи вільні і цікавиться, чи задоволений гість запропонованим місцем. На цю процедуру приділяється не більше трьох хвилин. Якщо всі столи зайняті, клієнта просять почекати, називаючи приблизний час очікування. Обов'язкова вимога: запрошувати можна тільки до чистого столу.

Офіціант завжди привітний, але не балакучий, уважний, але не нав'язливий. Для нього важливо зберігати постійний зоровий контакт зі своїми гостями, не забувати бажати приємного апетиту. Якщо гостю потрібна порада, офіціант називає не менше трьох страв на вибір, не забувши згадати про фірмові страви, представивши їх у найвигіднішому світлі. Якщо з яких-небудь причин

замовлення гостя неможливо виконати, потрібно, вибачившись, мотивувати відмову і запропонувати рівноцінну заміну.

Закуси подають протягом семи хвилин після прийняття замовлення, а якщо вони не передбачалися, то головну страву приносять через десять хвилин (за винятком випадків, коли в меню вказано інший час).

Рахунок пред'являється у чистій папці. Офіційна довідка (роздруківка машинного тексту без рукописних виправлень) подається гостеві на його прохання. Подаючи рахунок, офіціант люб'язно цікавиться, чи виправдав ресторан очікування відвідувача. Коментарі гостя передаються менеджеру-адміністратору. Процедура оплати займає не більше трьох хвилин.

Менеджер-адміністратор та офіціант прощаються з кожним гостем окремо, виявляючи дружелюбність, галантність. За необхідності відвідувача проводять до виходу, допомагають відкрити двері. Стіл, що звільнився, протягом чотирьох хвилин повинен бути підготовлений до прийому для наступного відвідувача.

Відвідування ресторану не завжди проходить гладко, тому працівники, які безпосередньо контактують з гостями (менеджер-адміністратор, офіціант), володіють методикою розгляду скарг та претензій. Претензії розглядаються негайно, скарги вислуховуються уважно та з розумінням. У будь-якому разі перед гостем слід перепросити. Якщо вибачень та відшкодування збитків відвідувачу недостатньо, то викликається особа, яка уповноважена вирішувати конфлікти (менеджер-адміністратор або директор). Про інцидент повідомляється вище начальство. Письмові скарги розбирає директор ресторану. Відповідь дається клієнтам протягом тижня.

4. Переконавшись, що відвідувачі визначилися з вибором, офіціант повертається до столу та приймає замовлення. Якщо гості захопилися бесідою, офіціант може ввічливо поцікавитися, чи готові вони щось замовити. Вибір алкогольних напоїв здійснюється одночасно з основним замовленням.

У ресторані «La Spezia» існують часові рамки процесу обслуговування клієнтів, які є стандартами обслуговування в ресторані.

Загальний час очікування у процесі обслуговування має бути мінімальним. У ситуаціях, де простий все ж таки неминучий, треба постаратися зробити очікування клієнта приємним. Число відвідувачів у ресторані також грає велику роль. Якщо ресторан має попит, то гості, як правило, спокійно сприймають триваліший період очікування.

Час очікування може бути розцінено по-різному: для відвідувача ресторану, у розпорядженні якого коротка обідня перерва, існує спеціальна обідня пропозиція (в якій ресторан зобов'язується нагодувати гостя протягом 17 хвилин). Різноманітні розваги дозволяють прикрасити очікування виконання ресторанної послуги і уявити його більш короткою.

Якщо виникнення затримки пов'язане з неправильним прийняттям замовлення, щоб виправити положення, пропонується у вигляді компенсації закуски, щоб гість не відчував себе ущемленим, поки кухня виправляє недогляд офіціанта.

У ресторані «La Spezia» у грудні 2021 року проводилось опитування, за участь у якому відвідувач отримував невеликий подарунок – сувенірну ручку з логотипом ресторану. В опитуванні за 10 днів взяли участь 100 осіб.

Найбільший бал отримав «Інтер'єр», «Комфортна обстановка», «Зручне розташування», «Наявність паркування». Високий бал також отримала цінність «Наявність додаткових послуг». Приблизно однаково невеликий бал отримали швидкість і якість обслуговування. Найменше значення набула категорія «Допомога персоналу при виборі страв». Дані отримані при опитуванні подані в табл. 2.7.

Таблиця 2.7 – Оцінки відвідувачами ресторану «La Spezia» якості надаваних послуг в ресторані

Показники	Варіанти відповідей		
	Подобається	Не подобається	Утрималися від відповіді
Швидкість обслуговування	20	57	3
Якість обслуговування	22	68	10
Допомога персоналу у обранні страв	12	65	23

Смакові якості страв	37	37	26
Вміння подати страву	50	44	6
Наявність додаткових послуг	35	45	20
Інтер'єр	78	20	2
Комфортна обстановка	88	9	3
Наявність парковки	50	38	12
Зручне місце розташування	60	33	7
Загальне враження від ресторану	65	0	35

Джерело: складено автором на основі даних проведеного опитування менеджерами

Загальне враження, яке справив на відвідувачів ресторан, більшість респондентів відповіли «Подобається».

Основні відвідувачі ресторану це, перш за все, люди, що працюють і живуть поблизу, молодь.

Не задоволені відвідувачі ресторану «La Spezia» «Швидкістю обслуговування», «Якістю обслуговування», «Допомогою персоналу при виборі страв», «Вмінням подати страву».

Таким чином, в результаті проведеного опитування вдалося визначити, що ресторан «La Spezia» дотримується основних критерії якості послуг в процесі своєї роботи. Також вдалося дізнатися над якими критеріями потрібно працювати та покращувати, для підвищення якості надання послуг в ресторані «La Spezia».

Проведемо SWOT – аналіз для ресторану «La Spezia» та визначимо основні напрями для його розвитку та покращення якості обслуговування в ресторані (табл. 2.8).

