

ЗАТВЕРДЖЕНО

Вченою радою ЗУІ

Протокол № 2 від „28” лютого 2024 р.

Ф-КДМ-3

Міністерство освіти і науки України
Закарпатський угорський інститут ім. Ференца Ракоці II
Кафедра географії та туризму

Реєстраційний № _____

Кваліфікаційна робота

**ВРАХУВАННЯ ПОТРЕБ СПОЖИВАЧІВ В ОРГАНІЗАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ
ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ТУРИЗМУ (НА ПРИКЛАДІ РЕСТОРАННИХ
ГОСПОДАРСТВ М. ВІНОГРАДІВ ЗАКАРПАТСЬКОЇ ОБЛ.)**

ВАСЬКО ДАНІЕЛЛА ВОЛОДИМИРІВНА

Студентка IV-го курсу

Освітньо-професійна програма: ТУРИЗМ

Спеціальність: 242 Туризм

Рівень вищої освіти: бакалавр

Тема затверджена на засіданні кафедри

Протокол № _____ / 202_

Науковий керівник:

ЩУКА ГАЛИНА ПЕТРІВНА

(доктор педагогічних наук, професор)

Завідувач кафедри географії та туризму:

МОЛНАР ЙОСИП ЙОЖЕФОВИЧ

(кандидат географічних наук, доцент,

завідувач кафедри географії та туризму)

Робота захищена на оцінку _____, «__» _____ 202_ року

Протокол № _____ / 2024

ЗАТВЕРДЖЕНО

Вченою радою ЗУІ

Протокол № 2 від „28” лютого 2024 р.

Ф-КДМ-3

Міністерство освіти і науки України
Закарпатський угорський інститут ім. Ференца Ракоці II

Кафедра географії та туризму

Кваліфікаційна робота

**ВРАХУВАННЯ ПОТРЕБ СПОЖИВАЧІВ В ОРГАНІЗАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ
ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ТУРИЗМУ (НА ПРИКЛАДІ РЕСТОРАННИХ
ГОСПОДАРСТВ М. ВІНОГРАДІВ ЗАКАРПАТСЬКОЇ ОБЛ.)**

Рівень вищої освіти: бакалавр

Виконавець: студентка IV-го курсу

ВАСЬКО ДАНІЕЛЛА ВОЛОДИМИРІВНА

освітня програма: ТУРИЗМ

спеціальність: 242 Туризм

Науковий керівник: **ЩУКА ГАЛИНА ПЕТРІВНА**

(доктор педагогічних наук, професор)

Рецензент: **ІЖАК ТІБОР ЙОСИПОВИЧ**

(кандидат географічних наук, доцент,

доцент кафедри географії та туризму)

Берегове
2024

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ І. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ВИЗНАЧЕННЯ ПОТРЕБ СПОЖИВАЧІВ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ТУРИЗМУ	8
1.1. Поняття про споживача туристичних послуг та його потреби	8
1.2. Характеристика ресторанів як підприємств сфери туризму.....	11
1.3. Врахування потреб споживачів в діяльності підприємств ресторанного господарства	14
РОЗДІЛ ІІ. ДІЯЛЬНІСТЬ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА М. ВІНОГРАДІВ.....	22
2.1. Загальна характеристика закладів ресторанного господарства м. Виноградів 22	
2.2. Порівняльний аналіз продуктової та цінової політик ЗРГ м. Виноградів	38
2.3. Потреби споживачів послуг ЗРГ м. Виноградів.....	41
РОЗДІЛ ІІІ. ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА М. ВІНОГРАДІВ	51
ВИСНОВКИ	54
ПІДСУМКИ.....	56
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	57
ДОДАТКИ.....	60
СПИСОК ІЛЮСТРАЦІЙ	73
РЕЗЮМЕ.....	75

ЗАТВЕРДЖЕНО

Вченою радою ЗУІ

Протокол № 2 від „28” лютого 2024 р.

Ф-КДМ-3

Ukrajna Oktatási és Tudományügyi Minisztériuma

II. Rákóczi Ferenc Kárpátaljai Magyar Főiskola

Földrajz és Turizmus Tanszék

**A FOGYASZTÓI IGÉNYEK FIGYELEMBEVÉTELE A TURIZMUS
TERÜLETÉN MŰKÖDŐ VÁLLALKOZÁSOK TEVÉKENYSÉGÉNEK
SZERVEZÉSÉBEN (NAGYSZŐLŐS ÉTTERMEINEK PÉLDÁJÁN)**

Szakdolgozat

Készítette: Vaszkó Daniella

IV. évfolyamos turizmus

szakos hallgató

Témavezető: SCSUKA HALINA

(pedagógiai tudományok doktora, professzor)

Recenzens: IZSÁK TIBOR

(a földrajztudományok kandidátusa, docens,

a Földrajz és Turizmus Tanszék docense)

TARTALOM

BEVEZETÉS 1. FEJEZET. A FOGYASZTÓI IGÉNYEK MEGHATÁROZÁSÁNAK	
ELMÉLETI ALAPJAI IDEGENFORGALMI VÁLLALKOZÁSOK	
TEVÉKENYSÉGÉBEN.....	8
1.1. A turisztikai szolgáltatások fogyasztójának fogalma és igényei	8
1.2. Az éttermek, mint vállalkozások jellemzői a turizmus területén	11
1.3. A fogyasztói igények figyelembevétele az éttermi vállalkozások tevékenységében	14
2. FEJEZET. ÉTTERMI INTÉZMÉNYEK TEVÉKENYSÉGE NAGYSZŐLŐSÖN.....	22
2.1. Nagyszőlős város éttermeinek általános jellemzői.....	22
2.2. A Nagyszőlős városi szakszervezet termék és árpolitikájának összehasonlító elemzése	38
2.3. Az éttermi szolgáltatások fogyasztóinak igényei Nagyszőlősön.	41
3. FEJEZET. AZ ÉTTEREMZETI INTÉZMÉNYEK TEVÉKENYSÉGÉNEK	
FEJLESZTÉSÉNEK MÓDJAI NAGYSZŐLŐSÖN.....	51
KÖVETKEZTETÉSEK	54
ÖSSZEFOGLALÁS.....	56
FELHASZNÁLT IRODALOM JEGYZÉKE	57
MELLÉKLETEK.....	60
ÁBRÁK JEGYZÉKE.....	73
MAGYAR NYELVŰ ÖSSZEFOGLALÁS.....	75

ВСТУП

Врахування потреб споживачів є актуальним для будь-якої сфери бізнесу, але в сфері туризму це особливо важливо. Туризм є сферою послуг, і успіх туристичного підприємства залежить від того, чи зможе воно задовольнити потреби своїх клієнтів. Актуальність врахування потреб споживачів в діяльності підприємств сфери туризму обумовлена зростанням конкуренції, зміною потреб споживачів, розвитком технологій.

Максимальне задоволення потреб і побажань споживачів дозволить підприємствам:

- *Залучити нових клієнтів.* Задовольняючи потреби споживачів, підприємства можуть зробити свою пропозицію більш привабливою для них і зацікавити.
- *Збільшити повторні покупки.* Якщо клієнти задоволені послугами підприємства, вони, з великою ймовірністю, будуть користуватися ними повторно.
- *Підвищення прибутку.* Задоволені клієнти швидше за все залишать позитивні відгуки про підприємство, що може призвести до збільшення його споживачів та отримання прибутку.

Одна з основних послуг під час подорожі – це послуга харчування. Тому послуги ресторанного господарства – це важливий елемент в обслуговуванні туристів. З іншого боку, туристи – досить важлива складова (для багатьох закладів, навіть, основна) споживачів.

В боротьбі за клієнта підприємства харчування намагаються підвищити якість обслуговування, максимально наблизити асортимент страв у меню до потреб споживача. Це досить складне завдання, оскільки потребує врахування сезонності продуктів, встановлення адекватного співвідношення власних можливостей і побажань клієнта, врахування продуктової пропозиції конкурентів. Значний вплив на ринкове положення й прибуток підприємства має ціна. В ринкових умовах кожне підприємство харчування має змогу встановлювати будь-яку ціну на свої страви, визначати концепцію закладу, відповідно до якої розробляється його дизайн та формується меню

Питання врахування потреб споживачів ресторанного господарства досліджували В.К. Бабарицька, О.Ю. Малиновська, Дж. Енджела, Р. Блекуелла, П. Мініарда, Хаскет, Джонс, Лавман та інші. Проте, потреби споживачів відрізняються. Очевидно, що портрет туриста (відповідно, його інтереси та очікування), який відпочиває в п'ятизірковому європейському готелі буде відрізнятися від портрета туриста, який обрав своїм місцем відпочинку м.

Виноградів. Для місцевого бізнесу цікавий саме власний турист, а не узагальнююча характеристика споживача. Так як нам не відомі роботи, в яких би досліджувалося пореби споживачів в діяльності підприємств сфери туризму у м. Виноградів, тема роботи є актуальною

Мета дослідження: на основі аналізу потреб споживачів визначити шляхи вдосконалення в організації діяльності підприємств ресторанного господарства м. Виноградів Закарпатської обл:

Завданням дипломної роботи:

- Визначити сутність поняття «потреби споживачів».
- Охарактеризувати ресторани як підприємства сфери туризму.
- Розглянути особливості потреб споживачів послуг підприємств ресторанного господарства.
- Скласти загальну характеристику діяльності ЗРГ м. Виноградів.
- Визначити потреби клієнтів ЗРГ м. Виноградів
- Надати рекомендації обраним закладам для вдосконалення їхньої діяльності.

Для даної роботи, обрано теоретичні та емпіричні методи дослідження: індукція та дедукція (при написанні тексту), аналіз та синтез (дослідження закладів ресторанного господарства м. Виноградів), порівняння (зіставлення продуктової пропозиції та цінової політики закладів), опис (для характеристики закладів), анкетування (для збору інформації про вподобання та потреби цільової аудиторії), систематизації та узагальнення (для формулювання висновків).

Структура кваліфікаційної роботи: вступ, три розділи, висновки, підсумки, список використаних джерел (41), список ілюстрацій (40), 2 таблиці, 2 Додатки А і В. Загальний обсяг роботи – 77 с.

РОЗДІЛ І.

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ВИЗНАЧЕННЯ ПОТРЕБ СПОЖИВАЧІВ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ТУРИЗМУ

1.1. Поняття про споживача туристичних послуг та його потреби

Споживач – поняття, яке на сьогоднішній день набуло значного поширення і визначається як людина, яка купує, замовляє, використовує або планує придбати/замовити товари чи послуги для власного користування. Ці дії не пов'язані з її бізнес-діяльністю або роботою. Споживачем визнається особа, метою якої є задоволення за рахунок покупки лише особистих потреб, які не пов'язані з підприємницькою діяльністю (<https://cutt.ly/1wSghiKh>).

Навіть якщо людина не купує товар, вона все одно впливає на ринок. Її інтерес може стимулювати продавця покращити товар або запропонувати нові продукти (<https://cutt.ly/xwAFoJcD>).

У ресторанній індустрії ключовим принципом є гостинність, спрямована на задоволення потреб навіть найвибагливіших клієнтів. Якщо гості не отримують задоволення від відвідування ресторану, інші аспекти втрачають свою цінність (<https://cutt.ly/ywAFoRxJ>).

Суть послуги полягає в задоволенні потреб споживача, що досягається шляхом прямої взаємодії виконавця і споживача. Це поняття включає:

- 1) взаємодію виконавця і споживача послуг (обслуговування);
- 2) процес надання послуги (тобто виконання визначеної роботи) самим виконавцем;
- 3) результат цих дій у вигляді «перетвореної продукції» чи «результату послуги» (<https://cutt.ly/TwAFosoE>).

Андріан Слівотські стверджує, що потреби та очікування клієнтів постійно змінюються, але бізнес-моделі багатьох компаній не встигають за цими змінами. Це призводить до того, що клієнти втрачають інтерес до продуктів і послуг цих компаній і переходять до конкурентів, які краще розуміють їхні потреби.

Підприємці-новатори, завдяки своїй креативності та вміння розуміти потреби споживачів, першими відчують зміни в потребах і очікуваннях людей. Саме на цій основі вони адаптують свій бізнес під ці зміни.

Наприклад, Ніколас Хайєк, голова швейцарської годинникової компанії «Swatch», зрозумів, що все більше людей купують годинники не для того, щоб підкреслити свій статус,

а покладаючись на смак та емоції. Він змінив стратегію своєї компанії і завдяки цьому Swatch потрапив у зону прибутку (<https://cutt.ly/awAFiN5N>).

Послуга – це діяльність виконавця з надання споживачеві певного визначеного договором матеріального чи нематеріального блага, що здійснюється за індивідуальним замовленням споживача для задоволення його особистих потреб (<https://cutt.ly/9w8t3uYZ>).

Послуга – це функція, спрямована на покращення або підтримку вже існуючого продукту, без створення нового матеріального об'єкта (<https://cutt.ly/6w8yvWWw>).

Послуги можуть бути пов'язані з матеріальними товарами, але не завжди. Залежно від зв'язку з матеріальними товарами, послуги поділяють на два типи:

- **Виробничі (матеріальні) послуги:** безпосередньо пов'язані з виробництвом, транспортуванням, зберіганням та продажем матеріальних товарів. Прикладами таких послуг є ремонт обладнання, страхування вантажів, рекламні послуги для товарів.

- **Невиробничі (нематеріальні) послуги:** не пов'язані з виробництвом чи продажем матеріальних товарів. До них належать послуги освіти, охорони здоров'я, туризму, перукарські послуги, послуги зв'язку тощо (<https://cutt.ly/Cw8zKrkF>).

Класифікація послуг є важливим інструментом для кращого розуміння, аналізу та управління. Вона дозволяє виділити ключові характеристики різних видів послуг, визначити їх особливості та специфіку. В підручнику під редакцією В.В. Апоггії, а також у працях В.Е. Гордіна та М.Д. Сущинської, наведені класифікації послуг за їхніми критеріями:

- Роль послуг у суспільстві та в інфраструктурі економіки
- Масштабність клієнтської бази (індивідуальні, групові, послуги)

- Тип трудомісткості
- комплексність надання послуг
- Взаємозв'язок із процесом виробництва
- соціальний статус клієнтури
- Ступінь ринкової орієнтації послуг
- Частота надання послуг

Туристична послуга – це розроблений туроператором комплекс дій, в поєднанні як мінімум двох елементів, послуг розміщення та перевезення (<https://cutt.ly/ew8KShxK>). Це те, що отримує турист в результаті роботи туристичного підприємства.

Українські дослідниці В.К. Бабарицька та О.Ю. Малиновська підкреслюють, що ключова різниця між туристичним продуктом та туристичною послугою полягає в місці їх

споживання. Тобто, послуга може бути купленою та спожитою за місцем її виробництва, а туристичний продукт можна придбати за місцем проживання, але спожити тільки в місті виробництва туристичних послуг.

Існує три види груп туристичних послуг:

- Основні послуги: готель, харчування, транспорт.
- Додаткові послуги: екскурсії, медицина, спорт, побут, зв'язок, прокат, страхування.

- Супутні послуги: інфраструктура (<https://cutt.ly/Rw4jS840>).

Три "Н" - це три ключові особливості, які відрізняють туристичні послуги від інших:

- Невідчутність
- Нерозривність виробництва і споживання
- Неможливість збереження туристичної послуги (<https://cutt.ly/lw4j45B4>).

Туристичні послуги, як і будь-які інші послуги, не мають фізичної форми. До них неможливо доторкнутися, як, наприклад, до одягу або телефону. Досвід подорожі нерально відчуту до моменту його отримання. Можна читати відгуки про готель або ресторан, але неможна знати, як вони насправді виглядають і відчуваються, поки самому не дізнатися. Невідчутність робить туристичні послуги унікальними.

Нерозривність виробництва і споживання послуги є ключовою характеристикою, яка відрізняє послуги від товарів. Послуга не може існувати без замовлення або клієнта, адже вона створюється в момент взаємодії між ними (<https://cutt.ly/Rw4jS840>).

Послуги харчування – це комплекс заходів, спрямованих на задоволення потреб клієнтів у їжі та напоях (<https://cutt.ly/rw4kakEs>).

Ресторанні послуги – це складна система, яка складається з компонентів, які працюють разом, щоб забезпечити клієнтам незабутні враження. Ці компоненти можна умовно поділити на п'ять основних категорій:

- Обслуговування клієнтів
- Управління замовленнями
- Послуги харчування та напоїв
- Обробка платежів
- Розгляд скарг (<https://cutt.ly/xw4kleki>).

Отже, **споживання** – це процес задоволення потреб, який тісно пов'язаний з виробництвом. Виробництво створює продукти, які споживаються людьми. Воно не може

розвиватися без споживання, адже без попиту немає сенсу виробляти продукти (<https://cutt.ly/mwAFiu91>).

Потреба – це те, що необхідно людині, те, що вона вмотивована отримати. Типовими потребами являються: соціальне визнання, безпека, харчування (<https://cutt.ly/kwAFu9nv>).

Відвідування ресторану під час подорожі, сімейного свята та інших причин, може стати невід'ємною частиною загального досвіду. Окрім втамування голоду, туристи прагнуть отримати в ресторані певні враження та емоції. Якість їжі та напоїв, атмосфера та сервіс, інформаційність та доступність, та додаткові фактори (ціна, додаткові послуги).

1.2. Характеристика ресторанів як підприємств сфери туризму

Ресторанне господарство – це галузь економіки, яка забезпечує людей харчуванням та дозвіллям. Заклади ресторанного господарства (кафе, ресторани, бари) готують їжу, обслуговують клієнтів та організовують їхній відпочинок (<https://cutt.ly/NYcLepR>).

До сфери ресторанного господарства входять такі типи закладів: ресторан, бар, кафе, кафетерій, їдальня, закусочна, буфет, фабрика-заготівельня, фабрика-кухня, домашня кухня, ресторан за спеціальними замовленнями (<https://cutt.ly/SetgI7hr>).

У процесі обслуговування, як правило, заклади ресторанного господарства надають споживачам комплекс послуг. Цей перелік послуг, що надають заклади ресторанного господарства, залежить від типу і класу закладу.

Тип закладу ресторанного господарства визначається за кількома ознаками:

- Асортимент продукції: які страви та напої пропонує заклад.
- Метод обслуговування: як обслуговуються клієнти (за столом, через барну стійку).
- Матеріально-технічна база.
- Рівень обслуговування: як персонал закладу спілкується з клієнтами (<https://cutt.ly/NYcLepR>).

Ресторан – це заклад громадського харчування, який пропонує:

- широкий асортимент страв та напоїв, включаючи складні страви з різноманітних продуктів;
- комфортну атмосферу та високий рівень сервісу;
- можливість організувати банкет або інший захід.

Такий тип закладу пропонує різний рівень обслуговування та цін. Вибір ресторану залежить від очікувань та потреб (<https://cutt.ly/6etgSJWW>).

