

ФАКТОРИ ОЦІНКИ ЯКОСТІ ЗАКЛАДІВ ХАРЧОВОЇ ІНДУСТРІЇ

ГРИБИК Ігор

Національний університет «Львівська політехніка»

<https://orcid.org/0000-0002-8726-509X>

e-mail: Ihor.I.Grybyk@lpnu.ua

СМОЛІНСЬКА Наталя

Національний університет «Львівська політехніка»

<https://orcid.org/0000-0001-5642-4134>

e-mail: natalia.v.smolinska@lpnu.ua

КОМАРОВСЬКИЙ Володимир

Національний університет «Львівська політехніка»

<https://orcid.org/0009-0002-0906-1419>

e-mail: Volodymyr.I.Komarovskyi@lpnu.ua

Стаття присвячена оцінюванню якості закладів харчової індустрії - організації ресторанного бізнесу. Оцінювання якості повинно стати невід'ємною частиною процесного менеджменту на підприємствах ресторанного бізнесу, що в свою чергу дасть можливість переорієнтації цільових критеріїв, надання нового значення функціям управління та окреслення напрямів удосконалення бізнес-процесів підприємств сфери послуг, що сприятиме втіленню їх основних бізнес-цілей.

Для огляду факторів нами проаналізовано ряд публікацій з проблематики якості ресторанного бізнесу. У низ авторитетні автори розглядають фактори впливу на якість даного сегменту бізнесу в Україні. Виокремивши дані фактори ми аналізуємо їх результат на діяльність ресторанного закладу. Окреслені загальні та специфічні, притаманні ресторанному господарству, принципи управління якістю продукту та фактори що впливають на якість, які повинні відображатися у внутрішніх стандартах обслуговування закладу.

Ключові слова: ресторан, якість, харчова індустрія, ресторанний бізнес, послуга, показники, параметри, фактори, споживач.

FACTORS FOR ASSESSING THE QUALITY OF ESTABLISHMENTS OF THE FOOD INDUSTRY

GRYBYK Ihor, SMOLINSKA Natalia, KOMAROVSKYI Volodymyr

Lviv Polytechnic National University

The aim of the research is to identify the factors shaping the quality of the restaurant business in today's realities, assess quality using highlighted factors, and determine disparities or synergies in the assessment of restaurant business quality from the perspectives of both consumers and restaurateurs.

Our objective is to compile a list of factors influencing the quality of the establishment and determine the results of compliance/non-compliance with the proper quality of each factor on the establishment's operations and its consumers, as well as determine the significance of these factors through a questionnaire survey.

Design/methodology/approach. To address the objectives outlined in the work, various general scientific and specialized research methods are employed. A systematic approach to reviewing literature sources has allowed the identification of a set of factors influencing the quality of the restaurant business. The abstract and logical method is utilized for theoretical generalizations, defining key categories and concepts, as well as for forming research conclusions. Analysis and synthesis methods are employed to compile a list of key factors in assessing the quality of the restaurant business.

Findings – The method of expert assessment remains one of the effective methods for determining the level of quality based on specified parameters that constitute dominant factors influencing the quality of services in the restaurant business. Based on identified factors such as hospitality economics, menu, cleanliness and safety, interior and ambiance, innovations, internet technologies, loyalty programs; the role of the head chef, social responsibility, infrastructure, and pricing policy; marketing and advertising, it is proposed to conduct an analysis and identify discrepancies between the consumer's and restaurateur's perception of service quality.

Originality/value – This study highlights the similarities and differences in approach to definition of the level of service quality in the restaurant business. The main factors have been considered, and it is proposed that when assessing the quality of services, a bilateral determination of the significance of these factors be conducted for both consumers of these services and restaurateurs. In further research and efforts to improve the quality of restaurant services, this will enable prioritizing the enhancement of service quality factors for restaurateurs.

Practical implications – The materials presented in the article will be useful for employees responsible for the quality of services in the restaurant business.

Keywords: restaurant, quality, food industry, restaurant business, service, indicators, service quality assessment, quality factors.