Таблиця 2.8 - SWOT – аналіз для ресторану «La Spezia»

	Сильні сторони (S)	Слабкі сторони (W)
	1. Високий попит у споживачів	1. Повільне впровадження новітніх технологій
	2. Низькі ціни	2. Залежність від постачальників
	3. Стабільні фінансові джерела та висока рентабельність	3. Залежність від цін на енергоносії
	4. Зручне місце розташування	4. Слабка політика просування на ринок

	5. Широкий асортимент послуг 6. Стабільна діяльність 7. Сучасне обладнання кухні та інтер'єру	5. Середній рівень кваліфікації персоналу
Можливості (O)	SO	WO
1. Можливість обслуговування додаткових груп населення 2. Великий вибір постачальників 3. Поява сучасних технологій 4.	1. Розробка спеціального меню для вегетаріанців, дитячого меню	1. Впровадження сучасних автоматизованих систем в діяльність ресторану
Загрози (T)	ST	WT
1. Підвищення вимог до якості послуг 2. Зростання конкурентів на ринку 3. Зростання витрат на енергію та матеріаломісткості виробництва 4. Зростання цін на транспортні послуги 5. Зниження доходів населення 6. Військові дії в країні	1. Впровадження програми лояльності, надання знижок 2. Періодичне проведення оцінки надання якості послуг в ресторані за допомогою програми «Тайний гість»	1. Проведення тренінгів, підвищення кваліфікації працівників ресторану 2. Впровадження в роботу нового обладнання для підвищення економії енергії та покращення якості приготування страв

Джерело: складено автором на основі власного аналізу

На основі проведеного аналізу визначено, основні напрями для покращення роботи та підвищення якості обслуговування в ресторані. Основними з них є:

- розробка та впровадження програми лояльності, надання знижок;
- періодичне проведення оцінки якості послуг в ресторані за допомогою програми «Тайний гість»;
- проведення тренінгів, семінарів для підвищення кваліфікації працівників ресторану;
- впровадження в роботу нового обладнання для підвищення економії енергії та покращення якості приготування страв;
- розробка спеціального меню для вегетаріанців, дитячого меню;

- провадження сучасних автоматизованих систем в діяльність ресторану.

Загалом проведений аналіз дозволив визначити, що ресторан «La Spezia» працює на принципах поваги особистості; відповідальності за результати; відповідальності перед суспільством; рівності можливостей; постійним вдосконалення; вмінням працювати в команді та орієнтуватися на загальний результат; відкритості та сміливості.

У ресторані працює 24 працівника, керує рестораном директор. Організаційна структура управління є лінійно-функціональною.

У 2020 р. відбувалося значне падіння доходу ресторану, що було спричинено карантинном в наслідок пандемії. У 2021 р. чистий дохід ресторану «La Spezia» становить 5925,0 тис. грн., чистий прибуток дорівнює 1538,0 тис. грн. Ресторан є прибутковим, рентабельним, ліквідним та платоспроможним.

Проведений аналіз якості надання послуг в ресторані «La Spezia» на основі опитування клієнтів дозволив визначити основні напрями щодо покращення його діяльності та підвищення якості обслуговування в ресторані.

РОЗДІЛ 3

РОЗРОБКА ЗАХОДІВ ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ПОСЛУГ В РЕСТОРАНІ «LA SPEZIA»

3.1. Організаційно-економічне обґрунтування напрямів підвищення якості послуг в ресторані

Підтримка високого рівня обслуговування в ресторані «La Spezia» може бути забезпечена з різних напрямків. Найефективніше використовувати психологічні заходи роботи з обслуговуючим персоналом, технологічні інновації, запровадження передового зарубіжного досвіду та інше.

Проаналізувавши організацію обслуговування з метою раціональної та якісної організації обслуговування, можна запропонувати такі рекомендації:

1. Особливу увагу приділити навчанню персоналу, підвищивши професійну та особистісну самооцінку тих, хто у закладі займається обслуговуванням. Умовно кажучи, навчити ефективніше вступати в контакт, брати замовлення, ходити з підносом тощо. А також розвинути вміння переконувати, чуйність, поінформованість, впевненість у собі та участь.

2. Оскільки підприємство харчування немислимо без сервісу, необхідно навчити весь персонал поважати тих, хто працює у залі. Це необхідно, тому що в будь-якому трудовому колективі є і будуть ієрархічні сходи, офіціанти на них незмінно опиняються в самому низу. Цей факт треба нівелювати, зрештою, адже саме офіціанти є передатною ланкою взаємодії з клієнтами.

3. Поліпшення культури обслуговування. Усі визнають, що гості залишають у закладі свої гроші, - власне, саме заради цих грошей і будується ресторанний бізнес. І всі згодні, що для цього їм мало надати смачну страву та зручний столик із кріслом, їх треба обслужити, причому так, щоб вони отримали задоволення. Для цього, у свою чергу, з ними необхідно звертатися за їхніми бажаннями, а питання, прохання та претензії дозволяти максимально швидко, точно і зручно.

4. Щоб програма обслуговування гостей не стояла на місці, а рухалася вперед, необхідно регулярно навчати, перевіряти та перевіряти ще раз весь персонал контактної зони. А також виділяти, заохочувати, винагороджувати офіціантів та інших, що надає бездоганний сервіс.

5. Необхідно застосовувати внутрішні PR-технології, орієнтовані на поширення корпоративної інформації. Різні «ящики скарг», «дошки оголошень», закриті для сторонніх сторінки на сайті кафе або ресторану, якісь інші засоби – все це сприяє обміну комунікативними листами набагато краще, ніж звичайні слова. За допомогою внутрішнього PR також простіше та ефективніше донести до «низів» відношення менеджменту до обслуговування. Саме ставлення, а не думка, яка, як відомо, завжди буде однією: «Обслуговувати гостей ви повинні добре».

6. Залучати до роботи лише досвідчених офіціантів та офіціантів зі стажем роботи.

Під час проведення дослідження рівня якості обслуговування в ресторані «La Spezia» та на основі проведеного SWOT – аналізу, пропонуємо наступні заходи, щодо покращення якості обслуговування в ресторані (рис. 3.1).



Рисунок 3.1 – Напрями підвищення якості обслуговування в ресторані «La Spezia»

Джерело: складено автором

Розглянемо докладніше кожну рекомендацію.

1. Використання автоматизованої системи управління.

При своїй простоті та дешевизні АСУ має широкі можливості. Вона дозволяє контролювати роботу всіх підрозділів ресторану, отримати оперативні

звіти з виручки та реалізації продукції. Також вона допомагає налагодити чітке та грамотне обслуговування клієнтів у залі, роздруківку замовлень на кухні, розрахунок собівартості продукції. Функції розмежування посадових повноважень допомагають контролювати діяльність співробітників ресторану, запобігаючи цим зловживання з боку персоналу.

Для підприємств харчування необхідне приготування страв, високої якості за відведений час, коли замовлень дуже багато, необхідна висока швидкість роботи, що не допускає створення затримок – це можливо за допомогою автоматизованої системи управління.

Оскільки взаємини зі споживачем є найважливішим критерієм якості – АСУ дозволить ефективно прискорити процес обслуговування та вдосконалити якість послуг, що надаються в цілому.

АСУ дозволить:

- підвищити швидкість та якість обслуговування;
- здійснювати контроль роботи персоналу;
- здійснювати відео-спостереження за реалізованими процесами;
- звести до мінімуму ймовірність помилок під час роботи персоналу;
- контролювати весь шлях руху товарів від отримання сировини до реалізації готової продукції;
- давати своєчасну інформацію про необхідність поповнення запасів продуктів;
- здійснювати контроль закупівель;
- контроль руху продуктів;
- покращити роботу з постачальниками.