Заклад ресторанного господарства – це підприємство, яке забезпечує людей їжею та дозвіллям. Заклади можуть готувати страви з нуля, доготовляти, і організовувати споживання продукції власного виробництва і закуплених товарів, а також можуть пропонувати розваги для своїх клієнтів. Вони поділяються на типи. Тип закладу ресторанного господарства визначається за кількома ключовими характеристиками:

1. Асортимент продукції

- які страви та напої пропонує заклад;
- наскільки широкий асортимент продуктів;
- складність приготування страв.

2. Рівень обслуговування:

- як персонал закладу спілкується з клієнтами;
- чи пропонується обслуговування за столом;
- наскільки швидко та якісно обслуговуються клієнти.

3. Номенклатура надаваних послуг:

• чи пропонує заклад додаткові послуги, окрім харчування (доставка, банкети, розваги);

- які саме додаткові послуги доступні.

4. Рівень матеріально-технічної бази:

- яке приміщення має заклад;
- яке обладнання використовується;
- наскільки комфортно та затишно в закладі (<https://cutt.ly/mH6m36N>).

За ознакою комплексу продукції і послуг розрізняють заклади основного типу, спеціалізовані, комбіновані, комплексні.

➤ До закладів основного типу належать: ресторан, кафе, закусочна, їдальня, бар, кафетерій, буфет, фабрика-заготівельня, фабрика-кухня, домашня кухня, ресторан за спеціальними замовленнями (кайтеринг).

➤ До спеціалізованих закладів належать ресторани, кафе, закусочні, які реалізують та відпускають специфічний асортимент страв, напоїв та закуплених товарів (кафе-кондитерська, кафе-морозиво, ресторани з національною кухнею, закусочна: піріжкова, млинцева, піцерія; бар: пивний, винний).

➤ Комбіновані заклади ресторанного господарства - це заклади, які об'єднують декілька закладів різних типів в одній будівлі. Вони можуть мати повну або часткову централізацію торговельно-виробничих функцій, складського господарства та управління. Комбіновані заклади дають споживачам можливість вибрати кілька видів послуг в одному місці (ресторани, бари, більярдний клуб, кафе-бар тощо) (<https://cutt.ly/hYcG1Qp>).

За сезонністю розрізняють постійно діючі заклади ресторанного господарства, які працюють цілий рік, та сезонні, які працюють у весняно-літній період. Вони можуть бути стаціонарними та пересувними – автоїдальні, автобуфети, вагони-ресторани тощо (<https://cutt.ly/fH6RnDd>).

Класифікація ресторанів згідно ДСТУ 4281:2004:

Клас ресторану визначається якістю послуг, інтер'єром та асортиментом страв. Всього існує три класи: люкс, вищий клас та перший.

Клас «люкс» присвоюється ресторанам і барам, яким характерно: вишуканий інтер'єр, широкий асортимент фірмових страв, висококваліфікований персонал. Відповідні вимоги до якості продуктів, умов споживання та організації дозвілля.

Закладам вищого класу, притаманно високий рівень послуг, креативний інтер'єр, різноманітність кулінарних страв та напоїв. Багато ресторанів цього класу спеціалізуються на приготуванні національних страв, до меню можуть входити фірмові страви, напої і закуски, які готуються тільки тут.

До першого класу властиво простий і модерний інтер'єр, простий асортимент їжі та напоїв (<https://cutt.ly/2H6TAEb>).

Важливо зазначити те, що клас не завжди гарантує якість. Але класифікація ресторанів допомагає споживачам зробити правильний вибір. Знаючи особливості кожного класу, можна знайти ресторан, який відповідає потребам та бюджету для кожного споживача (<https://cutt.ly/4H6YzHk>).

Естетичність послуг, безсумнівно, є важливим аспектом, який включає в себе:

- Гармонійність архітектурно-планувального та кольорового рішення приміщень.
- Умови обслуговування: охайний зовнішній вигляд та ввічливість обслуговуючого персоналу, сервірування столу, оформлення та подача страв.

Слід підкреслити, що естетика послуг не повинна бути надмірною. Вона повинна доповнювати смак страв та створювати приємну атмосферу для відвідувачів (<https://cutt.ly/4H6YzHk>).

Споживач має право на повне, достовірне та своєчасне інформування про послуги, які йому надаються. Це стосується і харчової та енергетичної цінності кулінарної продукції (<https://cutt.ly/CH6YMR5>).

Важливо, щоб всі процеси в закладі ресторанного господарства відповідали санітарним нормам та правилам. Це гарантує безпеку та здоров'я відвідувачів, а також захищає навколишнє середовище. Персонал цих закладів повинен мати спеціальну підготовку та дотримуватися всіх санітарних вимог (<https://cutt.ly/hYcG1Qp>).

Так як послуга харчування належить до переліку базових послуг у складі турпродукту, підприємства ресторанного господарства є основою туристичної інфраструктури. Від ефективності діяльності закладу, смаку страв та якості сервісу залежить загальне враження туриста від подорожі. Тому в сфері туризму велика увага приділяється діяльності підприємств харчування, які відрізняються за багатьма ознаками, що дозволяє їм задовольнити потреби широкого сегменту споживачів.

1.3. Врахування потреб споживачів в діяльності підприємств ресторанного господарства

Відповідно до Закону України «Про захист прав споживачів» споживачі мають право на:

1. безпечність продукції, що реалізується;
2. достовірну та повну інформацію про продукцію;
3. якість продукції, що відповідає встановленим вимогам;
4. повернення продукції належної якості, якщо вона не відповідає встановленим вимогам, або обмін її на аналогічну продукцію належної якості;
5. відшкодування витрат, понесених у зв'язку з придбанням продукції ненадійної якості;
6. безоплатне усунення недоліків продукції, що реалізується, у розумний строк;
7. відшкодування збитків, завданих споживачу внаслідок недоліків продукції, що реалізується (<https://cutt.ly/RwAMzMS1>).

Поведінка споживача – це складний процес, який впливає на те, які товари та послуги купують люди. Розуміння цього процесу допомагає компаніям створити ефективні маркетингові стратегії (В. Л. Уїлкі).

За визначенням Дж. Енджела, Р. Блекуелла та П. Мініарда, поведінка споживачів – це дії, які вчиняють люди під час пошуку, вибору, придбання, використання та утилізації продуктів, послуг, ідей або досвіду, щоб задовольнити свої потреби та бажання. (В. Перебийніс, В. Трайно, 2015).

Послуги ресторанного господарства відіграють важливу роль у туризмі. Заклади громадського харчування обслуговують різноманітних туристів: як вітчизняних, так і іноземних, як організовані групи, так і індивідуальних мандрівників. Для кожної категорії потрібен особливий підхід до обслуговування (<https://cutt.ly/cwAFiAjsx>).

У ресторанному господарстві, поряд з готовою продукцією, продуктом праці є й послуги. Потреби в них, на відміну від продуктів харчування, не обмежені нормами, вони постійно розширюються та змінюються. Зростання споживання послуг – один з найважливіших показників, розвитку ресторанної індустрії.

Гості ресторанів найчастіше мають потребу в різноманітності меню, щоб мати можливість обрати страви з широкого асортименту. Не менш важливим є якість, споживачі завжди хочуть отримувати їжу зі свіжих продуктів, щоб все було смачно приготовано та естетично оформлено. Також ввічливе обслуговування персоналу.

Заклади ресторанного господарства надають споживачам набір різноманітних послуг, які характерно можна поділити на:

- послуги з харчування;
- послуги з виготовлення кулінарної продукції та кондитерських виробів;
- послуги з реалізації продукції;
- послуги з організації обслуговування споживачів (реалізація продукції та організація її споживання);
- послуги з організації дозвілля;
- інформаційно-консультативні послуги;
- інші послуги (<https://cutt.ly/twAFoqVt>).

Послуги з організації дозвілля включають:

- організацію музичного обслуговування;
- організацію проведення концертів, програм вар'єте та відеопрограм;

- надання газет, журналів, настільних ігор, ігрових автоматів, більярда.

Послуги з виготовлення кулінарної продукції та кондитерських виробів охоплюють:

1. Виготовлення на замовлення: за індивідуальними рецептами; з урахуванням побажань клієнта; з оригінальним оформленням.

2. Виготовлення страв із сировини замовника: замовник надає свою сировину, а підприємство готує з неї страви за його бажанням. Це зручний варіант для тих, хто хоче спробувати нові страви, але не має часу або бажання готувати самостійно.

3. Послуги кухара/кондитера на дому: кухар або кондитер приїжджає до замовника додому та готує для нього будь-які страви або кондитерські вироби; розробляє меню, оформляє страви. Це ідеальний варіант для тих, хто хоче організувати свято або приготувати вечерю для гостей, але не має власного кухара.

Послуги з організації споживання продукції та обслуговування включають:

- організацію та обслуговування урочистостей, сімейних обідів та ритуальних заходів;
- організацію харчування та обслуговування учасників конференцій, семінарів, нарад, культурно-масових заходів у зонах відпочинку тощо;
- послугу офіціанта (бармена) з обслуговування вдома;
- доставку кулінарної продукції та кондитерських виробів на замовлення споживачів, у тому числі, у банкетному виконанні / обслуговування споживачів на робочих місцях та вдома / у дорозі в пасажирському транспорті (у тому числі в купе поїзда, каюті лайнера, салоні літака) / в номерах готелів;
- бронювання місць у залі підприємства громадського харчування;
- продаж талонів та абонементів на обслуговування скомплектованими раціонами;
- організацію раціонального комплексного харчування (<https://cutt.ly/gwSgShDg>).

Лояльність клієнтів залежить від багатьох факторів, але один з найважливіших – це якість обслуговування. Підприємство, яке прагне до успіху, має інвестувати в розвиток свого персоналу та створювати умови для його ефективної роботи. Персонал повинен вміти: бути лояльним, уважним до потреб та бажань клієнтів, привітними та ввічливими, вчасно вирішувати конфлікти. Важливо добре змотивувати персонал, щоб вони знали заради чого працюють. Забезпечити гідну заробітню плату та вчасну виплату, запроваджувати систему бонусів та премій, надавати можливості до кар'єрного росту (<https://cutt.ly/Zethw1lu>).

Для того, щоб враховувати потреби споживачів у діяльності підприємств ресторанного господарства, необхідно проводити дослідження, які визначають:

- цільову аудиторію підприємства (вік, стать, соціальний статус, рівень доходу тощо);
- потреби та інтереси цільової аудиторії;
- конкуренцію на ринку;
- тенденції розвитку ринку.

Інформація в меню ресторану відіграє важливу роль в задоволенні потреб клієнтів та успішної роботи закладу. Важливо знайти баланс між чіткістю, деталізацією та доступністю інформації, щоб вона була корисною для гостей ресторану.

Незважаючи на згоду щодо важливості інформативності меню, ресторатори та клієнти не завжди можуть дійти згоди щодо обсягу та типу необхідних даних.

Сьогодні активно дискутується питання про доцільність включення до меню інформації про поживну цінність страв. Прихильники цієї ідеї вважають, що така інформація допоможе клієнтам зробити усвідомлений вибір та краще контролювати свій раціон. Критики ж стверджують, що багато людей не вміють правильно інтерпретувати такі дані, що може призвести до необґрунтованих обмежень в харчуванні (<https://cutt.ly/DwSgG2e3>).

Стрімке зростання та економічне значення сфери послуг змушує компанії зосередитися на цій галузі, щоб відповідати очікуванням клієнтів та успішно конкурувати. Ресторани, які здобули репутацію завдяки чудовому обслуговуванню, отримують значну конкурентну перевагу: клієнти готові платити більше за якісне обслуговування, чудове обслуговування створює позитивний досвід, який заохочує клієнтів повертатися знову та рекомендувати ресторан друзям, це допомагає ресторану виділитися на фоні конкурентів (<https://cutt.ly/UwSgKSq5>).

Якість обслуговування в ресторанному бізнесі є ключовим фактором успіху, адже саме вона визначає, чи залишиться споживач задоволеним. Покупець отримує якісний досвід, коли його сприйняття обслуговування перевершує його очікування. З огляду на суб'єктивність сприйняття, якість послуги можна визначити як її здатність відповідати або перевершувати очікування клієнта.

Дослідження показали, що клієнти ресторанів в першу чергу оцінюють якість обслуговування на основі трьох факторів:

- Персонал: ввічливість, уважність, компетентність.

- Атмосфера: чистота, комфорт, приємна музика.
- Продукт: якість їжі, її презентація, відповідність ціні.

Менеджери ресторанів повинні бути уважними, постійно аналізувати та прогнозувати зміни в очікуваннях клієнтів, щоб пропонувати їм їжу та послуги, які відповідають їхнім потребам. Важливо також зазначити, що очікування клієнтів можуть відрізнятися залежно від їх культурного середовища (<https://cutt.ly/Vw2MzO0p>).

Дослідження Хескетта, Джонса, Лавмана, Сассера та Шлезінгера, яке аналізувало успішні сервісні організації, показало, що існує зв'язок між прибутковістю, лояльністю клієнтів, задоволеністю працівників, їх лояльністю та продуктивністю. (<https://cutt.ly/Kw9KjRJp>)

Опитування дослідило зовнішні фактори, що впливають на вибір ресторану, такі як вивіски, паркування, безпека, чистота та привабливість. Згідно з результатами, респонденти найвище оцінили чистоту та привабливість ресторану, а найнижчі оцінки отримали вивіски та паркування, як видно на рисунку 1.1.

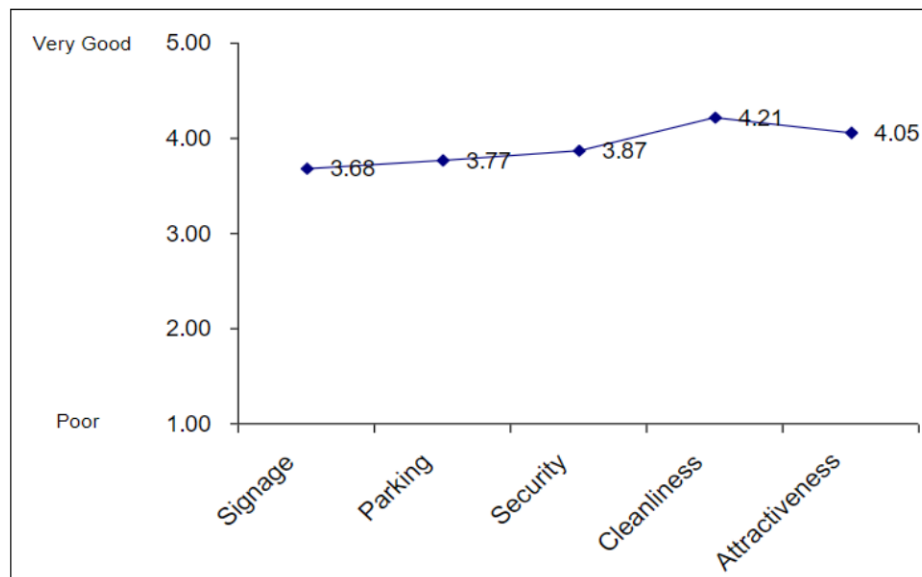


Рис. 1.1. Середні бали оцінок факторів екстер'єру

*Джерело: (<https://cutt.ly/Kw9KjRJp>).

Чистота ресторану отримала найвищу оцінку (рис.1.2). Опитані високо оцінили як чистоту їдальні, так і чистоту санвузлів. Атмосфера, декор та освітлення також отримали високі оцінки. Однак меблюванням закладів споживачі не дуже переймалися.

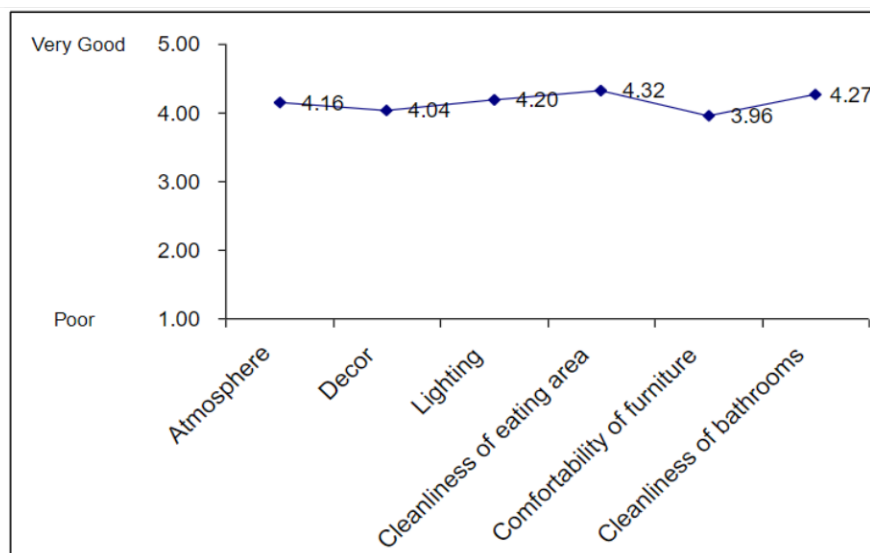


Рис. 1.2. Середні бали оцінок факторів інтер'єру

*Джерело: (<https://cutt.ly/Kw9KjRJp>).

Наступне питання дослідження стосувалося обслуговування в ресторані (рис 1.3). Опитані найвище оцінили привітність персоналу, знання меню, обробку спеціальних замовлень, правильне записування деталей замовлення та час очікування. Професіоналізм працівників та швидкість обслуговування отримали трохи нижчі оцінки.

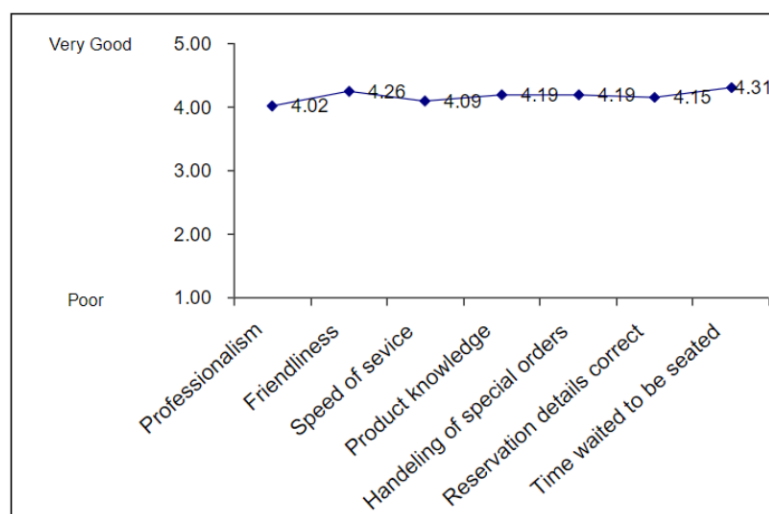


Рис 1.3. Середні бали оцінок факторів послуги

*Джерело: (<https://cutt.ly/Kw9KjRJp>).