ГРИБИК, І., СМОЛІНСЬКА, Н., & КОМАРОВСЬКИЙ, В. (2024). ФАКТОРИ ОЦІНКИ ЯКОСТІ ЗАКЛАДІВ ХАРЧОВОЇ ІНДУСТРІЇ. *Development Service Industry Management*, (1), 56–65. [https://doi.org/10.31891/dsim-2024-5\(8\)](https://doi.org/10.31891/dsim-2024-5(8))

GRYBYK, I., SMOLINSKA, N., & KOMAROVSKYI, V. (2024). FACTORS FOR ASSESSING THE QUALITY OF ESTABLISHMENTS OF THE FOOD INDUSTRY. *Development Service Industry Management*, (1), 56–65. [https://doi.org/10.31891/dsim-2024-5\(8\)](https://doi.org/10.31891/dsim-2024-5(8))

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

Ресторанний бізнес є однією зі споживчих галузей, яка постійно еволюціонує та піддавалася значним змінам у зв'язку зі зростанням конкуренції та змінами у споживчих уподобаннях. Якість обслуговування та продуктів, що пропонуються, визначають успіх або невдачу ресторану. Для забезпечення високої якості важливо розуміти, які параметри та фактори впливають на ресторанний бізнес.

Дослідження якості ресторанного бізнесу має велике значення у сучасному світі, оскільки ресторанний галузь є важливим сегментом глобальної економіки та має значний вплив на життя людей.

Наразі ефективність діяльності закладів ресторанного господарства повною мірою залежить від рівня відповідності продукції та послуг вимогам споживачів, де першочергово визначаються потреби і запити споживачів щодо якості продукції та послуг закладів ресторанного господарства. Тому для закладів ресторанного бізнесу актуальним постає питання розуміння сутності такого складного і багатогранного явища, як якість продукції та послуг. Адже глибоке розуміння змістовного наповнення та структури якості сприятиме створенню більш ефективних заходів з удосконалення якості задля надання послуг і виготовлення продукції, які відповідатимуть або навіть перевищуватимуть очікування споживачів, що у результаті сформує основний стратегічний напрям у конкурентній боротьбі в мінливому середовищі функціонування закладів ресторанного господарства [1].

В ресторанному бізнесі сьогодні успіх залежить не лише від смаку страв та атмосфери закладу, але і від якості обслуговування. Особливе значення приділяється якості, оскільки задоволеність гостей та їх лояльність визначають, чи буде ресторанному закладу під силу вижити в конкурентному середовищі. Управління якістю стає невід'ємною складовою успішного ресторанного бізнесу, і важливо розуміти, які аспекти необхідно враховувати для досягнення високих стандартів якості та факторів що їх забезпечують.

Для огляду факторів нами проаналізовано ряд публікацій з проблематики якості ресторанного бізнесу. У низ авторитетні автори розглядають фактори впливу на якість даного сегменту бізнесу в Україні. Виокремивши дані фактори ми аналізуємо їх результат на діяльність ресторанного закладу та шляхом опитування рестораторів та клієнтів формуємо «павутинки» вагомості факторів. Проаналізувавши розбіжності у величинах вагомостей при оцінюванні рестораторами та клієнтами можемо виокремити проблемні зони впливу на фактори що доцільно відкоригувати для підвищення результативності якості для кінцевого споживача.

Аналіз досліджень та публікацій

Питання управління якістю широко висвітлені у працях вчених У. Тейлора, Х.Д. Харінгтона, які порушили питання не контролю якості, а саме управління якістю, А.В. Фейгенбаум, У.Е. Демінг, Ф. Кросбі, К. Ісікава, які представили вагомий теоретичний доробок з теорії, системи, принципів та методик управління якістю продукту та надання послуг у цілому. Їх праці лягли в основу пропозицій, що запропоновані у даному дослідженні. Разом з тим, необхідно відмітити науковців О. Давидову [2], М. Мальську [3], С. Мельниченко, П. Пивоварова, Т. Томаля, [4] та інших, які внесли вагомий внесок у дослідження питань управління якістю на підприємствах готельно-ресторанного бізнесу [5]. Для формування адекватної картини якості в ресторанного закладу нами запропоновано розбиття факторів що формують якість на дві групи: фактори внутрішнього середовища та фактори зовнішнього середовища. Хоча цей поділ є відносним, бо кожен фактор має взаємозв'язки з позиції системності як з внутрішнім так і із зовнішнім середовищем. Нами це запропоновано щоб проілюструвати домінуючий вектор змін якості у коригувальних діях рестораторів для покращення якості їх ресторанного бізнесу.

Формування гіпотез і постановка цілей. Визначити основні принципи управління якістю, що формують основу розробки внутрішніх стандартів обслуговування у закладах ресторанного господарства. Для реалізації даних принципів необхідно виявити домінуючі фактори що впливають на якість та дати їм коротку характеристику.