За допомогою системи відео-спостереження можна буде контролювати якість обслуговування гостей, а при виробництві продукції на кухні комплекс автоматизації дозволить насамперед безпосередньо отримати уявлення грамотності дій виробничого персоналу.

Система автоматизації дасть можливість щодня оцінювати ефективність роботи кожного співробітника в об'єктивно кількісному вимірі від прибиральниці до менеджера-адміністратора.

2. Впровадження ефективного технологічного обладнання передбачає підвищення якості продукції, яке є найважливішим фактором збільшення ефективності роботи підприємства.

Обладнання є одним з важливих факторів, що впливають на якість продукції. Впровадження ефективного технологічного обладнання сприяє покращенню якості продукції, продуктивності праці.

Пароконвектомат - обладнання високих технологій, завдяки якому зростає якість продукції (стабільна якість готових страв).

Пароконвектомат - це універсальний тепловий агрегат, що поєднує в собі відразу два види обладнання: це пароварочний апарат і конвекційна шафа, здатний замінити кілька інших пристроїв.

Обладнання дозволяє раціонально використовувати час працівника. Економія електрики та води становить не менше 30%, і скорочує втрати ваги страв при приготуванні до 30%.

3. Навчання персоналу (підвищення кваліфікації).

Найважливішою умовою якості послуг на підприємстві є розвиток у працівників професійних знань та навичок. Для підвищення рівня кваліфікації персоналу необхідно створити умови для професійного просування співробітників, навчання, що призведе до якіснішого обслуговування споживачів.

Існує безліч методів розвитку професійних знань та навичок. Усі вони можуть бути поділені на дві великі групи: навчання безпосередньо на робочому місці та навчання поза робочим місцем. Основними методами навчання на робочому місці, що найбільш прийнятно в нашому випадку є: інструктаж, ротація.

Цілі інструктажу можна визначити таким чином:

- оцінка діяльності на тлі загальноприйнятих стандартів роботи;

- тренінг майстерності та прийомів роботи;
- створення позитивних взаємин у роботі за допомогою приклада, стимулювання та інструктажу;
- оцінка рівня поліпшення діяльності та ефективності навчання.

Участь у тренінгу підвищує сприйнятливість працівників ресторанного сервісу до проблем відвідувачів, розвиває вміння взаємодіяти з членами колективу та гостями. Особливою та найбільш значущою частиною будь-яких тренінгів є контроль здобутих знань.

Рекомендується відвідувати такі курси:

- для барменів ресторану он-лайн навчання, зазвичай такі курси тривають 2-3 тижні, середня вартість 12000,0 грн. Вони розроблені з урахуванням побажань і вимог, які пред'являють керівники барів та ресторанів.

- для кухарів ресторану – курси в м. Київ, навчання триває від 1 до 3 тижнів, вартість від 15000,0 грн. Співробітники отримають нові знання та технології у приготуванні страв;

- тренінги он-лайн для офіціантів, під час яких вони навчаться міжнародним стандартам обслуговування клієнтів ресторану, підвищать свою кваліфікацію. Термін таких курсів становить 1 тиждень, вартість від 5500,0 грн.

4. Програма дослідження якості обслуговування «Таємний гість».

Компанія «PromoRetail» проводить оцінку роботи персоналу методом «Таємний гість». Вона працює за принципом кадрової лабораторії, аналізуючи проблеми з персоналом і синтезуючи дійсні і вигідні рішення [24].

Це стандартне експертне дослідження з метою отримання загальної інформації щодо рівня якості послуг незалежними особами.

Оцінка якості послуг за методом «Таємний гість» дозволить:

- покращити якість обслуговування гостей;
- побачити проблемні місця у роботі співробітників;
- підвищити продуктивність роботи персоналу;
- коригувати програми навчання для персоналу;
- коригувати систему мотивації співробітників.

Оцінка якості обслуговування проводиться за наступними параметрами:

- зовнішній вигляд співробітника;
- початок контакту;
- доброзичливість, ввічливість та активність;
- професійна компетентність (знання меню, вміння запропонувати альтернативу);
- вміння провести до-продаж;
- швидкість виконання замовлення;
- завершення контакту та прощання.

Отже, всі запропоновані заходи будуть сприяти підвищенню якості обслуговування в ресторані «La Spezia».

3.2. Розрахунок економічної ефективності запропонованих заходів

Проведемо розрахунок економічних показників впровадження запропонованих заходів щодо покращення якості обслуговування в ресторані «La Spezia». Між якістю та ефективністю існує пряма залежність. Підвищення якості сприяє зростанню ефективності, що призводить до зниження витрат та підвищенню прибутку.

В табл. 3.1 подано витрати на запропоновані заходи підвищення якості обслуговування в ресторані «La Spezia». Як видно загальні витрати на впровадження запропонованих заходів будуть становити - 510,0 тис. грн.

З них витрати на впровадження АСУ - 182,0 тис. грн., витрати на придбання пароконвектомату – 168,0 тис. грн., витрати на навчання персоналу: кухарів – 30,0 тис. грн.; барменів – 36,0 тис. грн., офіціантів – 22,0 тис. грн., програма «Таємний гість» - $6 \times 12,0 = 72,0$ тис. грн.

Таблиця 3.1 – Загальні витрати на заходи щодо підвищення якості обслуговування в ресторані «La Spezia».

Стаття витрат	Сума витрат, тис. грн.
1. Витрати на впровадження автоматизованої системи управління (АСУ) «Aloha POS»	182,0
2. Витрати на придбання пароконвектомату ХЕВС- 06EU-E1RM	168,00
3. Витрати на навчання персоналу:	
- навчання кухарів	30,0
- навчання офіціантів	22,0
- навчання барменів	36,0
4. Витрати на програму «Таємний гість» - 6 разів на рік	72,0
Разом	510,0

Джерело: складено автором

Програму «Таємний гість» пропонуємо проводити кожні два місяці.

Використання пароконвектомату дозволить максимально ефективно використовувати теплове обладнання з найбільшою корисністю (табл. 3.2).

Таблиця 3.2 – Розрахунок зниження витрат пароконвектомату, тис. грн.

Показник	Витрати до впровадження, тис. грн.	Витрати після впровадження, тис. грн.	Економія витрат, тис. грн.
Сировина (м'ясо, риба, олія) зменшення втрат ваги при тепловій обробці означає зменшення закупівель продукту в середньому на 15%	1280,4	1088,3	192,1
Електроенергія – завдяки автоматичному регулюванню зниження витрат електроенергії в середньому на 35%	351,0	228,2	122,8
Разом	1631,4	1316,5	314,9

Джерело: розраховано автором

Отже, впровадження в роботу пароконвектомату дозволить знизити витрати на 314,9 тис. грн., завдяки зменшенню теплової обробці сировини на 15%, завдяки скороченню витрат на електроенергію на 35%.