Правильність виконання замовлень отримала найвищу оцінку (4,20), далі за важливістю - різноманітність меню (4,09) і подача страв (4,04) (рис. 1.4).

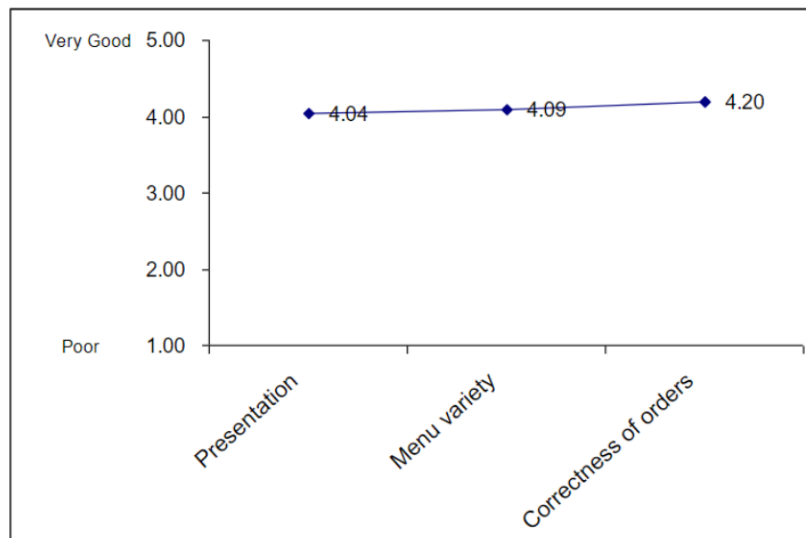


Рис. 1.4 Середні бали оцінок, пов'язаних з їжею

*Джерело: (<https://cutt.ly/Kw9KjRJp>).

Ціна є ключовим фактором при виборі ресторану для більшості людей. Згідно з опитуванням, 37,1% респондентів вважають ціну дуже важливим фактором, 24,8% - середньо важливим, а 4,5% - доволі важливим. Лише 3,5% учасники опитування зазначили, що ціна не має для них значення (рис.1.5.). Це свідчить про те, що більшість людей шукають ресторани, які пропонують їжу та обслуговування за доступними цінами (<https://cutt.ly/Kw9KjRJp>).

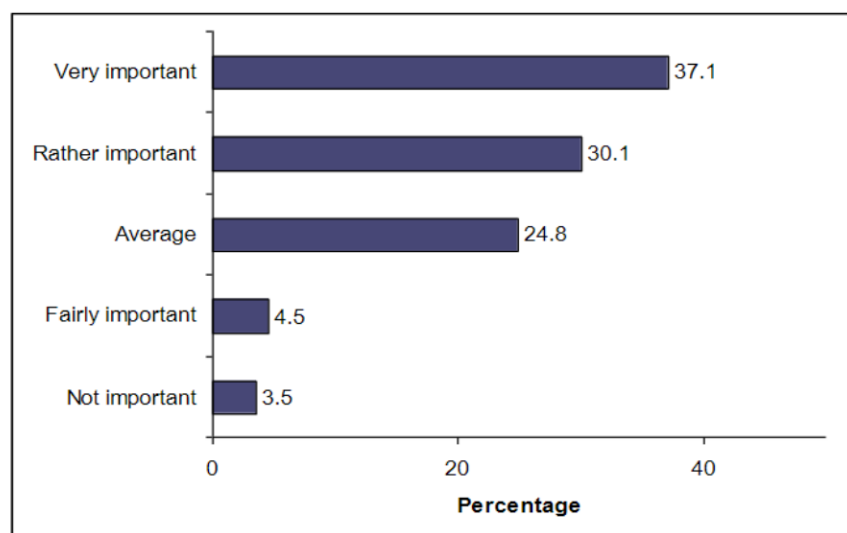


Рис.1.5. Важливість ціни при виборі ресторану

*Джерело: (<https://cutt.ly/Kw9KjRJp>).

Очевидно, що кожному власнику ресторану варто знати ці дані, щоб краще задовільняти своїх відвідувачів (<https://cutt.ly/Kw9KjRJp>).

Отже, харчування – це є базова потреба людини. Проте, надання послуг харчування туристові повинно виходити за межі простого насичення організму, а передбачати задоволення очікувань споживача відносно асортименту та смакових якостей послуг, рівня сервісу та атмосфери закладу. Потреби споживачів відрізняються як від характеристики самого споживача (до якого цільової аудиторії він належить), так і від зовнішніх обставин: регіон розташування закладу, політична та економічна ситуація і навіть мода на наявність тих чи інших послуг.

РОЗДІЛ II.

ДІЯЛЬНІСТЬ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА М. ВИНОГРАДІВ

2.1. Загальна характеристика закладів ресторанного господарства м. Виноградів

Виноградів – невеличке місто біля підніжжя Чорної гори. Місто належить до Берегівського району Закарпатської області, центр Виноградівської міської громади. До 1946 р. Офіційна назва міста була Севлюш. Населення станом на 01.01.2021 становить 25442 мешканці. Більшість жителів міста – українці, також тут проживають угорці, роми, та інші національності (<https://cutt.ly/Qw54aErE>).

До Виноградівської громади входять такі населені пункти: м.Виноградів, с. Боржавське, с. Букове, с. Великі Ком'яти, с. Велика Копаня, с. Дротинці, с. Мала Копаня, с. Олешник, с. Онок, с. Підвиноградів, с. Фанчиково, с. Притисянське, с. Тросник, с. Широке. (рис. 2.1, <https://cutt.ly/8w54zTeb>).

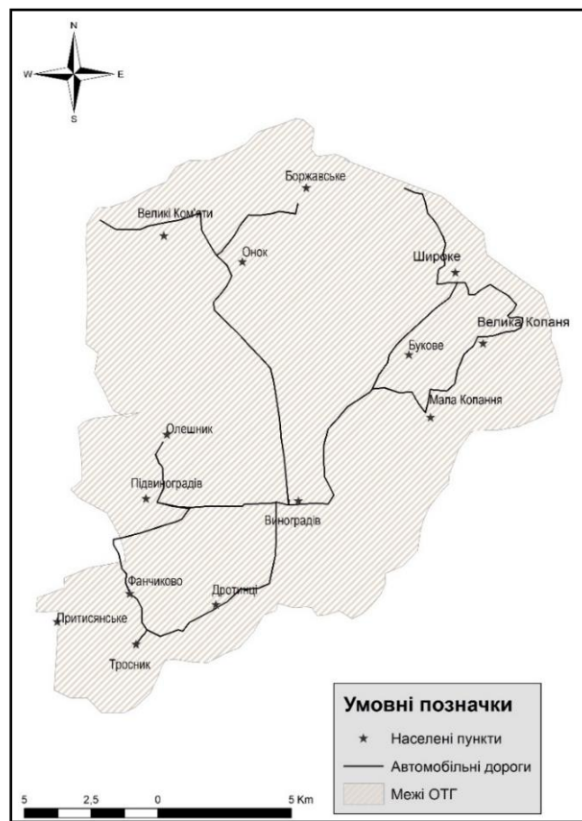


Рис.2.1. Виноградівська ОТГ

*Джерело: (Васько Д. В.)

На території міста Виноградів налічується 50 закладів, де надають послуги харчування (рис. 2.2), це 16 ресторанів: «Парус», «Freedom», «Сонячна гора», «Пузатий Шеф», «Grill in park», «Еліза», «Готель Виноградів», «Чорна гора», «Чорна Скеля», «Фортеця», «Три Дуби», «Крила», «Salba», «Ташкент», «Impresso», «Vyngrad»; 18 кафе: «Paprika», «Fontan», «Orient express», «Тиса», «Coffito», «Coffee Time», «Bellini caffee», «Lokatsiya», «Square», «Posta caffee», «Угоча», «Stare misto», «Appetito», «Cakerops», «O.Sushi.Place», «Драгун», «Світлана», «M23»; 4 піцерії: «Salve», «Belcanto», «Bonna Pizza», «Раз, два»; 2 їдальні, 10 фаст-фудів.

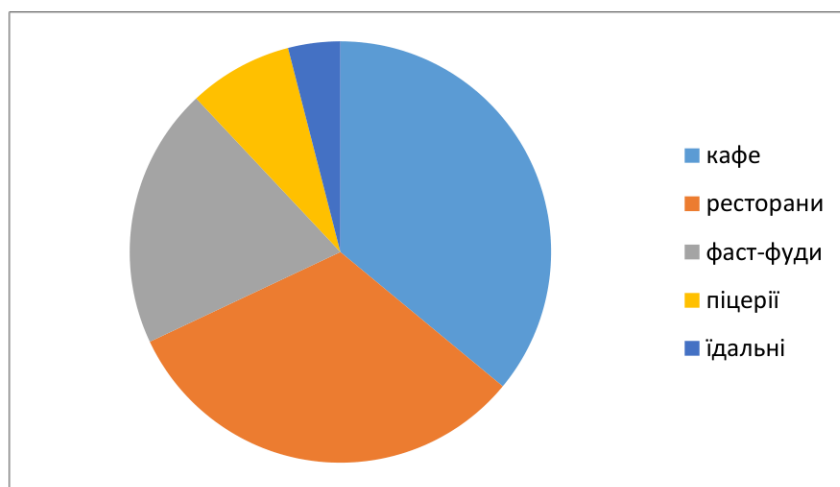


Рис. 2.2. Типи закладів ресторанного господарства м. Виноградів

*Джерело: складено автором

Меню закладів також різноманітне: українська, європейська, східна, італійська, грузинська, закарпатська та інші кухні світу. Ціновий діапазон закладів широкий, що робить послуги доступними для людей з різним рівнем доходу. Багато закладів ресторанного господарства у Виноградіві мають затишні тераси, де можна насолодитися їжею та пейзажами. Деякі ресторани пропонують живі виступи музикантів, благодійні концерти.

Для дослідження було обрано 4 заклади, які детально вивчалися протягом 3 років, це – «Freedom», «Сонячна гора», «Ташкент», «Impresso».

Ресторан «*Freedom*» (рис.2.3.) – один з наймолодших, але один з найвідвідуваніших ресторанів у місті Виноградів. Розташований по вул. Комунальній 22б, майже на виїзді з міста. До головних переваг закладу належить якісне обслуговування.. Серед додаткових послуг - доставка їжі, замовлення столиків, проведення свят, боулінг (рис. 2. 4.), супровід

живої музики, кальян, кінозал та при замовлені VIP – залу можна замовити дитячу ігрову кімнату. В головному залі (рис. 2. 5.) – 48 посадочних місць, VIP-зала на –18 місць і найбільша зала де можливо проводити випускні, весілля, хрестини на 150 посадочних місць; тераса на 28 місць (рис. 2.6.)



Рис. 2.3. Зовнішній вигляд ресторану «Freedom»

*Джерело: (Васько Д.)

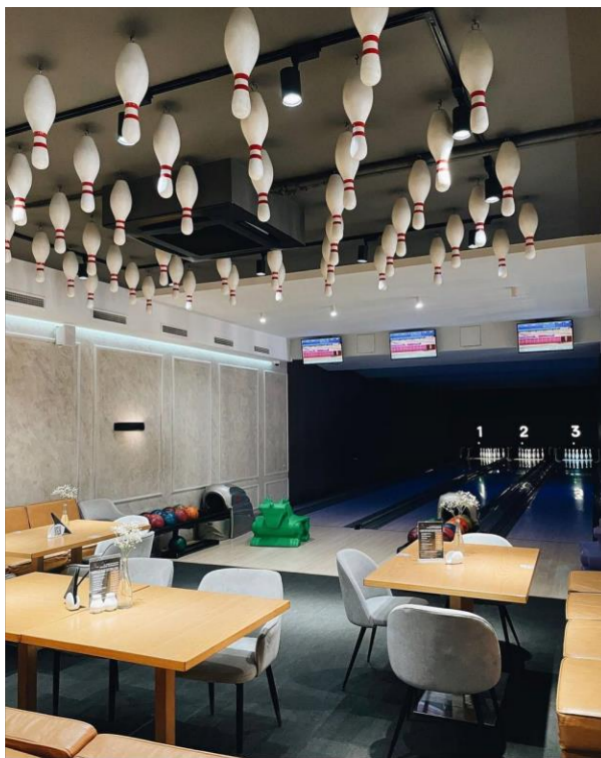


Рис.2.4. Зона для гри в боулінг

*Джерело: (Васько Д.)

Тут представлена кухня народів світу, яку можуть скуштувати як мешканці міста так і туристи. Споживачі оцінюють заклад на 4,2 бали з 5 (оцінка на офіційному веб-сайті закладу).



Рис. 2.5. Зал ресторану «Freedom»

*Джерело: (Васько Д.)



Рис. 2.6. Тераса закладу «Freedom»

*Джерело: (Васько Д.)

Ресторан «*Сонячна гора*» (рис.2.7.) знаходиться по вул. Копанській 224. Сильною стороною в його росташуванні є гарний краєвид, який відкривається з вікон для відвідувачів. З іншого боку, недоліком є віддаленість від центру.



Рис.2.7. Зовнішній вигляд ресторану «Сонячна гора»

*Джерело: (Васько Д.)

Цей заклад має тільки 1 зал на 40 посадочних місць. Враховуючи розташування ресторану, його основними послугами є надання сніданків для гостей готелю та проведення бенкетів. До додаткових послуг відноситься доставка їжі, кальян, бронювання столів.

«Сонячна гора» представляє грузинську кухню. Його можуть відвідувати як мешканці міста, так і туристи.

На одній території з закладом розташовується готель, таким чином відпочиваючі можуть харчуватись у ресторані. Ціни у закладі розраховані на середній клас. Обслуговування якісне. Оцінка, виставлена відвідувачами на офіційному сайті закладу – 4,3 бали з 5, але на мою думку, як споживача, ця оцінка не відповідає реальному стану обслуговування: обслуговують надто повільно, навіть якщо в залі лише два гостя, низька смакова якість страв.

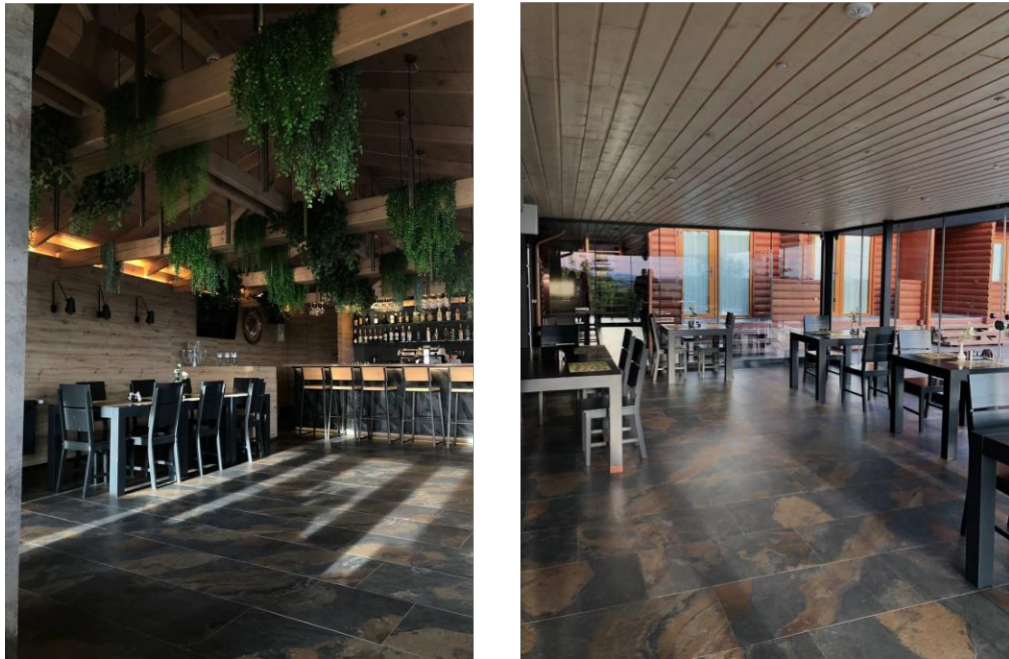


Рис.2.8. Зал ресторану «Сонячна гора»

*Джерело: (Васько Д.)

Ресторан «*Ташкент*» (рис.2.9.) розташований по вул. Копанській 293б, за містом по трасі М23, що з'єднує м.Берегове та м.Хуст, біля санаторію «Теплиця».

Заклад представляє узбецьку кухню. Внутрішнє оздоблення закладу нагадує узбецькі народні мотиви, що проявляється і в його зонуванні. Так, в основному залі є 24 посадочних

місця; також є 6 тапчанів по 6 осіб у кожному; 6 веранд по 6 осіб; 4 VIP-кабінки на 6 осіб кожна і 1 VIP-кабіна на 12 осіб. Для особливих та урочистих подій ресторан надає бенкетний зал на 70 осіб.

До переваг ресторану належить якісне обслуговування, До додаткових послуг відноситься доставка їжі, бронювання столів, бронювання VIP-кабін, тапчанів, кальян, проведення свят,.

Ресторан розрахований на мешканців міста та туристів, які відпочивають у санаторії «Теплиця». Відвідувачі оцінюють цей ресторан на 4,2 бали з 5 можливих.

В грудні 2022 року «Ташкент» зачинили на період зими через недостатню відвідуваність, тому що в місті відкрилися нові заклади, які знаходяться ближче до центру та туристичних потоків. З 03.05.2023 заклад знову функціонував, але не для повсякденного відвідування, а тільки на бенкети. У 2024 році він знову призупинив свою діяльність.



Рис.2.9. Вхід в ресторан «Ташкент»

*Джерело: (<https://cutt.ly/NwABCZ67>).

Ресторан «*Impresso*» (рис.2.10.) знаходиться по вул. Станційна 68, майже в центрі міста, тому має багато відвідувачів.



Рис.2.10. Зовнішній вигляд ресторану

*Джерело: (Васько Д.)

Заклад має 4 зали та терасу. В головному залі 26 (рис. 2.11.) посадочних місць, у першому VIP залі – 20 місць (рис.2.12.), в другому – 10 і в третьому можуть розміститися до 8 –10 осіб. Також «Impresso» має терасу на 18 посадочних місць (рис. 2.13.)



Рис. 2.11. Головна зала ресторану «Impresso»

*Джерело: (Васько Д.)



Рис. 2.12. Бенкетна зала до 20 осіб

*Джерело: (<https://cutt.ly/SwAB8TrK>).



Рис. 2.13. Тераса та дитячий куточок закладу

*Джерело: (Васько Д.)

До основних послуг належить надання сніданків, комплексних обідів з понеділка по п'ятницю, правильне харчування, обслуговування бенкетів, фуршети, кейтерінг. До додаткових – доставка їжі, бронювання столів та залів, ігровий куточок для дітей. З січня 2024 р. заклад увів інновації – надав можливість придбати подарункові сертифікати на суму 1000, 2000, 5000 грн..

Після ремонту в закладі, який відбувався з 15 жовтня по 17 грудня 2023 р., власники почали проводити «Вечори саксофону» та один раз «Вечір мафії». Під час ремонту, підприємство працювало на доставку.

Ресторан представляє українську кухню. Розрахований більше на місцевих жителів. Заклад є бюджетним варіантом, так як ціни тут не є високими, але обслуговування якісне. Оцінка відвідувачів на офіційному веб-сайті 4,5 бали з 5.

Досить популярними в м. Виноградів є ресторани «Vyngrad», «Paprika», «Пузатий Шеф». Ресторан «*Vyngrad*» (рис. 2.14.) розташований по вул. Комунальній 8А, далеко від центру. Має 3 зали та терасу. Головна зала вміщує до 70 осіб (рис. 2.15.), на другому поверсі зала-тераса (вмісткість до 40 чоловік)(рис. 2.16.), відчинена як в холодну пору року так і в теплу . VIP-зала вміщує до 40 осіб, а тераса яка знаходиться на дворі має 30 посадочних місць.

До основних послуг належить надання сніданків та бізнес ланчів, проведення різних заходів. До додаткових послуг належить доставка їжі, кальяни, бронювання столів і залів. Власники закладу добре дбають про розвиток закладу, тому завжди влаштовують цікаві вечори, наприклад: вечір живої музики, святкування Дня Народження закладу, пивний фестиваль, день молодого вина «Божоле», Італійський вечір, розіграш новорічного боксу, святкування дня закоханих. Кухня ресторану різна, присутні страви народів світу, так українські та закарпатські. Розрахований як на туристів, так і на місцевих. Споживачі високо оцінюють заклад: він має 4, 7 балів з 5.



Рис. 2.14. Зовнішній вигляд ресторану «Vynograd»

*Джерело: (Васько Д.)

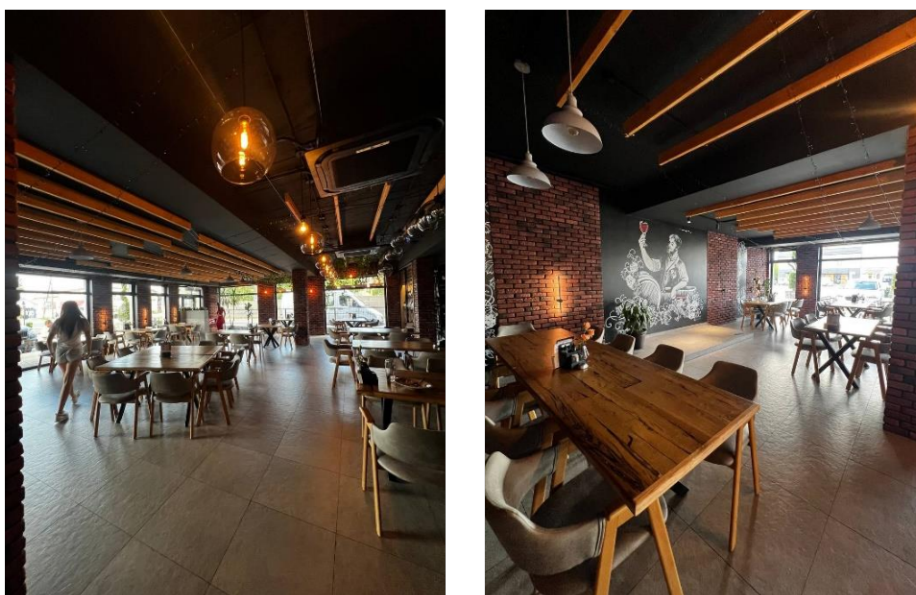


Рис. 2.15. Головна зала ресторану «Vynograd»

*Джерело: (Васько Д.)



Рис. 2.16. Зала-тераса закладу «Vyngrad»

*Джерело: (Васько Д.)

Ресторан **«Пузатий Шеф»** (рис. 2.17.) знаходиться на вул. Комунальна 21Б. В ресторані є 3 зали та тераса. Бенкетна зала – до 150 місць, Синя бенкетна зала – до 50 місць, головна зала – 28 (рис. 2.18.) та тераса – 40 місць (рис.2.19.). Крім послуг харчування заклад пропонує організацію весіль, днів народжень, хрестин, гендер паті, дівич вечорів та багато іншого. З додаткових послуг: працює доставка, бронювання столиків та залів, організація виїзного кейтерингу, фуршетів, є дитячий майданчик (рис.2.20.). Кухня тут змішана, представлені закарпатські страви, українські, грузинські, італійські, японські, також в меню присутні пісна та вегетаріанська кухня.

З часу відкриття проводили різні заходи: концертний військовий оркестр, презентація відеокліпу Роберта Тіводора, вечір музики, концерт «Marina&company», Lemon party, концерт «Просто неба», творчий вечір танцювального колективу м. Виноградів, музика-кіно Агнети Греценко та групи Jamn, та багато іншого. Також робили благодійну акцію, де збирали бляшані банки та обмінювали на пузату гривню, після чого, відвідувачі мали змогу обміняти ці гривні на якусь страву із закладу, а бляшані банки збирали на виробництво окопних свічок. Під час новорічних свят, на території проходила ярмарка, та була резиденція Санти для дітей. Так як над закладом власники мають готель, то ресторан розрахований і на туристів, і на місцевих жителів. Оцінка споживачів на офіційному веб-сайті закладу 4, 7 бали з 5.



Рис. 2.17. Зовнішній вигляд ресторану «Пузатий Шеф»

*Джерело: (Васько Д.)

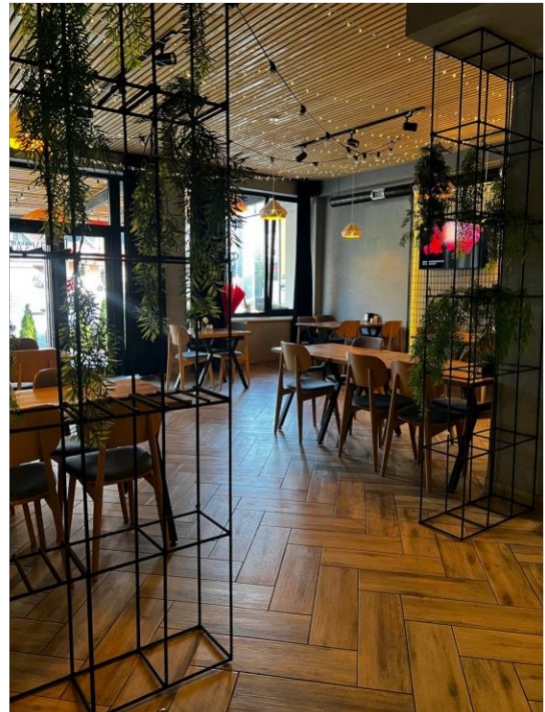


Рис. 2.18. Головна зала ресторану «Пузатий Шеф»

*Джерело: (Васько Д.)



Рис.2.19. Тераса ресторану «Пузатий Шеф»

*Джерело: (Васько Д.)

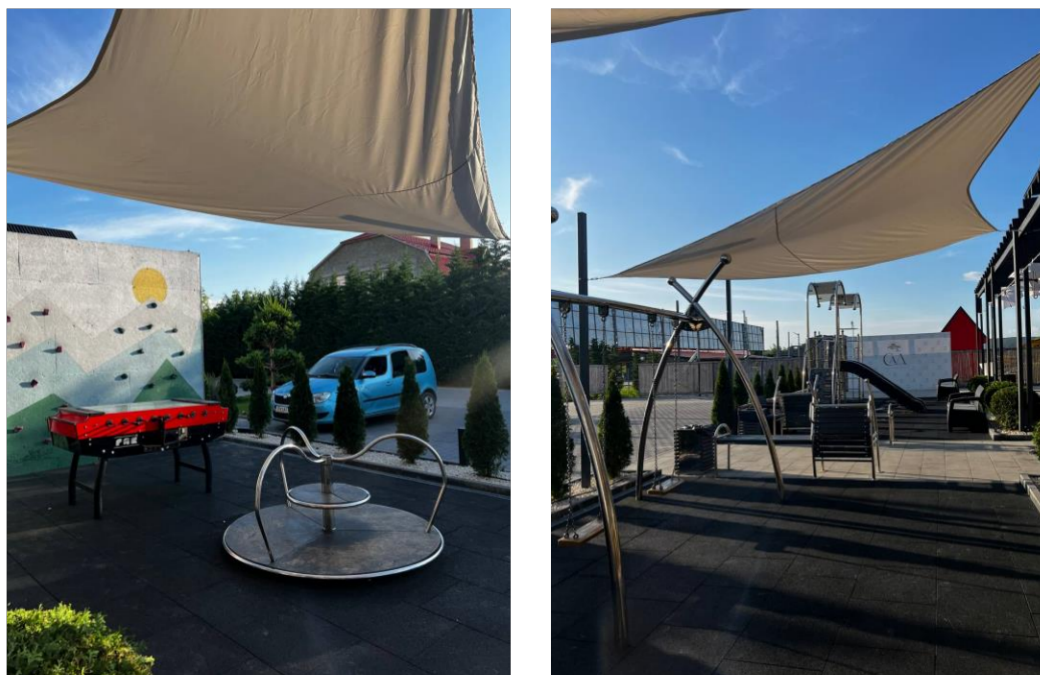


Рис. 2.20. Дитячий майданчик ресторану «Пузатий Шеф»

*Джерело: (Васько Д.)

Ресторан «*Paprika*» (рис. 2.21.) – це сімейне кафе, яке пропонує дуже смачну європейську та закарпатську кухню, страви на мангалі. Розміщений заклад на вул. Комунальна 14. Ресторан має залу на 27 місць (рис. 2.23) та терасу, яка працює і влітку, і взимку, на 33 місця (рис. 2.22.) Серед додаткових послуг: організація невеликих свят, доставка їжі, розіграші з нагоди Дня Народження кафе, святкова вечерея в честь Нового Року, святкування «День закоханих» зі стравами, яких нема в меню, та 8 Березня з особливим меню від шефа. Оцінка споживачів – 4,8 бали.



Рис. 2.21. Зовнішній вигляд закладу «Paprika»

*Джерело: (Васько Д.)



Рис. 2.22. Тераса закладу «Pargika»

*Джерело: (Васько Д.)



Рис. 2.23. Зал закладу «Pargika»

*Джерело: (Васько Д.)

Отже, цікаво зазначити, що всі ці заклади розташовані на одній вулиці. Незважаючи на близьке сусідство, конкуренції між ними не відчувається, адже кожен з них пропонує унікальну кухню і розраховані на свого цільового споживача. Ресторани «Vyngrad» і «Раргіка» мають спільних власників, але при цьому їхні меню кардинально відрізняються. Це свідчить про прагнення власників до різноманітності та задоволення потреб максимально широкої аудиторії. Влітку 2023 року, ресторанам «Пузатий Шеф» та «Раргіка» не завадила конкуренція навіть об'єднатися для проведення спільного благодійного заходу з Дня дітей. Цей факт підкреслює атмосферу співпраці та взаємоповаги, яка панує між закладами.

2.2. Порівняльний аналіз продуктової та цінової політик ЗРГ м. Виноградів

Щоб бути успішним, підприємство має пропонувати своїм клієнтам те, що їм дійсно потрібно. З цієї причини важливо чітко розуміти їхні потреби та вподобання. Для цього проводяться маркетингові дослідження. Ці дослідження допомагають виявити товари, що користуються найбільшим попитом, і сформувати оптимальний асортимент, який відповідає очікуванням цільової аудиторії та максимізує прибуток. (Бардаш М.С., Хоменко О.І., 2016).

Як стверджують Б. Берман та Дж. Еванс, асортиментна політика – це стратегія, що визначає перелік товарів, які підприємство виробляє та продає. Вона ґрунтується на комплексному аналізі власних можливостей, ресурсів постачальників та партнерів, а також на ретельному вивченні потреб ринку, динаміки цін, сезонних коливань попиту та кон'юнктури (<https://cutt.ly/ueqdkRIx>).

З цією метою ми проаналізували асортимент ресторанних закладів м. Виноградів. Їхня продуктова пропозиція представлена комплексними обідами, обслуговуванням індивідуальних гостей та сімейних свят. Кожен з чотирьох ресторанів має свою пропозицію, і вони не є конкурентами одне одному. Так, «Сонячна гора» пропонує грузинську кухню, «Ташкент» узбецьку кухню, «Freedom» кухня народів світу та «Impresso» українську кухню. Комплексні обіди є тільки в ресторані «Impresso».

Але, незважаючи на заявлену концепцію закладу, вони дозволяють собі відходити від тематичної кухні, і тому мають дещо спільне. Наприклад, грецький салат є у двох ресторанах, так само, як і тарілка м'ясних делікатесів та інше. Це пояснюється попитом відвідувачів ресторану.

«Сонячна гора» – ресторан грузинської кухні, тому на першому місці в його асортименті – хачапурі, люля кебаб, хінкалі, грузинські супи. Але в меню також присутня піца, хоча вона належить до італійської кухні.

Так само ресторан «Ташкент» позиціонував себе як заклад узбецької кухні, але мав страви й української кухні та європейської.

Страви грузинської та узбецької кухні розраховані на місцевого споживача, тоді як українські (закарпатські) – на туристів.

Ще в асортименті закладів зазвичай є фірмова страва, яка є лише в цьому ресторані. Наприклад, у ресторані «Ташкент» був лаваш «Ташкент» і салат «Ташкент». Так само в ресторані «Impresso» є піца «Impresso». Два інші заклади фірмові страви своїм відвідувачам не пропонують.

Асортимент закладів досліджувався протягом 2021-2024 років. Цікаво, що в меню «Freedom» та «Impresso» з'явилися нові страви, тоді як ресторан «Сонячна гора» щороку пропонує новий асортимент – у 2022 році в них була японська кухня, 2023 року італійська кухня, 2024 року грузинська кухня. Це досить цікавий факт, оскільки виходить за рамки традиційної продуктової політики закладів ресторанного господарства, яка полягає в дотримання принципів сезонності в меню та вилучення страв, які найменше користуються попитом і не передбачає повної заміни асортименту закладу.

Кожен із досліджуваних закладів ресторанного господарства м. Виноградів має хорошу кухню, про що свідчать відгуки відвідувачів на офіційних сайтах закладу та їхніх сторінках у соцмережах.

Щодо напоїв у ресторані «Freedom» та «Ташкент» є окреме меню з напоями та карта вин, в «Impresso» таке меню відсутнє. «Сонячна гора» має тільки електронне меню, яке можна подивитися через QR-код і там можна побачити розділ з асортиментом вин, віскі, горілки, лікерів, коньяку та інших алкогольних та безалкогольних напоїв. Широкий асортимент напоїв, представлений у цих закладах, задовольнить будь-які смакові вподобання, адже тут можна знайти як алкогольні, так і безалкогольні напої, а також коктейлі, які в кожному закладі майже не повторюються.

Цінова політика 4 розглянутих нами ресторанів полягає в дотриманні такого методу ціноутворення, як націнка. Найбільшу динаміку цін продемонстрував ресторан «Impresso», тому що він проводить активну цінову політику (див. Додаток А). Проаналізувавши ціни протягом осені, зими та весни було вираховано середнє арифметичне і встановлено, що в

середньому ціни зросли на 19 %, не враховуючи нові позиції в меню. Проте, це незначне підняття, з урахуванням того, що за даними Міністерства фінансів України індекс інфляції (індекс споживчих цін) на продукти харчування за минулий рік склав 5,1%, а за цей рік поки що 1,2% (Індекс інфляції в Україні. <https://cutt.ly/e6cosN0>).

Спостерігається суттєве подорожчання, більш ніж на 19% вище середнього рівня, ціни збільшилися на салати, перші страви, основні страви, страви з риби, страви на грилі, на весь асортимент гарніру, холодні закуски, пасти, страви на компанію, гарячі закуски та десерти. Ціни не зросли лише на грецький салат, стейк з телятини (Рібай) та лаваш сирний. Як бачимо, це страви з овочів, риби, м'ясо та мучні вироби.

Причини підвищення цін можуть бути пов'язані зі збільшення вартості продуктів, які використовуються для приготування страв, зміною курсу валют, зростанням попиту на товар, політичну нестабільність в країні. У 2023 році споживча інфляція в річному вимірі становила 5,1% після стрибка до 26,6% в 2022 р., а в 2024 році очікується, що інфляція в Україні становитиме від 9,5% до 8,6% (<https://cutt.ly/yeqnOhex>). Це означає, що в минулому році кожен четвертий громадянин країни змушений був відмовити собі в товарах та послугах, до яких він звик. У цьому році ситуація повинна покращитися: якась кількість споживачів може повернутися до ресторанів, якщо ті грамотно вибудують свою цінову політику.

Ціни в досліджуваному ресторані зросли в грудні 2023 року, як це постійно було на період різдвяно-новорічних свят. Але це зростання було очікувано, так як за спостереженнями ресторани на свята підіймають ціни і на даний момент ціни залишилися незмінними.

Як бачимо, успішною стала практика введення комплексних обідів у ресторані «Impresso». Ціна такого обіду 200 грн. Розрахована ця послуга на споживачів бізнес класу. Послуга «комплексний обід» не дає можливості обирати, яка страва буде на перше, друге і десерт. Але вона забезпечує швидкість обслуговування, що дуже цінується споживачами під час обідньої перерви.

Розглянемо рівень доступності послуги пересічному мешканцю. Мінімальна зарплата в Україні станом з 01.04.2024 – 8000 грн (<https://cutt.ly/oeqnSPGR>). Якщо в середньому людина працює 20 днів в місяць і комплексний обід по ціні 200 грн замовляє лише в робочі дні, то 4000 грн. в місяць витрачається лише на один прийом їжі. Отже, ця послуга не розрахована на людей з мінімальною зарплатою.

Середня зарплата по Україні в минулий рік становила 17 442 грн проти 14 859 грн у 2022-му, (<https://cutt.ly/YeqnHnBN>), а середня зарплата на Закарпатті станом на січень 2022

12.115 грн, (<https://cutt.ly/36xI0mt>) виходячи з цих даних можемо припустити, що маючи цю зарплату представники середнього класу є основними споживачами даної послуги. Для споживачів бізнес класу, головним є не те, скільки він заплатить, а щоб це було зроблено швидко, якісно та смачно.

Розглянемо, як пропозиція комплексних обідів впливає на прибутковість закладу. До прикладу візьмемо 1 варіант комплексного обіду (ціна – 200 грн.), в його складі – домашній курячий бульйон, гірос тал з картоплею та куркою, млинці з творогом. Ці ж страви, замовлені окремо, по меню, коштуватимуть дорожче: 299 грн. Зрозуміло, що зменшення ціни на 99 грн. дозволяє збільшити кількість відвідувачів, але в той же час дозволяє отримати і стабільний прибуток закладу.