При впровадженні пароконвектомату в діяльність ресторану «La Spezia» зростання доходу ресторану пропонується на 5%.

В табл. 3.3 подано прогнозний розрахунок зростання доходу ресторану «La Spezia» за всіма запропонованими заходами щодо підвищення якості обслуговування в ресторані.

Таблиця 3.3 – Прогнозні показники зростання доходу ресторану «La Spezia» від всіх запропонованих заходів, %

Заходи	Зростання доходу, %
1. Впровадження автоматизованої системи управління (АСУ) «Aloha POS»	7,0
2. Придбання парконвектомату XEBC- 06EU-E1RM	5,0
3. Навчання персоналу	3,0
4. Програма «Таємний гість»	2,0
Разом	17,0

Джерело: розраховано автором

Відповідно до табл. 3.3, зростання доходу ресторану «La Spezia» від впровадження АСУ – буде становити 7,0%, від придбання пароконвектомату – 5,0%, від проведення заходів навчання персоналу – 3,0%, від програми «Таємний гість» - 1,0%. Загалом прогнозується зростання доходу ресторану на 17,0%.

В табл. 3.4 подані економічні показники впровадження запропонованих заходів щодо підвищення якості обслуговування в ресторані «La Spezia»

Заходи	Зростання доходу, %	Зростання доходу, тис. грн.	Витрати на запропоновані заходи, тис. грн.	Економічний ефект
1. Впровадження автоматизованої системи управління (АСУ) «Aloha POS»	7,0	414,75	182,0	232,75
2. Придбання парконвектомату XEBC- 06EU-E1RM	5,0	296,25	168,0	128,25
3. Навчання персонал	3,0	177,75	88,0	89,75
4. Програма «Таємний гість»	2,0	118,5	72,0	46,5
Разом	17,0	947,25	510,0	437,25

Джерело: розраховано автором

Отже, загальні витрати на заходи щодо підвищення якості обслуговування в ресторані «La Spezia» будуть становити 510,0 тис. грн. Зростання доходу очікується на рівні 17%, або на 947,25 тис. грн. Економічна ефективність становить 437,25 тис. грн.

Існує така проблема як можлива втрата постійних клієнтів ресторану «La Spezia». У ресторану дуже багато постійних клієнтів, але ймовірність того, що вони будуть відвідувати саме цей ресторан і не захочуть поміняти його на кращий, не така вже й велика. Це питання можна вирішити такими способами:

1. Можна створити карти для постійних клієнтів, яка надаватиме знижку продукцію ресторану. Або ж можна створити карту накопичувальних бонусів, яка надалі буде давати право гостям розплачуватися накопиченими бонусами.

2. Можна придумати програму лояльності для постійних відвідувачів у вигляді знижки в день народження та отримання невеликих подарунків за рахунок закладу. Це можуть бути невеликі сувеніри (можливо у вигляді ручок із логотипом компанії, блокнотів, календарів тощо).

3. Можна розробити каву або чай невеликих обсягів у вигляді «комплімент від «La Spezia» що надається найчастішим гостям ресторану.

Для покращення системи мотивації та прагнення персоналу ресторану працювати на «відмінно» надаючи високій рівень якісного обслуговування гостей ресторану пропонуємо:

– створити систему преміювання працівників (за високі оцінки під час проходження програми «Таємного гостя»). Що також дасть стимул персоналу якісно надавати послуги ресторану;

- організувати психологічні тренінги з метою створення єдиного командного духу у співробітників;

- організувати побільше колективних заходів для відпочинку співробітників у неформальній обстановці (екскурсії, прогулянки за місто, спортивні заходи);

– визначати кращого працівника за підсумками кожного місяця та нагороджувати його премією або іншими цінними призами. Що дасть стимул персоналу, на найвищому рівні виконувати свої обов'язки.

У підсумку, можна зробити висновок про ефективність розроблених заходів щодо вдосконалення якості надання послуг в ресторані «La Spezia».

Автоматизована система управління та впровадження ефективного технологічного обладнання підвищать швидкість і якість надання послуг, а також дозволить раціонально використати час працівника.

Навчання персоналу, проведення програми «Таємний гість» і система преміювання співробітників допоможе виконувати свою роботу більш професійно.

Всі запропоновані заходи будуть сприяти підвищенню якості обслуговування в ресторані «La Spezia», зростанню позитивного іміджу ресторану в очах гостей, підвищенню ефективності його діяльності та зростанню додаткового доходу та прибутку ресторану.

ВИСНОВКИ

В ході написання роботи було досліджено управління якістю послуг в ресторані «La Spezia» та зроблено наступні висновки.

1. Ресторанний бізнес розвивається, оскільки він має різноманітні виробничі концепції та різні типи ресторанів. Як об'єкт підприємницької діяльності ресторанний бізнес виконує важливі соціальні та економічні функції, в яких і виражена його сутність. Розрізняють такі типи ресторанів: вишукані ресторани, повсякденні ресторани швидкого приготування, ресторан повсякденного обіду, кафе, харчова вантажівка, ресторан зі шведським столом, хмарна кухня.

Успішність діяльності ресторану напряду залежить від гарно розробленої концепції, яка поділяється на дві основні складові: ідейно-тематичний опис та організаційно-економічний опис.

2. Основними характеристиками якості послуги є: надійність; упередженість; довіра; доступність, комунікативність; уважне відношення. Підвищення якості продукції громадського харчування досягається завдяки трьом основним складовим: якісна сировина та полу фабрикат; кваліфікований персонал; технічний рівень виробництва та прогресивність технологій.

Для покращення якості обслуговування в ресторані пропонуються наступні методи: навчання співробітників відмінному обслуговуванню клієнтів; заохочення ефективного спілкування між співробітниками; забезпечення точного часу очікування; вирішення скарг та занепокоєння клієнтів; використання технологій кращого обслуговування ресторанів; підтримання гігієни та чистоти в ресторані.

3. Досліджуваний в роботі ресторан «La Spezia» - це місце для проведення сімейного свята, корпоративного банкету або ділового фуршету. Ресторан пропонує страви італійської та європейської кухні. Організаційна структура управління в ресторані є лінійно-функціональною, в штаті працює 24 працівника. Ресторан «La Spezia» працює на принципах поваги особистості; відповідальності за результати; відповідальності перед суспільством; рівності можливостей; постійним вдосконалення; вмінням працювати в команді та орієнтуватися на загальний результат; відкритості та сміливості.