Отже, продуктивна політика в досліджуваних ресторанах має еклективний характер: в меню змішані страви різних кухонь, концепція закладів не витримуються, в якій частині вони конкурують один з одним. Їхня продуктова стратегія відрізняється: одні вносять мінімальні сезонні зміни в меню, інші змінюють асортимент повністю (що може відштовхнути лояльного споживача). Усі заклади орієнтуються одночасно і на туриста, і на місцевих мешканців, тобто цільова аудиторія не визначена.

Цінова політика закладів також має недоліки: вони орієнтуються на середній клас, і незважаючи на той факт, що підняття цін не було значним, зменшення кількості представників середнього класу, зниження платоспроможності населення негативно позначається на кількості відвідувачів.

2.3. Потреби споживачів послуг ЗРГ м. Виноградів.

В своєму дослідженні «Врахування потреб споживачів в діяльності підприємств сфери туризму» на прикладі ресторанів м. Виноградів, було розроблено анкету та опитано 103 споживача, з яких 81,6% складали жінки та 18,4% - чоловіки (рис.2.3.1).

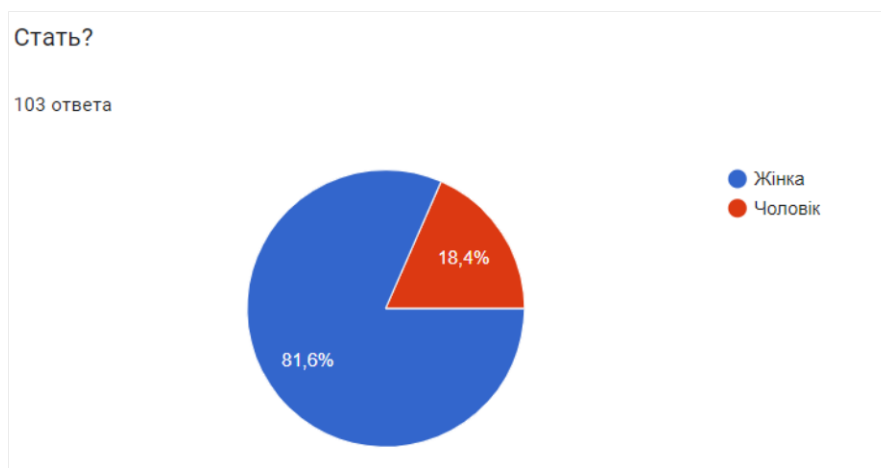


Рис.2.3.1. Стать опитуваних

*Джерело: автор

Найбільш активними респондентами (рис.2.3.2.) виявилися люди віком від 18 до 25 років (51,5%). Другою за чисельністю групою є люди віком від 15 до 18 років (11,7%). Третьою за чисельністю групою є люди віком від 25 до 35 років (15,5%). Четвертою групою є люди віком від 45 до 63 років (21,3%). Отже, найбільш активною групою виявилася молодь.

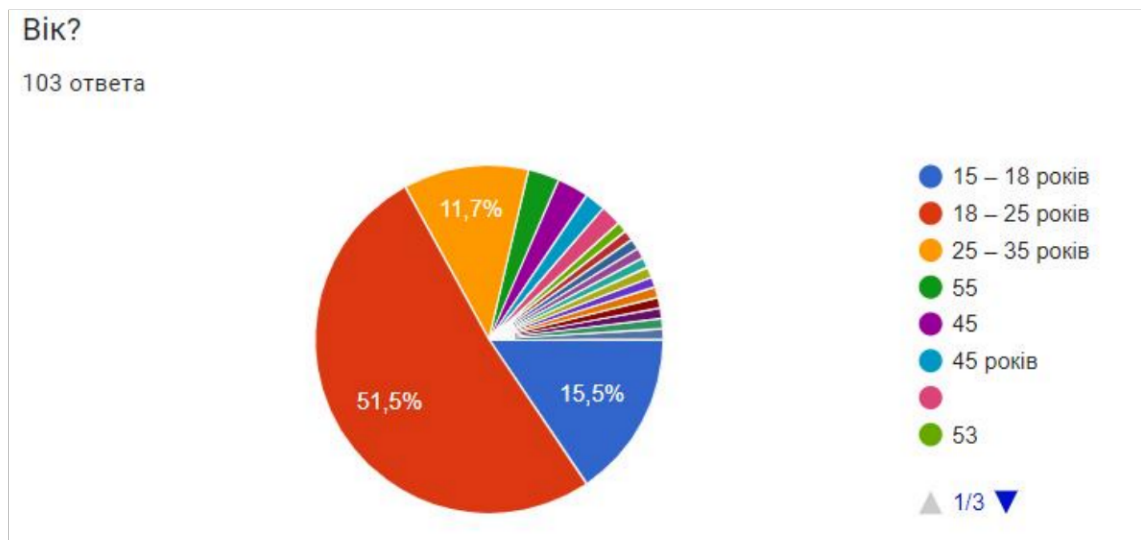


Рис.2.3.2. Вік опитуваних

*Джерело: автор

Серед учасників анкети більшість – це місцеві жителі міста Виноградів (28), але також були й учасники з інших міст, таких як: Міжгір'я (5), Берегово (3), Мукачево (2), Хуст (1), Ужгород (1), с. Олешник (1), с. Велика копаня (1), с. Дротинці (1), с. Королево (1), с. Підвиноградів (2), Прага (1), Литва (1), Верхній Лужок (1).

На діаграмі (рис.2.3.3.) ми можемо побачити розподіл людей за частотою відвідування ними закладів ресторанного господарства (ЗРГ). Найбільшою групою людей є ті, хто відвідують ці заклади декілька разів в місяць (32%). Другою за чисельністю групою є ті, хто відвідують заклади 1-2 рази на місяць (27,2%). Третьою за чисельністю групою є ті, хто відвідують ЗРГ один раз в тиждень (26,2%). 1,9% не відвідують їх взагалі, 1% майже кожен день, 1% один раз на 4-5 місяців, 1% один раз в рік, 1% один раз в місяць, 1% коли має змогу, 1% декілька разів на рік, 1% 1-2 рази в три місяці, 1% 1-2 рази в два/три місяці, 1% відпові іноді та 1% два/три рази в тиждень. Отже, половина анкетованих відвідують заклади ресторанного господарства 3-4 і більше разів на місяць. Це пояснюється тим фактом, що до закладів ресторанного господарства належать також кафе та кав'ярні, які є більш демократичними за ціною і користуються великою популярністю, особливо серед молоді.

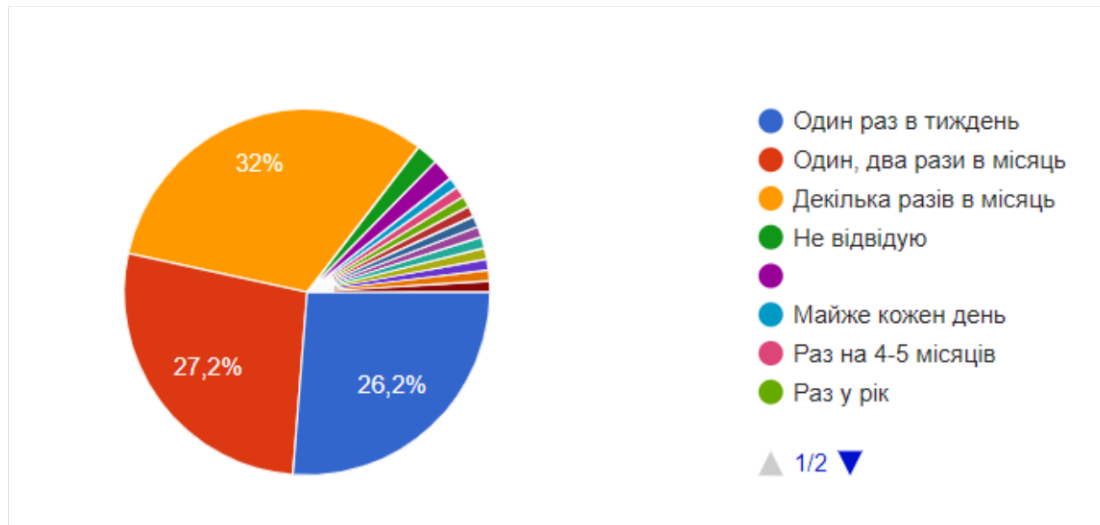


Рис. 2.3.3. Відвідуваність закладів ресторанного господарства

*Джерело: автор

Діаграма (рис.2.3.4.) показує розподіл людей за тим, з ким вони зазвичай відвідують заклади ресторанного господарства. Майже всі люди відвідують їх з кимось іншим, а не самотійно. (78,6%) відвідують ресторани з друзями, другою за чисельністю групою є ті, хто відвідує ресторани з сім'єю (41,7%). Інші відповіді: з хлопцем / дівчиною (1%), самотійно (1%), з друзями і з сім'єю (1%), поодинокі (1%), частіше самотійно, інколи з друзями (1%)

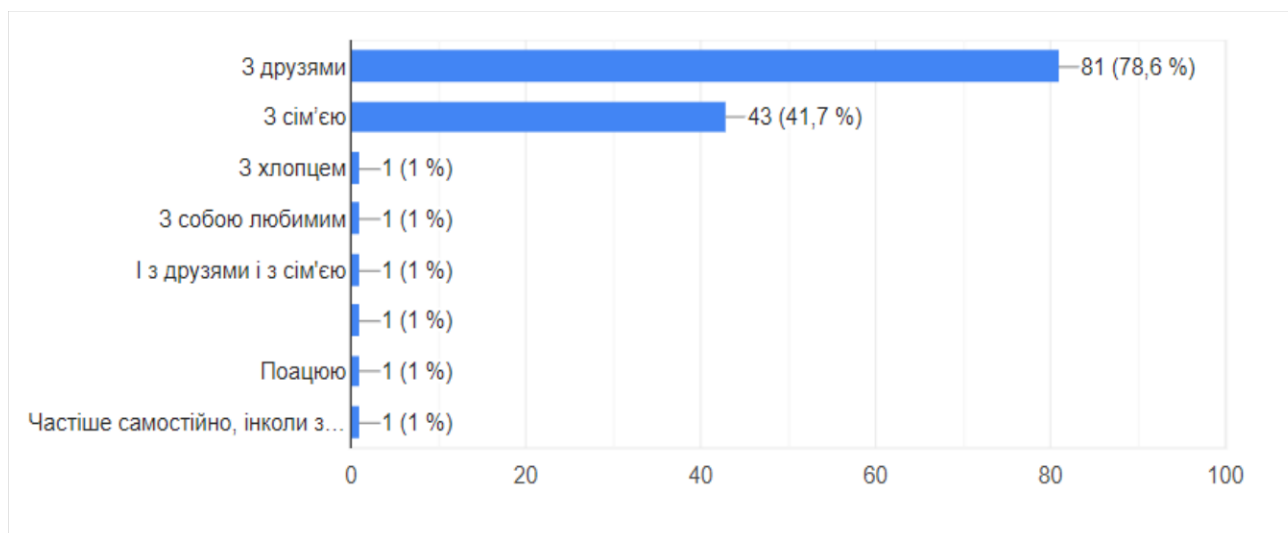


Рис.2.3.4. З ким відвідують ресторан

*Джерело: автор

Наступне питання було про те, з якою метою люди відвідують заклади ресторанного господарства (рис.2.3.5.). Більшість людей (82,5%) відвідують ресторани, щоб розслабитися та відпочити. Майже чверть людей (28,2%) відвідують ресторани, щоб спробувати нові страви або відсвяткувати сімейну подію. Дуже малий відсоток людей (1%) відвідують ресторани з робочих причин (зустріч з діловим партнером) або просто, щоб поїсти. Таким чином, менеджмент ресторану повинен забезпечити відповідну атмосферу – для розслаблення та відпочинку.

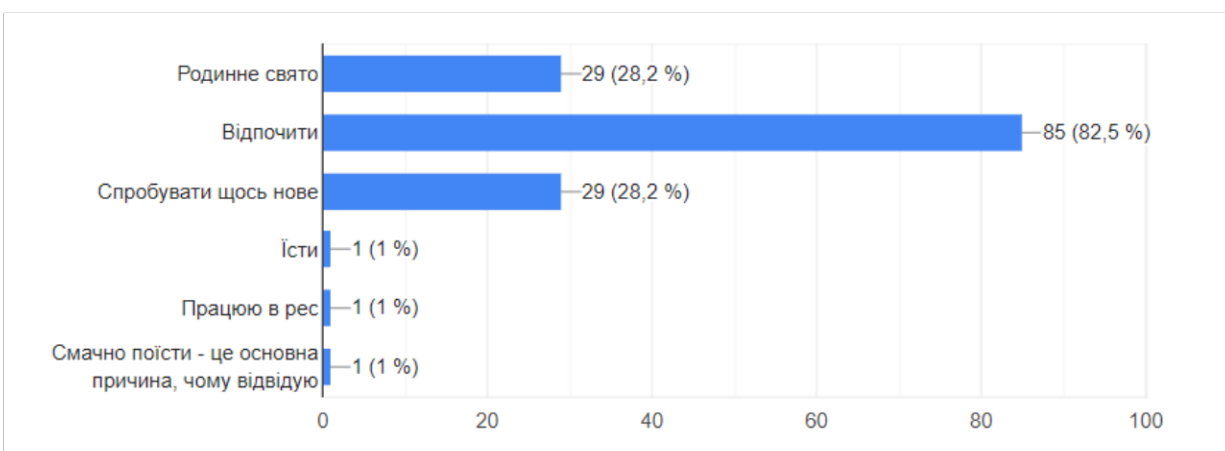


Рис. 2.3.5. Мета відвідування ресторанів

*Джерело: автор

На питання «Як ви обираєте ресторани?» діаграма (рис. 2.3.6.) показала відсоткову частку людей, які обирають ресторан, ґрунтуючись на різних факторах. Найбільш значущими факторами є рекомендації друзів (68,6%) та відгуки в Інтернеті (52,9%). Інші фактори, такі як дизайн, комфортність, реклама на радіо, бажання новизни відіграють значно меншу роль у виборі ресторану.

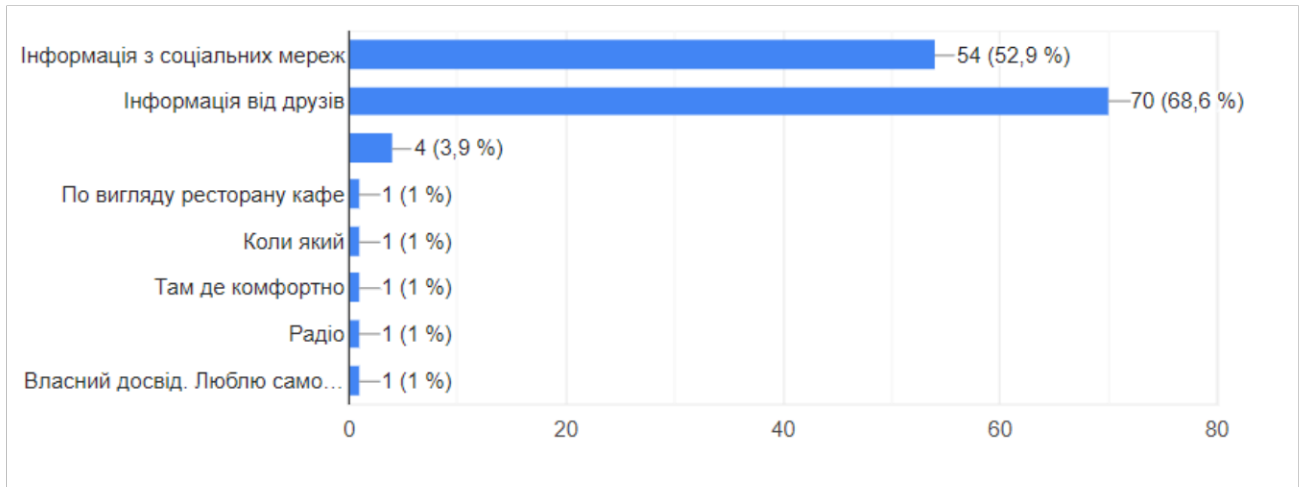


Рис.2.3.6. Як обирають ресторани

*Джерело: автор

В анкеті досліджувала, які зовнішні фактори впливають на вибір ресторану, такі як: вивіски, паркінг, безпека, чистота та привабливість закладу. Згідно з результатами дослідження (рис.2.3.7.), учасники найвище оцінили чистоту, привабливість закладу та безпеку. Найменш важливими факторами є вивіски та паркінг. Ці відповіді збігаються з дослідженням яке проводили Хескетт, Джонс, Лавман, Сассер та Шлезінгер (<https://cutt.ly/Kw9KjRJp>).

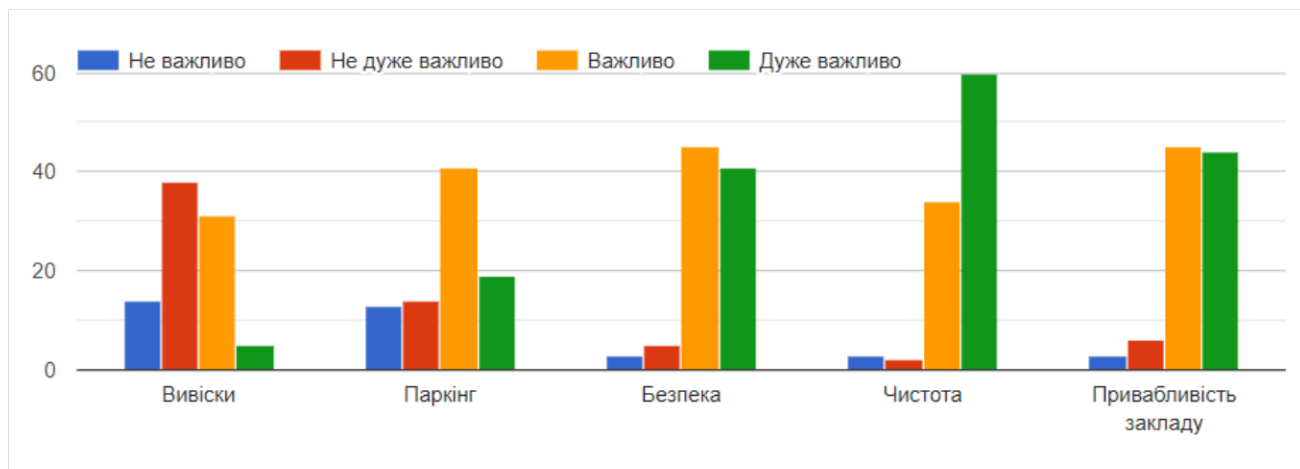


Рис.2.3.7. Зовнішні фактори, що впливають на вибір ресторану

*Джерело: автор

Згідно з діаграмою (рис.2.3.8.), найважливішими внутрішніми факторами при виборі ресторану є: чистота в зоні прийому їжі, чистота санвузла та атмосфера закладу. Найменш важливими факторами є: зручність меблів, освітлення, дизайн інтер'єру. Ці фактори також співпадають з дослідженням Хаскета (<https://cutt.ly/Kw9KjRJp>).

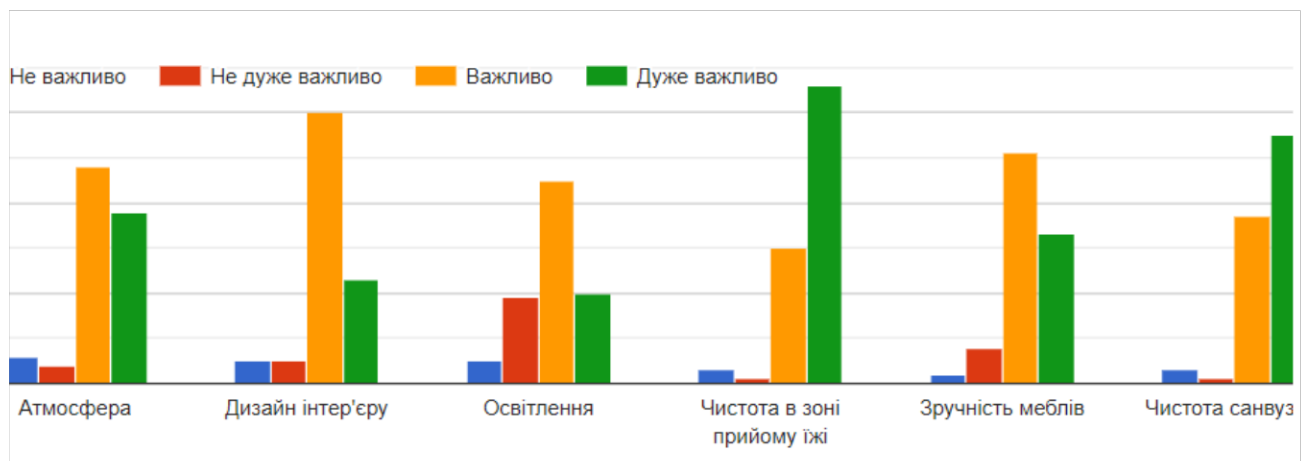


Рис.2.3.8. Внутрішні фактори, що впливають на вибір закладів ресторанного господарства

*Джерело: автор

Найважливішими факторами під час обслуговування є (рис.2.3.9.): привітність (83,5%), швидкість обслуговування (74,8%), професіоналізм (68,9%). Найменш важливими факторами є: обробка спеціальних замовлень (10,7%) знання меню (37,9%), коректність замовлення (35,9%), подача страв (41,7%), різноманітність меню (42,7%). Отже, як бачимо, проанкетовані не надто вибагливі на рахунок різноманітності меню, значно більше звертають увагу на привітність персоналу та швидкість обслуговування.

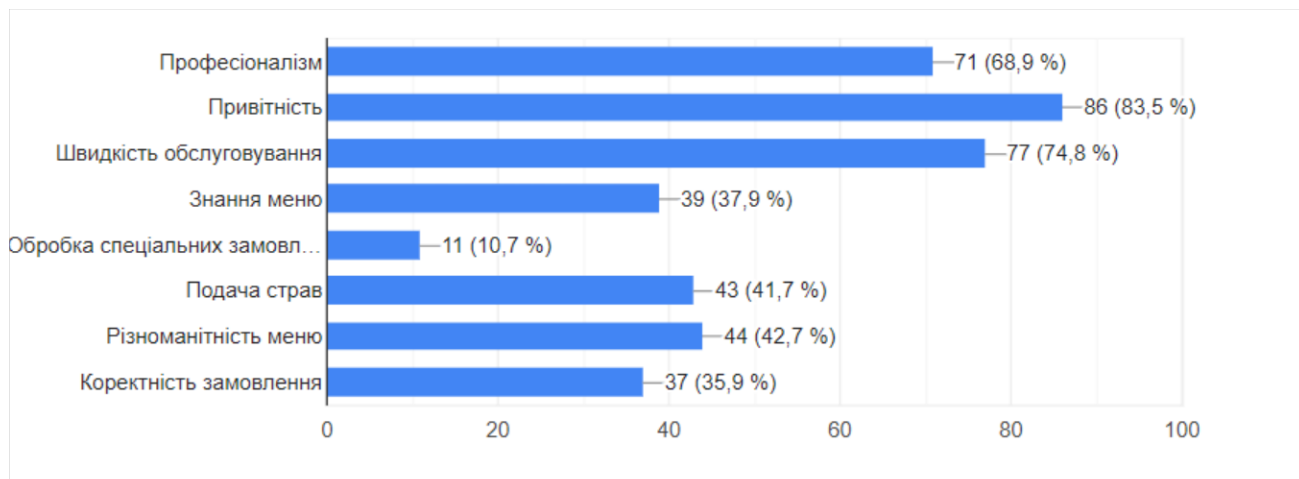


Рис. 2.3.9. Важливі фактори під час обслуговування

*Джерело: автор

Діаграма «Наскільки для вас важлива ціна?» (рис.2.3.10.) є добре виконаним візуальним представленням даних про те, наскільки важлива ціна для людей при прийнятті рішення про покупку. В цій діаграмі добре видно, що для 6,8% опитаних є дуже важлива ціна, для 37,9% - досить важлива, 38,8% - середньо важлива та для 16,5% не має значення. Отже, для більшої половини (близько 84%) відвідувачів важливо, яку цінову політику проводить заклад.

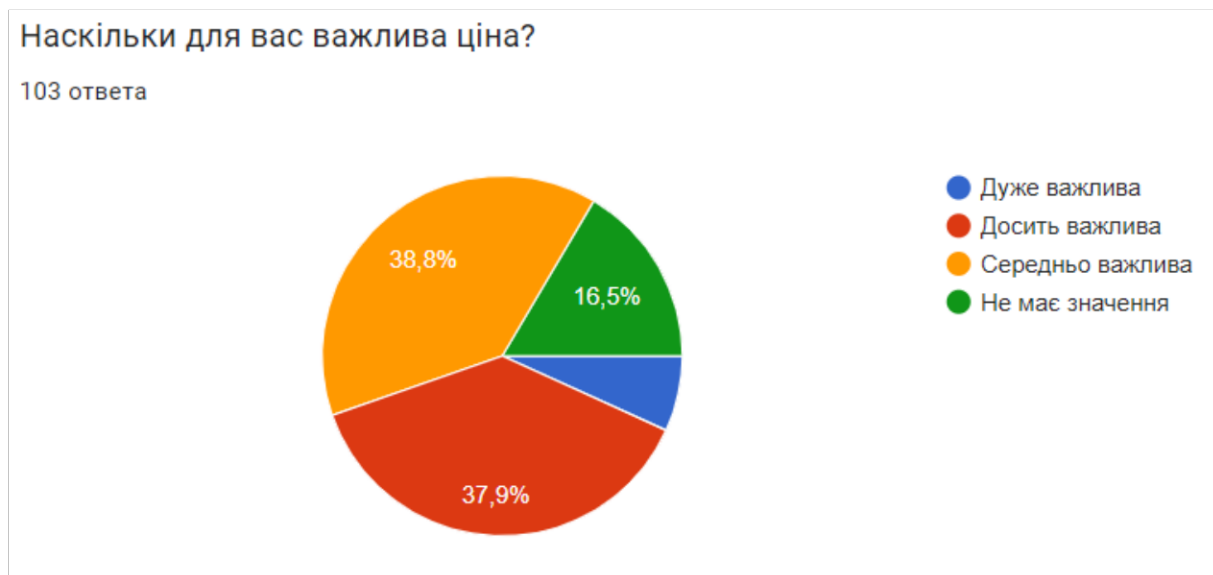


Рис. 2.3.10 Важливість ціни

*Джерело: автор

Згідно з діаграмою, (рис.2.3.11.) «Freedom» є найпопулярнішим закладом ресторанного господарства в м. Виноградів. Більшість респондентів (83,3%) відвідали цей заклад. Серед інших популярних закладів ресторанного господарства – «Impresso» (58,8%), «Сонячна гора» (42,2%). Також популярністю користуються ресторани «Vyngrad», «Паприка», «Пузатий Шеф». Не так багато згадували за «Сальве», «Парус», «Оазис», «Еліза», «Square», «Fontan», «Kryla», «Готель Виноградів».

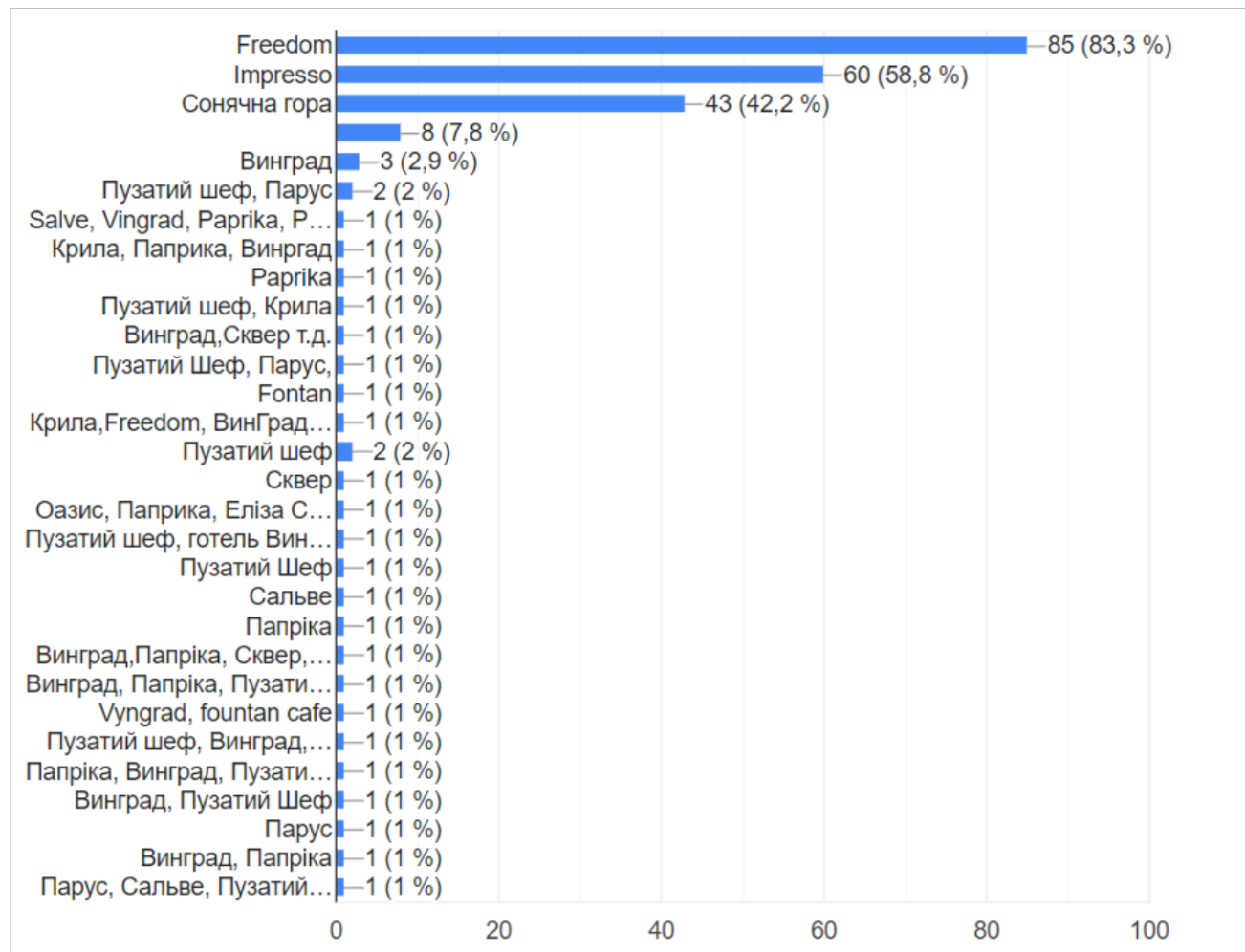


Рис. 2.3.11. Які заклади ресторанного господарства в м. Виноградів відвідували

*Джерело: автор

В дослідженні було питання «Які ресторани Виноградова ви порекомендували б друзям, знайомим?», тож на Рисунку 2.3.12 можна побачити, що «Freedom» (83,3%), «Impresso» (58,8%), «Сонячна гора» (42,2%), «Vyngrad», «Паприка», «Пузатий Шеф» найбільш рекомендовані серед закладів міста Виноградів.

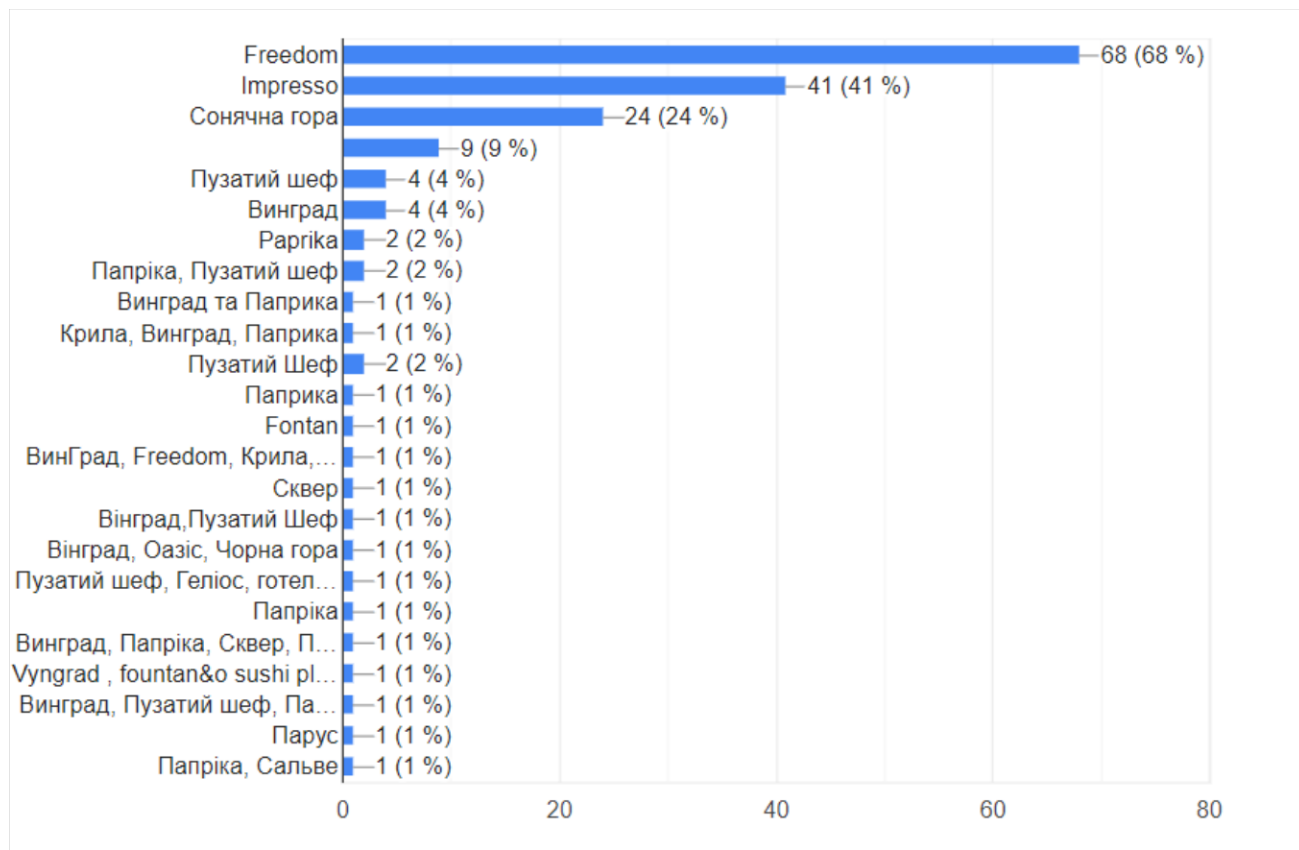


Рис. 2.3.12 Рекомендовані рестораи м. Виноградів

*Джерело: автор

Споживання їжі – це, безсумнівно, фундаментальна потреба людини. Проте, коли мова йде про обслуговування людей, йдеться не просто про втамування голоду. Необхідно враховувати очікування споживачів щодо асортименту та смакових якостей їжі, рівня сервісу та атмосфери закладу.

Потреби клієнтів різняться залежно від їхніх особистих характеристик (до якої цільової аудиторії вони належать) та зовнішніх обставин: регіону розташування закладу, політичної та економічної ситуації, а також модних тенденцій у сфері харчування.

Підсумовуючи результати проведеного анкетування та публікації інших дослідників, визнаємо, що серед зовнішніх факторів, що впливають на вибір ресторану найбільше називають наступні чистота, привабливість та безпека. Це базові потреби людини, які мають суттєвий вплив на її сприйняття будь-якого місця. Ці фактори не залежать від культурних особливостей, тому їх вплив на вибір ресторану буде схожим у різних країнах та регіонах, тому дані проведеного опитування не відрізняються від результатів інших авторів.

Також подібними виявилися внутрішні фактори, які впливають на вибір споживачем закладу ресторанного господарства: відвідувачі найбільше цінують чистоту в зоні прийому їжі, чистоту санвузла та приємну атмосферу. Приємна атмосфера сприяє задоволенню від прийому їжі та позитивному враженню від візиту в ресторан. Викликає сумнів відсутність серед цих факторів такого показника, як зручність меблів, адже зручні меблі дозволяють відчувати себе більш комфортно.. Важливим є також освітлення та дизайн інтер'єру. У наш час, коли перебої з електропостачанням стали будденістю, заклади чудово справляються з цією проблемою, використовуючи свічки на столах або генератори.

Відповіді, отримані на питання «Які важливі фактори під час обслуговування?» також не відрізняються від результатів досліджень інших науковців. Дані проведеного опитування показують, що пріоритетними факторами для відвідувачів ресторанів є професіоналізм, привітність та швидкість обслуговування. В дослідженні Хаскета та інших авторів акцентується увага на привітності, знанні меню, правильно записаних деталях замовлення, а також час очікування. Якісне обслуговування стимулює повернення гостей та створює позитивне враження про заклад. Варто було б додати важливість знання меню, адже це полегчить поради та рекомендації щодо вибору страв. Персонал ресторану має бути уважним до можливих харчових алергій відвідувачів. Нехтування цим питанням може призвести до серйозних проблем зі здоров'ям та погіршити репутацію закладу.

Подібним виявилось ставлення опитаних і до питання ціни за надані послуги. Відвідувачам важлива цінова політика закладу. Люди часто порівнюють ціну в одному ресторані з цінами в інших подібних закладах. Якщо цінова політика здається не вигідною, відвідувачі, ймовірно оберуть інший ресторан. Рівень цін може створювати певні очікування щодо якості їжі та обслуговування. Значна кількість людей готові платити більше за їжу в ресторанах, які пропонують екологічно чисті продукти або ексклюзивні враження.