4. Аналіз фінансово-господарської діяльності ресторану «La Spezia» у період 2019-2020 рр. показав, що чистий дохід ресторану у 2020 р. порівняно із 2019 р. характеризувався значним падінням, а саме на 47,3%, що є наслідком карантину під час пандемії. У 2021 р. ресторан «La Spezia» покращив показники своєї діяльності, так чистий дохід становить 5925,0 тис. грн. чистий прибуток дорівнює 1538,0 тис. грн.

Проведений аналіз показав, що ресторан «La Spezia» є ліквідним, платоспроможним, фінансово стійким, рентабельним та прибутковим, і вдало здійснює свою діяльність.

5. Дослідження якості обслуговування в ресторані «La Spezia» на основі проведеного опитування менеджерами ресторану у грудні 2021 р. показало, що ресторан складає позитивне загальне враження, проте незадоволення відвідувачі ресторану «La Spezia» визначили за такими критеріями, як «Швидкість обслуговування», «Якість обслуговування», «Допомога персоналу при виборі страв», «Вміння подати страву».

Завдяки проведеному SWOT – аналіз для ресторану «La Spezia» визначено основні напрями покращення його діяльності та підвищення якості обслуговування: розробка та впровадження програми лояльності, надання знижок; періодичне проведення оцінки якості послуг в ресторані за допомогою програми «Тайний гість»; проведення тренінгів, семінарів для підвищення кваліфікації працівників ресторану; впровадження в роботу нового обладнання для підвищення економії енергії та покращення якості приготування страв; розробка спеціального меню для вегетаріанців, дитячого меню; провадження сучасних автоматизованих систем в діяльність ресторану.

6. Для покращення якості обслуговування в ресторані «La Spezia» запропоновано:

- впровадити автоматизовану систему управління в ресторані, що дозволить налагодити чітке та грамотне обслуговування клієнтів, уникнути затримок в замовленнях, підвищити швидкість та якість обслуговування; здійснювати контроль закупівель, контроль руху продуктів тощо;

- впровадити в роботу пароконвектомат - обладнання високих технологій, завдяки якому зростає якість продукції (стабільна якість готових страв). Обладнання дозволяє раціонально використовувати час працівника. Економія електрики та води становить не менше 30%, і скорочує втрати ваги страв при приготуванні до 30%;

- навчання персоналу (підвищення кваліфікації). Участь у тренінгу підвищує сприйнятливність працівників ресторанного сервісу до проблем відвідувачів, розвиває вміння взаємодіяти з членами колективу та гостями. Окремою та найбільш значущою частиною будь-яких тренінгів є контроль здобутих знань;

- запровадити програму «Таємний гість» - це стандартне експертне дослідження з метою отримання загальної інформації щодо рівня якості послуг незалежними особами. Це дозволить: покращити якість обслуговування гостей; побачити проблемні місця у роботі співробітників; підвищити продуктивність роботи персоналу; коригувати програми навчання для персоналу; коригувати систему мотивації співробітників.

7. Загальні витрати на заходи щодо підвищення якості обслуговування в ресторані «La Spezia» будуть становити 510,0 тис. грн. Зростання доходу очікується на рівні 17%, або на 947,25 тис. грн. Економічна ефективність становить 437,25 тис. грн. Також для збереження постійних клієнтів ресторану запропоновано розробити програму лояльності з використанням карток та бонусів. В якості покращення системи мотивації та прагнення персоналу надавати якісні послуги гостям запропоновано: створити систему преміювання для тих, хто відмінно пройшов програму «Таємний гість»; організувати психологічні тренінги та колективні заходи; визначати кращого працівника кожного місяця та нагороджувати його.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аветисова А.О., Палій Н.С. Ресторанне господарство: якісно новий рівень розвитку. Торгівля і ринок України. Зб. наук. праць. Донецьк: Дон. нац. ун-т економ. і торгівлі ім. М. Туган-Барановського, 2010. 30 (1). С. 134 - 145.
2. Антонова В.А. Ресторанний бізнес в економічному розвитку України. Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг, 2010. Вип. 1 (11). С. 595 - 601.
3. Архіпов В.В. Організація ресторанного господарства: навч. Київ: Центр учбової літератури; Фірма «Інкос», 2017. 280 с.
4. Балабанова Л. В. Управління персоналом: підручник. Київ: ЦУЛ, 2011. 468 с.
5. Баник О. Сучасні проблеми мотивації праці та їх вплив на ефективну діяльність підприємств. Вісник Хмельницького національного університету. 2010. №2. С. 87-91.
6. Билкова Д.А. Проблеми управління персоналом в менеджменті. Науково-освітній потенціал молоді в рішенні актуальних проблем ХХІ 50т., 2015. №3. С. 112-113.
7. Блинов А.Д. Мотивация персонала корпоративных структур Маркетинг. 2017. № 1. С. 88-101.
8. Борисова О.В. Тенденції розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні. Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг: зб. наук. пр.: у 2-х ч. / Харк. держ. ун-т харчування та торгівлі. Харків, 2019. Вип. 1(15), ч. 2. С. 331 - 338.
9. Борисова О.В. Інноваційний потенціал підприємств ресторанного господарства та ефективність його використання. Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. Харків, 2019 р. Ч.1. С.237-238.
10. Бутенко О. П. Стан ресторанного господарства України та перспективи його розвитку. Вісник економіки транспорту і промисловості, 2019. Вип. 56. С. 18-24. -
11. Бутенко О.П. Аналіз ринку ресторанного господарства України та перспективи його розвитку. Економічний простір, 2019. № 74. С. 73 - 81.

12. Гросул В.А. Тенденції сучасного розвитку підприємств ресторанного господарства в Україні та Харківській області. Науковий вісник Ужгородського університету, 2017. № 1(49) Т.1. С. 143-149.

13. Гудсков А.К., Мезенцева О.М. Формування та функціонування ефективного механізму мотивації результатів діяльності. Регіональні перспективи. Науково-практичний журнал. 2012. №3-4. С. 90-91.

14. Гура О.Л. Підприємницька діяльність у сфері ресторанного господарства. Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії, 2017. №2. С. 97-100.

15. Даніалі Ф. Дослідження загальних тенденцій ринку ресторанного господарства України. Економіка промисловості, 2018. № 3-4. С. 29-34.

16. Данюк В.М. Менеджмент персоналу: навч. посібник. Київ: КНЕУ, 2015. 398 с.

17. Заклади ресторанного господарства. Класифікація: ДСТУ 4281:2020. Київ: Держспоживстандарт України, 2020. 12 с.