Отже, ми встановили, що потреби споживачів послуг харчування в ресторанах м.Виноградів загалом не відрізняються від споживачів у інших країнах світу. Вони цінують професіоналізм, привітність та швидкість обслуговування офіціантів. Віддають переваги чистим, привабливим та безпечним закладам, які рекомендують друзі та соціальні мережі.

Але також є і певні особливості, для більшої частини опитаних є важлива цінова політика закладу, та найбільшою групою серед відвідувачів є ті, які відвідують заклади декілька разів в місяць, щоб розслабитися та відпочити.

РОЗДІЛ III.

ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА М. ВІНОГРАДІВ.

За період проведення дослідження (2021 – 2024 рр.) ситуація в закладах ресторанного господарства країни суттєво змінилася. Дослідження почалося в період пандемії і продовжилося під час посилення російської агресії.

Зазначимо, що через військові дії в Україні не всі заклади витримали економічну кризу, відсутність туристів, тому вирішили зачинити свій бізнес. Ситуація в Закарпатській області виглядає значно краще, адже регіон є одним з найбільш безпечних у країні, що приваблює значну кількість внутрішніх туристів.

Серед досліджуваних закладів лише один (ресторан «Ташкент») призупинив свою роботу: вони потерпіли значні збитки під час пандемії, і через зниження рівня відвідуваності в грудні 2022 року закрили заклад на зимовий період. На початку 2024 року, власники вирішили зовсім зачинити ресторан, через відсутність клієнтів. Можливо, це пов'язано з місцем розташування закладу: при збільшенні кількості нових закладів у центрі міста, цей заклад поступово втратив популярність.

Очевидно, що українці переживають непростий емоційний період. Зменшення відвідуваності зумовлено зокрема тривожним станом людей і це треба брати до уваги. Побільше проводити благодійних заходів, котрі водночас об'єднують похід до ресторану і добру справу.

Відповідно до результатів анкетування розроблено наступні рекомендації:

Ресторан «Сонячна гора» має непогане грузинське меню, порекомендувала б додати в меню якісь грузинські десерти або десерти, які найбільш популярні, так як ця позиція зовсім відсутня. Час від часу вони могли б проводити дегустації грузинських вин. Ціни варіюються так, що і туристи, і місцеві мешканці можуть собі дозволити відвідати цей заклад, особливо з урахуванням обмеженої кількості грузинської кухні у місті. Для гостей важливою є висока якість обслуговування і швидкість, яку, на жаль, не демонструє персонал ресторану, над чим потрібно працювати менеджерам. Щодо додаткових послуг, «Сонячна гора» має дуже вдалу геолокацію (заворожуючі краєвиди на місто), тому є чудовим місцем для відпочинку. Якщо поставити оглядовий бінокль, це безумовно приваблювало б більше клієнтів. Ще через своє розташування, суміжно з Чорною горою можна додати невеличкі туристичні вилазки в ліс,

можливо людям буде цікаво познайомитися ближче з природою цього мальовничого краю. Також одним дуже важливим фактором є розвиток соціальної мережі, яку на жаль вони не розвивають з літа 2022 року, так як це роблять інші заклади в місті. В наш час велике залучення відвідувачів приходить саме через соціальні мережі.

Ресторан «Freedom» постійно оновлює своє меню або додає сезонні страви, тому я не маю жодних зауважень щодо їхнього асортименту. Ціни в цьому закладі доступні. Персонал дуже ввічливий та уважний до клієнтів, і володіють всіма необхідними професійними навичками. Заклад має вдале поєднання ресторану та боулінгу. Цікаво було б, на нашу думку, проводити щомісячний чемпіонат, або хоча б один раз в декілька місяців з боулінгу та вручення абонементів переможцям, на будь-яку обрану ними страву. Це, ймовірно, матиме позитивний вплив на туристичну привабливість закладу. Кіно зала має також великий плюс, адже зазвичай люди їздять подивитись фільми в інші міста Закарпаття, тому доцільно розширити список фільмів та мультфільмів, які гості можуть переглянути. Досить популярними, як додаткові послуги, можуть бути дегустації закарпатських вин, майстер-класи з приготування їжі, тематичні вечори і побільше живої музики. Соціальні мережі закладу працюють чудово.

Після ремонту ресторану «Impresso» було додано нові страви, на які важко не звернути увагу. Адміністрації закладу доцільно розглянути можливість додати сезонні страви (сезонні напої вже пропонують); урізноманітнити перелік коктейлів. Необхідно оновити меню на веб-сайті, оскільки вже застарілі ціни та перелік страв; додати карту вин. Ціни хоч і зросли під час зимового періоду, але всеодно залишилися доступними на всі позиції асортименту. Працівники відповідають усім основним критеріям при наданні основних послуг для споживачів. Доцільно розглянути необхідність введення ряду додаткових послуг, таких як: караоке, кальян, розіграші. Бажано створити креативну та красиву фотозону в ресторані, де люди зможуть робити цікаві фото та публікувати їх у соціальних мережах з відмітками про заклад. Це безкоштовний та ефективний спосіб реклами. Замовляючи доставку, давати знижку -10%, це може стати чудовим способом заохотити людей замовляти їжу додому, особливо в холодну або дощову погоду. Проведення гастрономічних вечорів, наприклад, закарпатської кухні, може бути чудовим способом залучити нових клієнтів та підвищити впізнаваність ресторану. Ще одним дуже важливим фактором є вбиральня, потрібно її розширити, так як вона є тільки одна на цілий заклад.

Отже, на наш погляд, кожен заклад, незалежно від його стажу, наявності нововведень або кількості відвідувачів, має постійно розвиватися. Шляхом впровадження нових послуг, страв або інтер'єрних рішень, заклад може привертати більше клієнтів і збільшувати свій обіг. Розвиток дозволяє вдосконалювати якість обслуговування, що забезпечує задоволення і лояльність існуючих клієнтів. Інновації та оновлення утримують інтерес як у поточних, так і у потенційних клієнтів, що сприяє популярності закладу. Своєчасний розвиток дозволяє підприємствам відповідати сучасним тенденціям у харчуванні, сервісі та дизайні, що підвищує привабливість.

ВИСНОВКИ

Метою даної кваліфікаційної роботи було врахувати потреби споживачів закладів ресторанного господарства, які працюють у м. Винограді. В ході дослідження встановлено, що споживач – визначається як людина, яка купує, замовляє, використовує або планує придбати/замовити товари чи послуги для власного користування. Послуга – це діяльність, що здійснюється за індивідуальним замовленням споживача для задоволення його особистих потреб.

Відвідування ресторану може стати незабутньою частиною подорожі, сімейного свята або будь-якої іншої події. Це не просто втамування голоду, а й можливість отримати нові враження та емоції. Якість їжі та напоїв, атмосфера та сервіс, інформаційність та доступність, а також додаткові фактори (ціна, додаткові послуги) – все це впливає на те, чи стане відвідування ресторану приємною спогадом чи розчаруванням.

Головна мета закладу ресторанного господарства – це забезпечення людей їжею та дозвіллям, безпекою, чистотою, привітним персоналом, який з точністю знає меню, зручними меблями, та швидким обслуговуванням. Отже, асортимент потрібно постійно оновлювати.

Для дослідження було обрано 4 ресторани м. Виноградів: «Ташкент», «Сонячна гора», «Freedom», «Impresso», які на початок дослідження очолювали рейтинг закладів харчування міста. За період дослідження, яке проводилося у 2021 –2024 роках, ситуація змінилася: з початком воєнного стану, гостей у ресторані «Ташкент» значно зменшилося, в даний час заклад зачинено через нестачу відвідувачів. За оцінками на сайті, досліджувані заклади поступилися новоствореним «Vyngard», «Paprika» і «Пузатий Шеф».

Адміністрація закладів основну увагу приділяла асортименту страв та ціновій політиці, але підхід у цих питаннях у них був різним. В ході аналізу продуктової політики закладів було встановлено, що вона відрізняється: заклади «Freedom» та «Impresso» оновлювали свій асортимент, «Ташкент» не оновлював, а «Сонячна гора» повністю змінила кухню закладу.

Визначено, що всі досліджувані ресторани оновлювали ціни в меню. Заклади орієнтовані на людей з середнім доходом. Незважаючи на незначне зростання цін, зменшилась кількість відвідувачів через зниження платоспроможності населення.

В ході аналізу потреб споживачів було встановлено, що для них головним є: чистота, атмосфера закладу та безпека. В обслуговуванні цінується привітність персоналу та швидкість обслуговування. Важливу роль відіграє ціна. Асортимент цікавить меншою мірою.

Запропоновано звернути увагу на наступні аспекти в організації діяльності закладів ресторанного господарства:

- 41,7% споживачів приходять родинами – забезпечити ігрову зону для дітей;
- 82,5% гостей приходять з метою відпочинку – забезпечити відповідну атмосферу (освітлення, музика) та розваг (подбати про наявність додаткових розважальних програм);
- 68,6% обирають ресторан за рекомендацією друзів – збільшити кількість лояльних споживачів за рахунок введення накопичувальної бонусної системи;
- 52,9% клієнтів обирають заклад за інформацією в Інтернеті – активізувати сторінки в соціальних мережах, регулярно оновлювати інформацію на сайті
- Дбати про чистоту (особливо в санвузлах), при потребі збільшити кількість прибиральниць;
- Сформувати «атмосферність» закладу за рахунок музики (підібрати плейлисти для відпочинку), освітлення, квітів (обов'язково живі), меблів, персоналу;
- При працевлаштуванні на посаду контактного персоналу віддавати перевагу привітним і позитивним претендентам;
- Забезпечити швидкість обслуговування (додаткові офіціанти в години пік; більша кількість заготовок тих страв, які користуються попитом і т.д.);
- Слідкувати за ціновою політикою конкурентів, сформувати цінові пропозиції.

Рекомендації конкретним закладам:

«Freedom» – додати чемпіонат з боулінгу та більше розважальних вечорів;

«Сонячна гора» – придбати оглядовий бінокль, розробити туристичну стежку на гору та ввести в меню грузинські десерти;

«Impresso» – придбати караоке, кальян, проводити розіграші, оформити фотозону, слідкувати за оновленням меню на сайті.

Очевидно, що ситуація на ринку постійно змінюється: з'являються нові заклади, оновлюють меню і ціни існуючі, змінюються потреби та можливості споживачів, щоб бути успішними ресторанами необхідно врахувати кон'юктуру ринку.

ПІДСУМКИ

Ця кваліфікаційна робота ставила за мету дослідити потреби споживачів закладів ресторанного господарства у місті Виноградів. Для досягнення цієї мети було виконано ряд завдань: визначити поняття про потреби споживачів, охарактеризувати ресторани як підприємства сфери туризму, розглянути особливості потреб споживачів в діяльності підприємств ресторанного господарства, скласти загальну характеристику діяльності в ЗРГ м. Виноградів, проаналізувати анкетне опитування, надати рекомендації обраним закладам для вдосконалення діяльності.

Для даної роботи я обрала теоретичні методи дослідження та анкетування.

В ході дослідження встановлено, що споживач – визначається як людина, яка купує, замовляє, використовує або планує придбати/замовити товари чи послуги для власного користування. Послуга – це діяльність, що здійснюється за індивідуальним замовленням споживача для задоволення його особистих потреб.

Підсумовуючи, ресторани можуть пропонувати не лише їжу, але й незабутні враження та емоції. Якість їжі та напоїв, атмосфера, сервіс, інформаційність та доступність, а також додаткові фактори – все це важливо для того, щоб ресторанний візит став приємною частиною подорожі, сімейного свята чи іншого заходу.

В даній роботі я описала характеристику закладів, які я обрала на дослідження, проаналізувала потреби споживачів з анкетного опитування та написала рекомендації для покращення розвитку ресторанів м. Виноградів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Corporate Ownership and Control. Incorporating customer service expectations in the restaurant industry. 2010. URL: <https://cutt.ly/UwSgKSq5> (Дата звернення: 08.12.2023)
2. Interfax – Україна. Інфляція в Україні. 2024. URL: <https://cutt.ly/yeqnOhex> (Дата звернення: 25.04.2024)
3. Journal of Hospitality & Tourism Research. Assessing Customer Expectations of Information Provided On Restaurant Menus. 2008. URL: <https://cutt.ly/DwSgG2e3> (Дата звернення: 08.12.2023)
4. Karpaty 3D. Вхід в ресторан «Ташкент» URL: <https://cutt.ly/NwABCZ67> (Дата звернення: 22.04.2024)
5. Marko Kukanja. Restaurant Customers' Quality Expectations. 2022. URL: <https://cutt.ly/Vw2MzO0p> (Дата звернення: 08.12.2023)
6. Sriboga news. All about restaurant service. 2023. URL: <https://cutt.ly/xw4kleki> (Дата звернення: 02.12.2023)
7. StudFiles. Класифікація закладів ресторанного господарства. URL: <https://cutt.ly/fH6RnDd> (Дата звернення: 03.12.2023)
8. StudFiles. Характеристика комплексу послуг ЗРГ. URL: <https://cutt.ly/CH6YMR5> (Дата звернення: 05.12.2023)
9. The Journal of Applied Business Research. Incorporating Customer Service Expectations In The Restaurant Industry. 2012. URL: <https://cutt.ly/Kw9KjRJp> (Дата звернення: 11.12.2023)
10. Архіпов В. В. Організація обслуговування в закладах ресторанного господарства. Навч. Посіб. – К.: Центр учбової літератури, 2009 – 342 с. URL: <https://cutt.ly/NYcLepR> (Дата звернення: 02.12.2023)
11. Баранчєс В. П. Управління інноваціями, 2012. URL: <https://cutt.ly/awAFiN5Nm> (Дата звернення: 29.11.2023)
12. Бардаш М.С. Ефективна економіка. 2016. URL: <https://cutt.ly/peqsIhxH> (Дата звернення: 24.04.2024)
13. Верховна Рада України. Захист прав споживачів. 2022. URL: <https://cutt.ly/RwAMzMS1> (Дата звернення: 05.12.2023)

14. Верховна Рада України. Споживач. 2010. URL: <https://cutt.ly/1wSghiKh> (Дата звернення: 28.11.2023)
15. Виноградівська міська рада. URL: <https://cutt.ly/8w54zTeb> (Дата звернення: 10.04.2024)
16. ВПА. Потреба. URL: <https://cutt.ly/kwAFu9nv> (Дата звернення: 02.12.2023)
17. Головне управління ДПС. Розмір мінімальної зарплати. 2024. URL: <https://cutt.ly/oeqnSPGR> (Дата звернення: 25.04.2024)
18. Державні сайти України. Споживач. 2019. URL: <https://cutt.ly/xwAFoJcD> (Дата звернення: 28.11.2023)
19. Економічна правда. Середня заробітна плата. 2024. URL: <https://cutt.ly/YeqnHnBN> (Дата звернення: 25.04.2024)
20. Енциклопедія. Дані про місто Виноградів. URL: <https://cutt.ly/Qw54aErE> (Дата звернення: 10.04.2024)
21. Енциклопедія. Послуга харчування. URL: <https://cutt.ly/twAFoqVt> (Дата звернення: 06.12.2023)
22. Енциклопедія. Потреби клієнтів. URL: <https://cutt.ly/ywAFoRxJ> (Дата звернення: 28.11.2023)
23. Законодавча рада. ГОСТ 30529- 97. URL: <https://cutt.ly/gwSgShDg> (Дата звернення: 06.12.2023)
24. Кодекс України. Права споживачів. 2019. URL: <https://cutt.ly/9w8t3uYZ> (Дата звернення: 29.11.2023)
25. Кознк В.В., Міжнародні економічні відносини. Навч. посіб. — К.: Знання-Прес, 2002. — 406 с. URL: <https://cutt.ly/Cw8zKrkF>
26. Кузнецова Н. М. Основи економіки готельного та ресторанного господарства. Навч. посібник, Київ, 1997. URL: <https://cutt.ly/mwAFiu91> (Дата звернення: 02.12.2023)
27. Мальська М. П. Ресторанна справа. Центр учбової літератури. 2017 – 304 с. URL: <https://cutt.ly/rw4kakEs> (Дата звернення: 30.11.2023)
28. Мінофін. Індекс інфляції України. 2024. URL: <https://cutt.ly/e6cosN0> (Дата звернення: 25.04.2024)
29. Мінофін. Середня заробітна плата. 2022. URL: <https://cutt.ly/36xI0mt> (Дата звернення: 25.04.2024)

30. Мостова Л. М. Організація обслуговування на підприємствах ресторанного господарства. Навч. посіб. – К: Ліра-К, 2010. - 388 с. URL: <https://cutt.ly/4H6YzHk> (Дата звернення: 05.12.2023)
31. Оробейко Е.С. Організація обслуговування. Посібник – ИНФА-М, 2006 – 320 с. URL: <https://cutt.ly/2H6TAEb> (Дата звернення: 03.12.2023)
32. Перебийніс В.І. Маркетингове управління споживачами послуг. Полтава, ПУЕТ, 2015 –324 с. URL: <https://cutt.ly/Zethw1lu> (Дата звернення: 06.12.2023)
33. Пуцентейло В.Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємства. Навч. Посібник – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 344 с. URL: <https://cutt.ly/TwAFosoE> (Дата звернення: 28.11.2023)
34. Самодай В. П. Організація ресторанної справи. Навч. посіб. Суми Вид-во СумДПУ, 2015. –424 с. URL: <https://cutt.ly/6etgSJWW> (Дата звернення: 03.12.2023)
35. Скарбенчук В.М., Асортиментна політика підприємства. URL: <https://cutt.ly/ueqdkRIx> (Дата звернення: 24.04.2024)
36. Соціальна мережа закладу «Impresso» Бенкетна зала » URL: <https://cutt.ly/SwAB8TrK> (Дата звернення: 23.04.2024)
37. Студопедія. Ресторанне господарство. URL: <https://cutt.ly/mH6m36N> (Дата звернення: 03.12.2023)
38. Чернишова А. М. Управління продуктом. 2018. URL: <https://cutt.ly/6w8yvWWw> (Дата звернення: 29.11.2023)
39. Шевцов І. В. Електронний посібник. URL: <https://cutt.ly/SetgI7hr> (Дата звернення: 03.12.2023)
40. Шепелюк С.І. Економіка. Управління. Інновації. 2011. URL: <https://cutt.ly/Rw4jS840> (Дата звернення: 30.11.2023)
41. Яворський Р. І., Поняття та ознаки туристичної послуги. Науковий вісник, 2013. URL: <https://cutt.ly/ew8KShxK> (Дата звернення: 29.11.2023)

ДОДАТКИ

Додаток А

Зміна цін меню ресторану «Impresso»

Меню	Осінь	Зима	%	Весна
Сніданки				
Вівсяна каша з фруктами та арахісовою пастою		85 грн		85 грн
Скрембл з тостами та грибами		85 грн		85 грн
Яєшня з беконом і овочами		75 грн		75 грн
Тушковаші сирники з фруктами		95 грн		95 грн
Лініві вареники		95 грн		95 грн
Салати				
Цезар з куркою	130 грн	142 грн	2	142 грн
Цезар з креветками		165 грн		165 грн
Грецький салат	120 грн	120 грн	0	120 грн
Мікс салату з лососем	130 грн	165 грн	26	165 грн
Овочевий салат	55 грн	98 грн	78	98 грн
Баварський салат	89 грн	112 грн	25	112 грн
Салат Боул		192 грн		192 грн
Бурак з фетою		98 грн		98 грн
Перші страви				
Домашній курячий бульйон	55 грн	67 грн	21	67 грн
Боб-гуляш	65 грн	87 грн	33	87 грн
«Бетяр»		78 грн		78 грн
Бограч	65 грн	87 грн	33	87 грн
Сирний крем-суп	65 грн	87 грн	33	87 грн
Борщ український	80 грн	89 грн	1	89 грн
Грибний крем-суп	65 грн	87 грн	33	87 грн
Сирний крем-суп	65 грн	87 грн	33	87 грн
Основні страви				
Банаш з бринзою та беконом	110 грн	135 грн	22	135 грн

Запечена індишка з баклажаном		175 грн		175 грн
Гірос тал з картоплею та куркою	95 грн	145 грн	52	145 грн
Куряча грудка на грилі з соусом песто та картопляним пюре	205 грн	225 грн	9	225 грн
Лоці-печене по-закарпатськи з смаженою картоплею	215 грн	245 грн	13	245 грн
Кордон Блю з соусом Бешамель та бататом	190 грн	205 грн	7	205 грн
Ребра BBQ з смаженою картоплею	180 грн	198 грн	1	198 грн
Медальйони з винним соусом та різото	165 грн	178 грн	7	178 грн
Соковитий оселедець з картоплею		130 грн		130 грн
Страви з риби				
Стейк з філе лосося	135 грн	170 грн	25	170 грн
Короп дзеркальний	57 грн	67 грн	1	67 грн
Дорадо	95 грн	105 грн	1	105 грн
Гірська форель-гріль	85 грн	92 грн	6	92 грн
Сібас	95 грн	105 грн	6	105 грн
Страви на грилі				
Стейк зі свинини	86 грн	86 грн	7	86 грн
Свинні ребра на вогні	53 грн	72 грн	12	72 грн
Шашлик курячий	55 грн	63 грн	14	63 грн
Курячий стейк	53 грн	63 грн	18	63 грн
Овочі на грилі	58 грн	85 грн	46	85 грн
Стейк з телятини(Рібай)	95 грн	95 грн	0	95 грн
Крила на грилі	46 грн	55 грн	19	55 грн
Гарніри				
Картопля печена з домашньою олією	45 грн	65 грн	44	65 грн
Пюре	46 грн	60 грн	30	60 грн
Запечений батат		55 грн		55 грн
Картопля по-баварськи	46 грн	60 грн	30	60 грн
Кус-кус з овочами	52 грн	58 грн	11	58 грн
Фрі	40 грн	55 грн	37	55 грн

Рис з овочами	60 грн	67 грн	11	67 грн
Холодна закуска				
Сирне/м'ясне плато	180 грн	257 грн	42	257 грн
Брускети (бекон/лосось)		65 грн		65 грн
Товчене сало(сало, канапки, квашені огірки, цибуля)	150 грн	165 грн	1	165 грн
Пате з курячої печінки	140 грн	157 грн	12	157 грн
Пасти				
Фетучіні з куркою і грибами у вершковому соусі	130 грн	187 грн	43	187 грн
Болоньєзе	122 грн	165 грн	35	165 грн
Класична карбонара	110 грн	165 грн	5	165 грн
Паста з креветками у вершковому соусі		195 грн		195 грн
Паста з креветками, горіхами та овочами		195 грн		195 грн
Фарфалле з беконом	130 грн	175 грн	34	175 грн
Страви на компанію				
Свиняча рулька з картоплею		500 грн		500 грн
М'ясне плато	305 грн	540 грн	77	540 грн
Курча табака з овочами і смаженою картоплею	300 грн	390 грн	3	390 грн
Гарячі закуски				
Крокети з грибами		98 грн	3	98 грн
Гарячий бутерброд	40 грн	48 грн	2	48 грн
Лаваш з шинкою та сиром	85	89 грн	4	89 грн
Лаваш сирний	78 грн	78 грн	0	78 грн
Лаваш з куркою та овочами		82 грн		82 грн
Десерти				
Бельгійські вафлі з нутеллою та морозивом	72 грн	95 грн	3	95 грн
Сирники	82 грн	95 грн	15	95 грн

Млинці (з творогом, з карамелізованими яблуками, з шоколадом)	70 грн	87 грн	24	87 грн
Чізкейк	70 грн	85 грн	21	85 грн

Джерело: складено автором

Додаток В

Меню ресторанних господарств м. Виноградів

Меню \ Ресторан	Freedom	Сонячна гора	Ташкент	Impresso
Сніданки				
Вівсяна каша з фруктами та арахісовою пастою				•
Скрембл з тостом та грибами				•
Яєшня з беконом і овочами				•
Ліниві вареники				•
Тушковані сирники з фруктами				•
Омлет/яєчня		•		
Омлет/яєчня з оочами та сиром		•		
Омлет з м'ясом та сиром		•		
Млинці		•		
Вівсяна каша сухофруктами		•		
Салати				
Цезар з куркою	•			•
Цезар з креветками				•
Грецький салат			•	•
Мікс салату з лососем			•	•
Салат овочевий			•	•
Баварський салат				•
Салат Боул				•
Буряк з фетою				•
Салат грузинський				
Салат Тбілісі		•		
Палаючий салат		•		
Салат «Ташкент»			•	
Салат Екзотика			•	

Салат Баурі			•	
Салат Апетитний			•	
«Хе» з риби			•	
«Хе» з свинних вушок			•	
Грибний салат			•	
«Королівський»			•	
Свіжий асорті	•		•	
Баклажани по-корейськи	•		•	
Квашене асорті	•		•	
Салат з лососем гриль та лічі	•			
Перець в гірчично-медовому соусі	•			
Салат з криветками в мигдальній паніровці	•			
Салат з печінкою та карамелізованими яблуками	•			
Холодні закуски				
Сирний сет	•		•	•
Тарілка м'ясних делікатесів	•			•
Сирне/м'ясне плато	•			•
Брускет з лососем та гуакамолє	•			
Брускет з грушею та горгонзолою	•			
Тости з оселедцем	•			
Брускета з прошуто та консервованими персиками	•			
Брускети (бекон/лосось)				•
Товчене сало				•
Плате з курячої печінки				•
Мариновані гриби			•	
Маслини і оливки			•	

Іспанський «Хамон»			•	
Мариновані огірки			•	
Рулет домашній			•	
Канапки з червоною ікрою			•	
Рулетки з баклажанів		•		
Пхалі асорті		•		
Зелена тарілка		•		
Овочевий кошик		•		
Гурильська капуста		•		
Рулет курячий з курагою та чорносливом		•		
Гарячі закуски				
Долма		•		
Долбіо по рачинськи		•		
Лаваш «Чір-Чік»			•	
Лаваш «Ташкент»			•	
Лаваш «Бухара»			•	
Гарячий бутерброд				•
Лаваш з куркою та овочами				•
Лаваш з сиром та шинкою				•
Лаваш сирний				•
Крокети з грибами				•
Смажені гриби в сметані			•	•
Сир фрі			•	•
Пате з курячої печінки	•			
Курячі крильця з арахісом	•			
Тар тар з лосося	•			
Креветка в мигдальній паніровці	•			
Соте з морепродуктами	•			
Камамбер запечений	•			

Перець в гірчично-медовому соусі	•			
Перші страви				
Лагман			•	
Нохат-шурпа			•	
Мостава			•	
Боб-Гуляш				•
«Бетяр»				•
Бограч	•			•
Борщ Закарпатський		•		•
Бульйон з курки		•	•	•
Окрошка		•	•	
Окрошка грузинська		•		
Чіхіртма		•		
Суп Харчо		•		
Сирний крем-суп	•			•
Грибний крем-суп	•			•
Бульйон з індичкою та овочами	•			
Гарбузовий крем-суп	•			
Борщ український з пампушками та салом				•
Основні страви				
Банаш з бринзою	•			•
Куряча грудка на грилі з соусом песто та карт.пюре				•
Лоці-печене по-закарпатськи зі смаженою картоплею				•
Гірос тал				•
Ребра BBQ з смаженою картоплею і соусом				•
Кордон Блю з соусом бешамель				•

Медальйони з винним соусом та різото				•
Соковитий оселедець з картоплею				•
Фарширована куряча грудка	•			
Курча табака	•			
Індичка гриль з сирним соусом	•			
Курячий рулет фарширований чорносливом	•			
Філе качине з гарбузовим пюре	•			
Качина ніжка з бататом	•			
Томлене Особуко	•			
Свинні медальйони з спаржею	•			
Запечена свинина	•			
Хінкалі(курка/баранина/яловичина/свинина/гриби/сир/вишня		•		
Гарніри				
Фрі	•	•		•
Картопля по-домашньому		•	•	•
Пюре	•	•		•
Картопля по-Ірландськи	•			
Картопля по-баварськи				•
Картопля по-царськи			•	
До м'яса «Харавац»			•	
Палента			•	
Кус-кус з овочами	•			•
Запечений батат				•
Рис із овочами				•

Печені овочі	•			
Рис з шпинатом	•			
Стручкова фасоль	•			
Паста				
Болоньезе				•
Класична карбонара	•	•		•
Фарфалле з беконом				•
Паста з креветками у вершковому соусі				•
Паста з креветками, горіхами та овочами				•
Фетучіні з куркою і грибами у вершковому соусі				•
Спагеті неро з креветками	•			
Паста Помодоро	•			
Фарфале з куркою та шпинатом	•			
Фарфале з сиром	•			
Паста з м'ячиками	•			
Страви на мангалі				
«Кавказький» (свинна шия)			•	
Філе Міньйон	•			
Люля-кебаб		•	•	
Стейк зі свинини	•		•	•
Стейк курячий	•	•		•
Крила на грилі				•
Стейк Рібай	•			•
Стейк із філе лосося	•	•		•
Відбивна зі свинини		•		
Відбивна під моцарелою		•		
Відбивна під грибною шапкою		•		
Свинні ребра на вогні			•	

Крильця «Чілі»			•	
Реберцята			•	
Баранина			•	
«Маєн кебаб»			•	
Шашлик курячий				•
Риба на мангалі			•	
Сібас	•			•
Дорадо	•			•
Рибна гриль тарілка	•			
Осетрина	•			
Короп дзеркальний				•
Гірська форель				•
Фарширований короп			•	
Запечене порося			•	
Запечене ягня			•	
Овочі на грилі		•		•
Біф бургер	•			
Чікен бургер	•			
Чізбургер з сирним соусом	•			
Дабл бургер	•			
Рваний бургер	•			
Другі страви				
Дамлями			•	
Казан кебаб			•	
Корейка запечена			•	
Кавурма(тушковане м'ясо)			•	
Запечена рулька			•	
М'ясо по-французьки			•	
М'ясо по-гавайськи			•	

Курятина під соусом тереякі			•	
Фірмова страва «Ташкент»			•	
Манти зі свинини та баранини			•	
Самса			•	
Страви на компанію				
Свиняча рулька з картоплею				•
М'ясне плато				•
Курча табака з овочами та смаженою картоплею				•
Випічка грузинська				
Хачапурі по-аджарськи		•		
Хачапурі по-менгрельськи		•		
Хачап		•		
		•		
Десерти				
Тірамісу			•	
Фруктовий салат			•	
Персик «Мельба»			•	
Парфе			•	
Бельгійські віфлі з нутеллою та морозивом				•
Млинці з шоколадом, творогом, карамелізованим яблуком				•
Крем брюле	•			
Морозиво власного виробництва	•			
Тартар з яблуками	•			
Чізкейк	•			•
Сирники	•			•
Меренговий рулет	•			
Шоколадний фондан	•			

Джерело: складено автором

СПИСОК ІЛЮСТРАЦІЙ

<u>Рис. 1.1. Середні бали оцінок факторів екстер'єру</u>	18
<u>Рис. 1.2. Середні бали оцінок факторів інтер'єру</u>	19
<u>Рис. 1.3. Середні бали оцінок факторів послуги</u>	19
<u>Рис. 1.4 Середні бали оцінок пов'язаних з їжею</u>	20
<u>Рис.1.5. Важливість ціни при виборі ресторану</u>	20
<u>Рис.2.1. Виноградівське ОТГ</u>	22
<u>Рис. 2.2 Типи закладів ресторанного господарства м. Виноградів</u>	23
<u>Рис. 2.3. Зовнішній вигляд ресторану «Freedom»</u>	24
<u>Рис.2.4. Зона для гри в боулінг</u>	25
<u>Рис. 2.5. Зал ресторану «Freedom»</u>	25
<u>Рис. 2.6. Тераса закладу «Freedom»</u>	26
<u>Рис.2.7. Зовнішній вигляд ресторану «Сонячна гора»</u>	27
<u>Рис.2.8. Зал ресторану «Сонячна гора»</u>	27
<u>Рис.2.9. Вхід в ресторан «Ташкент»</u>	28
<u>Рис.2.10. Зовнішній вигляд ресторану</u>	29
<u>Рис. 2.11. Головна зала ресторану «Impresso»</u>	29
<u>Рис. 2.12. Бенкетна зала до 20 осіб</u>	30
<u>Рис. 2.13. Тераса та дитячий куточок закладу</u>	30
<u>Рис. 2.14. Зовнішній вигляд ресторану «Vyngrad»</u>	32
<u>Рис. 2.15. Головна зала ресторану «Vyngrad»</u>	32
<u>Рис. 2.16. Зала-тераса закладу «Vyngrad»</u>	33
<u>Рис. 2.17. Зовнішній вигляд ресторану «Пузатий Шеф»</u>	34
<u>Рис. 2.18. Головна зала ресторану «Пузатий Шеф»</u>	34
<u>Рис.2.19. Тераса ресторану «Пузатий Шеф»</u>	35
<u>Рис. 2.20. Дитячий майданчик ресторану «Пузатий Шеф»</u>	35
<u>Рис. 2.21. Зовнішній вигляд закладу «Paprika»</u>	36
<u>Рис. 2.22. Тераса закладу «Paprika»</u>	37
<u>Рис. 2.23. Зал закладу «Paprika»</u>	37

<u>Рис.2.3.1. Стать опитуваних</u>	42
<u>Рис.2.3.2. Вік опитуваних</u>	42
<u>Рис. 2.3.3. Відвідуваність закладів ресторанного господарства</u>	43
<u>Рис.2.3.4. З ким відвідують ресторан</u>	44
<u>Рис. 2.3.5. Мета відвідування ресторанів</u>	44
<u>Рис.2.3.6. Як обирають ресторани</u>	45
<u>Рис.2.3.7. Зовнішні фактори, що впливають на вибір ресторану</u>	46
<u>Рис.2.3.8. Внутрішні фактори, що впливають на вибір закладів ресторанного господарства</u>	46
<u>Рис. 2.3.9. Важливі фактори під час обслуговування</u>	47
<u>Рис. 2.3.10 Важливість ціни</u>	47
<u>Рис. 2.3.11. Які заклади ресторанного господарства в м. Виноградів відвідували</u>	48
<u>Рис. 2.3.12. Рекомендовані ресторани м. Виноградів</u>	49

ÖSSZEGZÉS

Ennek a diplom munkának a célja az volt, hogy feltárja a Nagyszőlősi város éttermeiben fogyasztók igényeit. A tanulmányozásban négy étterem vett részt: a «Sunny Mountain», a «Tashkent», a «Freedom» és az «Impresso».

Ehhez a munkához az elméleti kutatási módszert választottam és kérdőíves felmérést.

Meghatároztuk, melyek közöttük a leglátogatottabb létesítmények, melyeket ajánlunk leginkább barátoknak, családtagoknak, mely külső és belső tényezők fontosak az étteremválasztásnál, mennyire fontos az ár és mi a vendégeknek a kiszolgálás szempontjából is.

A «Taskent» étterem mivel háboru időszak van a vendégek száma jelentősen csökkent. Nem olyan rég még nagyon sok vendéget fogadot Kárpátalja, Ukrajna különböző területéről vonzotta a vendégeit. Jelenleg, kénytelen ideiglenesen bezárni.

Az árak dinamikájának meghatározásához az «Impresso» éttermet választottuk az árak és az ételek választéka szempontjából a legelfogadhatóbbnak, amely vonzó reklámokkal és esztétikus fotókkal a közösségi hálózatokon volt feltéve.

Az általános leíráshoz önállóan gyűjtöttem az információkat, intézményeket látogatva és közösségi oldalaikon követve a híreket.

A «Taskent» étterem bezárása mellett javaslatokat tehetek a «Freedom», a «Sunny Mountain» és az «Impresso» éttermek üzemeltetőinek, hogy hogyan tehetik még vonzóbbá éttermüket a vendégek számára.

ДЕКЛАРАЦІЯ

Я, Васько Данієлла Володимирівна, студентка 4 курсу спеціальності 242 «Туризм» Закарпатського угорського інституту ім. Ференца Ракоці II підтверджую, що моя дипломна робота є самостійним дослідженням, що не містить академічного плагіату. Зокрема в моїй роботі немає запозичення текстів, ідей чи розробок, результатів досліджень інших авторів без посилань на них, у тому числі буквального перекладу з іноземних мов чи перефразування, що видаються за свій текст, вирваних із контексту тверджень, «розлапкованих» цитат, фабрикації (вигаданих) даних, чи фальсифікації (вигаданих і модифікованих на догоду бажаному висновку) результатів досліджень. Список використаних джерел дійсно відображає опрацьований мною матеріал, посилання на джерела є коректними. Дана кваліфікаційна робота не захищалася в іншому закладі вищої освіти. Я даю згоду на розміщення моєї кваліфікаційної роботи у вільному доступі в бібліотеці та репозитарії Закарпатського угорського інституту ім.Ф.Ракоці II.

Звіт про перевірку схожості тексту Oxsico

Назва документа:

ВАСЬКО ДАНІЕЛЛА ВОЛОДИМИРІВНА.pdf

Ким подано:

Стефан Молнар Д.

Дата перевірки:

2024-05-28 23:22:45

Дата звіту:

2024-05-28 23:33:33

Ким перевірено:

I + U + DB + P + DOI

Кількість сторінок:

76

Кількість слів:

12238

Схожість 4%

Збіг: 23 джерела

Вилучено: 0 джерела

Інтернет: 22 джерела

DOI: 0 джерела

База даних: 0 джерела

Перефразовування 1%

Кількість: 16 джерела

Перефразовано: 379 слова

Цитування 4%

Цитування: 79

Всього використано слів: 874

Включення 0%

Кількість: 0 включення

Всього використано слів: 0

Питання 0%

Замінені символи: 0

Інший сценарій: 9 слова