18. Захарова С.Г. Аналіз впливу факторів зовнішнього середовища на розвиток

готельно-ресторанного господарства України. Наукові праці Чорноморського державного університету імені Петра Могили комплексу «Києво-Могилянська академія». Серія : Державне управління, 2015. Т. 263. С. 79-82

19. Іванілов О.С. Економіка підприємства. Київ: Центр учбової літератури, 2014. 728 с.

20. Іванов С.Л. Роль нематеріальних чинників мотивації праці у формуванні людського капіталу сучасного підприємства в Україні. Наукові праці НДФІ. 2010. № 5. с. 34-38.

21. Іванова Л.О., Музика О.М. Моніторинг світового ринку готельних і ресторанних послуг: навч. посібник. Львів: «Магнолія 2006», 2012. 226 с.

22. Кирніс Н. І. Дослідження стану підприємств ресторанного господарства з надання кейтерингових послуг. Соціально- економічні проблеми сучасного періоду України, 2016. Вип. 3. С. 48-51.

23. Козинець А.О. Проблеми та перспективи управління персоналом на сучасному підприємстві. Економіка і управління. 2014. №3. С. 83-88.

24. Компанія «PromoRetail». URL: <https://promoretail.com.ua/services/mystery-shopping/>

25. Кравченко О.М. Система макроекономічних показників ефективності ресторанного господарства. Вісник Одеського національного університету ім. І.І. Мечнікова. Одеса: ОНУ, 2015. Т. 20. Вип. 2/1. С. 31 - 36.

26. Кравченко О.М. Використання показників кількості відвідувачів і товарообороту для оцінки конкурентоспроможності підприємств ресторанного господарства. Економіка: реалії часу. Одеса: СПД Побута М.І., 2014. № 4 (14). С. 121 - 127.

27. Кривошей В.В. Особливості формування показника ефективності діяльності підприємства ресторанного господарства. Торгівля і ринок: темат. зб. наук. пр. / ДонНУЕТ. Донецьк, 2012. Вип. 32, т. 1. С. 540.

28. Крилова Л.В. Інноваційні ресторани технології: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. Донецьк: ДонНУЕТ, 2012. 140 с.

29. Мазаракі А.А. Організація обслуговування в закладах ресторанного господарства: підручник. 2-ге вид., пероб. та допов. Київ: Центр навч. л-ри, 2011. 584 с.

30. Мазур В.С. Менеджмент : теорія і практика: навч.метод.комплекс. Тернопіль : ТНЕУ, 2015. с. 200.

31. Мальська М. П., Гаталяк М.Н. Ресторанна справа: технологія та організація обслуговування туристів (теорія та практика): підручник. Київ: Центр учб. л-ри, 2013. 304 с.

32. Міценко Н. Г. Тенденції розвитку попиту на продукцію та товарообороту ресторанного господарства. Торгівля, комерція, підприємництво, 2012. Вип. 14. С. 66-69.

33. Міценко Н.Г. Ресторанне господарство як канал збуту продукції АПК. Бізнес Інформ, 2014. №4. С. 208 - 212.
34. Нечаюк Л.І., Телеш Н.О. Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент: Навчальний посібник. Київ: Центр навчальної літератури, 2016. 348 с.
35. Олійник С.У. Теорія та практика менеджменту персоналу: підручник. Харків: Вид-во НУА, 2013. 376 с.
36. Петрук Ю. Актуальні завдання управління розвитком підприємств ресторанного господарства в Україні. Схід, 2014. № 4. С. 41-47.
37. Пушкарьов М.М. Кадровий менеджмент: конспект лекцій. Київ, 2014. С. 23-35.
38. Савенко Ю.М. Основні тенденції ринку громадського харчування. Вісник КНТЕУД, 2014. № 4. С. 31-37.
39. Сердюк О.Д. Теорія та практика менеджменту: навч. Посібник. Київ: Професіонал, 2014. 432 с.
40. Якимишин Л. Я. Формування ланцюга поставок на основі ідентифікації споживчих потреб. Вісник Національного університету "Львівська політехніка". Логістика, 2017. № 863. С. 245-258.
41. Different types of restaurant establishments. URL: <https://bingage.com/blog/different-types-of-restaurant-establishments/>
42. Effective Strategies to improve your restaurant service and provide a stellar guest experience – a 2022 guide. URL: <https://www.posist.com/restaurant-times/restro-gyaan/ways-to-improve-restaurant-service.html>

Додатки

Додаток А

Підприємство <u>ТОВ «La Spezia»</u>	Дата (рік, місяць, число)	КОДИ	
Територія <u>Сумська</u>	за ЄДРПОУ	2020	01 01
Організаційно-правова форма господарювання <u>ТОВ</u>	за КОАТУУ	39072030	
Вид економічної діяльності <u>Діяльність ресторанів, надання послуг мобільного харчування</u>	за КОПФГ	1810136300	
	за КВЕД	240	
		56.10	

Середня кількість працівників¹ 24

Адреса, телефон Україна, Суми, пр.-кт Михайло Лушпи, 31 В

Одиниця виміру: тис. грн. без десяткового знака (окрім розділу IV Звіту про фінансові результати (Звіту про сукупний дохід) (форма № 2), грошові показники якого наводяться в гривнях з копійками)

Складено (зробити позначку "v" у відповідній клітинці):

за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку

за міжнародними стандартами фінансової звітності

v
-

**Баланс (Звіт про фінансовий стан)
на 31 грудня 2019 р.**

Форма № 1

Код за ДКУД

1801001

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	0	0
первісна вартість	1001	0	0
накопичена амортизація	1002	0	0
Незавершені капітальні інвестиції	1005	0	0
Основні засоби	1010	1150,	1210,0
первісна вартість	1011	1280,0	1330,0
знос	1012	130,0	120,0
Інвестиційна нерухомість	1015	0	0
Довгострокові біологічні активи	1020	0	0
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	0	0
інші фінансові інвестиції	1035	0	0
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	0	0
Відстрочені податкові активи	1045	0	0
Інші необоротні активи	1090	0	0
Усього за розділом I	1095	1150,0	1210,0

II. Оборотні активи			
Запаси	1100	680,0	640,0
Поточні біологічні активи	1110	0	0
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	250,0	270,0
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	120,0	180,0
з бюджетом	1135	0	0
у тому числі з податку на прибуток	1136	0	0
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	480,0	540,0
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	0
Гроші та їх еквіваленти	1165	100,0	120,0
Витрати майбутніх періодів	1170	0	0
Інші оборотні активи	1190	0	0
Усього за розділом II	1195	1630,0	1750,0
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0	0
Баланс	1300	2780,0	2960,0

Пасив	Код рядка	На початок звітної періоду	На кінець звітної періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	10,0	10,0
Капітал у дооцінках	1405	0	0
Додатковий капітал	1410	0	0
Резервний капітал	1415	0	0
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	1470,0	1690,0
Неоплачений капітал	1425	0	0
Вилучений капітал	1430	0	0
Усього за розділом I	1495	1480,0	1700,0
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	0	0
Довгострокові кредити банків	1510	0	0
Інші довгострокові зобов'язання	1515	0	0
Довгострокові забезпечення	1520	0	0
Цільове фінансування	1525	0	0
Усього за розділом II	1595	0	0
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	280,0	320,0
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610	0	0
товари, роботи, послуги	1615	570,0	640,0
розрахунками з бюджетом	1620	100,0	120,0
у тому числі з податку на прибуток	1621	0	0
розрахунками зі страхування	1625	0	0
розрахунками з оплати праці	1630	0	0

Поточні забезпечення	1660	0	0
Доходи майбутніх періодів	1665	0	0
Інші поточні зобов'язання	1690	350,0	180,0
Усього за розділом III	1695	1300,0	1260,0
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0	0
Баланс	1900	2780,0	296,0

Керівник

Анатолійович

Окомелко Олег

Головний бухгалтер

Супрун Ганна Іванівна

Підприємство ТОВ «La Spezia»
(найменування)

Дата (рік, місяць, число)
за ЄДРПОУ

КОДИ		
2020	01	01
39072030		

**Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)
за 2019р.**

Форма № 2

Код за ДКУД

1801001

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	5214,0	4874,0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	3545,0	3289,0
Валовий: прибуток	2090	1669,0	1585,0
збиток	2095	0	0
Інші операційні доходи	2120	44,0	32,0
Адміністративні витрати	2130	89,0	78,0
Витрати на збут	2150	69,0	74,0
Інші операційні витрати	2180	0	0
Фінансовий результат від операційної діяльності:			
прибуток	2190	1555,0	1465,0
збиток	2195	0	0
Дохід від участі в капіталі	2200	0	0
Інші фінансові доходи	2220	0	0
Інші доходи	2240	0	0
Фінансові витрати	2250	28,0	31,0
Втрати від участі в капіталі	2255	0	0
Інші витрати	2270	0	0
Фінансовий результат до оподаткування:			
прибуток	2290	1527,0	1434,0
збиток	2295	0	0
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	275,0	258,0
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	0
Чистий фінансовий результат:			
прибуток	2350	1252,0	1176,0
збиток	2355	0	0

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний
--------	-----------	-------------------	----------------

			період попереднього року
1	2	3	4
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	0	0
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	0	0
Накопичені курсові різниці	2410	0	0
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	0	0
Інший сукупний дохід	2445	0	0
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	0	0
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	0	0
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	0	0
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	1252,0	1176,0

ІІІ. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Матеріальні затрати	2500	3525,0	3442,0
Витрати на оплату праці	2505	593,6	356,8
Відрахування на соціальні заходи	2510	78,3	62,1
Амортизація	2515	12,3	14,3
Інші операційні витрати	2520	6,0	5,3
Разом	2550	4215,2	3880,5

ІV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Середньорічна кількість простих акцій	2600	0	0
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	0	0
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	0	0
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	0	0
Дивіденди на одну просту акцію	2650	0	0

Керівник Окомелко Олег Анатолійович

Головний бухгалтер Супрун Ганна Іванівна

Додаток В

Дата (рік, місяць, число)

Підприємство ТОВ «La Spezia»
 Територія Сумська
 Організаційно-правова форма господарювання ТОВ
 Вид економічної діяльності Діяльність ресторанів, надання послуг мобільного харчування

за ЄДРПОУ
 за КОАТУУ
 за КОПФГ
 за КВЕД

КОДИ		
2021	01	01
39072030		
1810136300		
240		
56.10		

Середня кількість працівників¹ 24

Адреса, телефон Україна, Суми, пр-т Михайло Лушпи, 31 В

Одиниця виміру: тис. грн. без десяткового знака (окрім розділу IV Звіту про фінансові результати (Звіту про сукупний дохід) (форма № 2), грошові показники якого наводяться в гривнях з копійками)

Складено (зробити позначку "v" у відповідній клітинці):

за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку

за міжнародними стандартами фінансової звітності

v
-

Баланс (Звіт про фінансовий стан) на 31 грудня 2020 р.

Форма № 1

Код за ДКУД

1801001

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	0	0
первісна вартість	1001	0	0
накопичена амортизація	1002	0	0
Незавершені капітальні інвестиції	1005	0	0
Основні засоби	1010	1210,0	1420,0
первісна вартість	1011	1330,0	1540,0
знос	1012	120,0	120,0
Інвестиційна нерухомість	1015	0	0
Довгострокові біологічні активи	1020	0	0
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	0	0
інші фінансові інвестиції	1035	0	0
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	0	0
Відстрочені податкові активи	1045	0	0
Інші необоротні активи	1090	0	0
Усього за розділом I	1095	1210,0	1420,0
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	640,0	640,0
Поточні біологічні активи	1110	0	0

Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	270,0	170,0
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	180,0	180,0
з бюджетом	1135	0	0
у тому числі з податку на прибуток	1136	0	0
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	540,0	380,0
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	0
Гроші та їх еквіваленти	1165	120,0	440,0
Витрати майбутніх періодів	1170	0	0
Інші оборотні активи	1190	0	0
Усього за розділом II	1195	1750,0	1810,0
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0	0
Баланс	1300	2960,0	3230,0

Пасив	Код рядка	На початок звітнього періоду	На кінець звітнього періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	10,0	10,0
Капітал у дооцінках	1405	0	0
Додатковий капітал	1410	0	0
Резервний капітал	1415	0	0
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	1690,0	2120,0
Неоплачений капітал	1425	0	0
Вилучений капітал	1430	0	0
Усього за розділом I	1495	1700,0	2120,0
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	0	0
Довгострокові кредити банків	1510	0	0
Інші довгострокові зобов'язання	1515	0	0
Довгострокові забезпечення	1520	0	0
Цільове фінансування	1525	0	0
Усього за розділом II	1595	0	0
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	320,0	190,0
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610	0	0
товари, роботи, послуги	1615	640,0	780,0
розрахунками з бюджетом	1620	120,0	30,0
у тому числі з податку на прибуток	1621	0	0
розрахунками зі страхування	1625	0	0
розрахунками з оплати праці	1630	0	0
Поточні забезпечення	1660	0	0
Доходи майбутніх періодів	1665	0	0

Інші поточні зобов'язання	1690	180,0	110,0
Усього за розділом III	1695	1260,0	1110,0
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0	0
Баланс	1900	2960,0	3230,0

Керівник

Анатолійович

Окомелко Олег

Головний бухгалтер

Супрун Ганна Іванівна

Підприємство ТОВ «La Spezia»
(найменування)

Дата (рік, місяць, число)
за ЄДРПОУ

КОДИ		
2021	01	01
39072030		

**Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)
за 2020р.**

Форма № 2

Код за ДКУД

1801001

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	2748,0	5214,0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	1914,0	3545,0
Валовий: прибуток	2090	834,0	1669,0
збиток	2095	0	0
Інші операційні доходи	2120	21,0	44,0
Адміністративні витрати	2130	62,0	89,0
Витрати на збут	2150	51,0	69,0
Інші операційні витрати	2180	0	0
Фінансовий результат від операційної діяльності:			
прибуток	2190	742,0	1555,0
збиток	2195	0	0
Дохід від участі в капіталі	2200	0	0
Інші фінансові доходи	2220	0	0
Інші доходи	2240	0	0
Фінансові витрати	2250	6,0	28,0
Втрати від участі в капіталі	2255	0	0
Інші витрати	2270	0	0
Фінансовий результат до оподаткування:			
прибуток	2290	736,0	1527,0
збиток	2295	0	0
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	133,0	275,0
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	0
Чистий фінансовий результат:			
прибуток	2350	603,0	1252,0
збиток	2355	0	0

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	0	0
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	0	0
Накопичені курсові різниці	2410	0	0
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	0	0
Інший сукупний дохід	2445	0	0
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	0	0
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	0	0
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	0	0
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	603,0	1252,0

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Матеріальні затрати	2500	1708,0	3525,0
Витрати на оплату праці	2505	703,0	593,6
Відрахування на соціальні заходи	2510	28,0	78,3
Амортизація	2515	12,6	12,3
Інші операційні витрати	2520	3,2	6,0
Разом	2550	2454,8	4215,2

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Середньорічна кількість простих акцій	2600	0	0
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	0	0
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	0	0
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	0	0
Дивіденди на одну просту акцію	2650	0	0

Керівник

Окомелко Олег Анатолійович

Головний бухгалтер

Супрун Ганна Іванівна

Підприємство ТОВ «La Spezia»Територія СумськаОрганізаційно-правова форма господарювання ТОВВид економічної діяльності Діяльність ресторанів, надання послуг мобільного харчування

Дата (рік, місяць, число)

за ЄДРПОУ

за КОАТУУ

за КОПФГ

за КВЕД

КОДИ		
2022	01	01
39072030		
1810136300		
240		
56.10		

Середня кількість працівників¹ 24Адреса, телефон Україна, м. Суми, пр-кт Михайло Лушпи 31 В

Одиниця виміру: тис. Грн. Без десяткового знака (окрім розділу IV Звіту про фінансові результати (Звіту про сукупний дохід) (форма № 2), грошові показники якого наводяться в гривнях з копійками)

Складено (зробити позначку «v» у відповідній клітинці):

за положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку

за міжнародними стандартами фінансової звітності

v
-

**Баланс (Звіт про фінансовий стан)
на 31 грудня 2021 р.**

Форма № 1

Код за ДКУД

1801001

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	0	0
первісна вартість	1001	0	0
накопичена амортизація	1002	0	0
Незавершені капітальні інвестиції	1005	0	0
Основні засоби	1010	1420,0	1280,0
первісна вартість	1011	1540,0	1360,0
знос	1012	120,0	80,0
Інвестиційна нерухомість	1015	0	0
Довгострокові біологічні активи	1020	0	0
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	0	0
інші фінансові інвестиції	1035	0	0
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	0	0
Відстрочені податкові активи	1045	0	0
Інші необоротні активи	1090	0	0
Усього за розділом I	1095	1420,0	1280,0

II. Оборотні активи			
Запаси	1100	640,0	710,0
Поточні біологічні активи	1110	0	0
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	170,0	220,0
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	180,0	230,0
з бюджетом	1135	0	0
у тому числі з податку на прибуток	1136	0	0
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	380,0	410,0
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	0
Гроші та їх еквіваленти	1165	440,0	210,0
Витрати майбутніх періодів	1170	0	0
Інші оборотні активи	1190	0	0
Усього за розділом II	1195	1810,0	1780,0
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0	0
Баланс	1300	3230,0	3060,0

Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	10,0	10,0
Капітал у дооцінках	1405	0	0
Додатковий капітал	1410	0	0
Резервний капітал	1415	0	0
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	2120,0	1840,0
Неоплачений капітал	1425	0	0
Вилучений капітал	1430	0	0
Усього за розділом I	1495	2120,0	1840,0
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	0	0
Довгострокові кредити банків	1510	0	0
Інші довгострокові зобов'язання	1515	0	0
Довгострокові забезпечення	1520	0	0
Цільове фінансування	1525	0	0
Усього за розділом II	1595	0	0
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	190,0	240,0
Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610	0	0
товари, роботи, послуги	1615	780,0	760,0
розрахунками з бюджетом	1620	30,0	80,0
у тому числі з податку на прибуток	1621	0	0
розрахунками зі страхування	1625	0	0
розрахунками з оплати праці	1630	0	0

Поточні забезпечення	1660	0	0
Доходи майбутніх періодів	1665	0	0
Інші поточні зобов'язання	1690	110,0	140,0
Усього за розділом III	1695	1110,0	1220,0
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та б7групами вибуття	1700	0	0
Баланс	1900	3230,0	3060,0

Керівник

Анатолійович

Окомелко Олег

Головний бухгалтер

Супрун Ганна Іванівна

Підприємство ТОВ «La Spezia»
(найменування)

Дата (рік, місяць, число)
за ЄДРПОУ

КОДИ		
2022	01	01
39072030		

**Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)
за 2021 р.**

Форма № 2

Код за ДКУД

1801001

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	5925,0	2748,0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	3934,0	1914,0
Валовий: прибуток	2090	1991,0	834,0
збиток	2095	0	0
Інші операційні доходи	2120	56,0	21,0
Адміністративні витрати	2130	81,0	62,0
Витрати на збут	2150	78,0	51,0
Інші операційні витрати	2180	0	0
Фінансовий результат від операційної діяльності:			
прибуток	2190	1888,0	742,0
збиток	2195	0	0
Дохід від участі в капіталі	2200	0	0
Інші фінансові доходи	2220	0	0
Інші доходи	2240	0	0
Фінансові витрати	2250	12,0	6,0
Втрати від участі в капіталі	2255	0	0
Інші витрати	2270	0	0
Фінансовий результат до оподаткування:			
прибуток	2290	1876,0	736,0
збиток	2295	0	0
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	338,0	133,0
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	0
Чистий фінансовий результат:			
прибуток	2350	1538,0	603,0
збиток	2355	0	0