Формулювання цілей статті

Метою дослідження є визначення факторів що формують якість ресторанного бізнесу в сьогодишніх реаліях, оцінка якості за зазначеними факторами та визначення розбіжності чи синергії в оцінці з боку споживачів та рестораторів.

Нашою метою є формування переліку факторів, що впливають на якість закладу та визначення результатів дотримання / недотримання належної якості даного фактору на діяльність закладу та його споживачів, а також проведення в перспективі вагомостей даних факторів (анкета - опитування) за впливом на формування якості в ресторанному бізнесі, зважаючи на швидкість змін вподобань клієнтів та інтенсивний розвиток ринку ресторанного бізнесу.

Методи дослідження. В даній публікації застосовано загально прийнятні методи опрацювання наукового матеріалу: синтезу та аналізу наукових публікацій зазначених в списку літературних джерел що слугували основою теоретичних досліджень та висновків в даній роботі. Системний підхід для огляду літературних джерел дав змогу виокремити сукупність факторів впливу на якість ресторанного бізнесу.

Виклад основного матеріалу

Управління якістю у закладах ресторанного господарства за вагомістю посідає визначальну роль ще при розробці концепції закладу та поряд з політикою управління витратами визначає ефективність його роботи.

Незаперечно, що в основі управління якістю лежать основоположні принципи, які застосовуються при створенні та удосконаленні систем менеджменту якості організацій, ДСТУ ISO 9000:2015 [6], що закладаються у політику в сфері якості послуг та продукту у ресторанному господарстві:

1) орієнтація на замовника. Саме гості ресторану дають оцінку якості послуг та визначають ефективність його діяльності.

2) лідерство. Формування керівництвом закладу мети та місії, створення та підтримання такої внутрішньої атмосфери, коли весь колектив усвідомлює свій внесок у досягнення поставлених цілей.

3) залучення працівників. Кожен з учасників виробничого процесу в ресторані має чітко розуміти свою роль у підтриманні високих стандартів обслуговування.

4) процесний підхід. Управління послугами розглядається нами як управління процесом (процес приготування блюд, процес обслуговування гостей, процес надання додаткових послуг тощо).

5) системний підхід до управління. Ідентифікування, розуміння та управління взаємопов'язаними процесами як системою.

6) постійне поліпшення. Це незмінна умова роботи будь-якої організації.

7) прийняття рішень на підставі фактів. Ефективні рішення приймають на підставі аналізу даних та інформації;

8) взаємовигідні стосунки з постачальниками. Заклад ресторанного господарства та його постачальники є взаємозалежними, і цей принцип можна практично прослідкувати у впровадженні у практику роботи ресторанного господарства системи управління безпекою харчових продуктів Hazard Analysis and Critical Control Points (НАССР) [7].

Ці вісім принципів управління якістю формують основу розробки внутрішніх стандартів обслуговування у закладах ресторанного господарства [5]. Для реалізації даних принципів необхідно виявити домінуючі фактори що впливають на якість та дати їм коротку характеристику.

Фактори економіки гостинності: доброзичливе ставлення всього персоналу, швидкість та привітність обслуговування.

Доброзичливе обслуговування є ключовим чинником, який може зробити ресторан популярним та забезпечити бажання повертатись клієнтам. Обслуговування є першим контактом клієнта з рестораном. Якщо гість відчуває теплий прийом і увагу від персоналу (гостинність), його перше враження буде позитивним, і він приносить наступні дивіденди закладу:

- буде більш схильний знову відвідати цей ресторан;
- при негативному досвіді обслуговування, може поділитися цим у соціальних мережах або на сайтах з відгуками, що може завдати шкоди репутації бізнесу;
- схильний витратити більше грошей в ресторані, включаючи частіше відвідування його, замовлення більшої кількості страв і напоїв, а також схильність залишати більше чайових [8].

Швидке приготування та подача страв. Гості в ресторані не хочуть витратити багато часу на очікування страв чи обслуговування. сприяють задоволеності та позитивному досвіду. Швидкість обслуговування дає наступні позитивні результати:

- ресторану ефективно керувати обсягами замовлень та запитами;
- запобігання чергам та затримкам;
- збільшувати потік клієнтів у закладі при фіксованій кількості місць.

Вплив меню на репутацію ресторану. Меню - це елемент, з яким клієнти зазвичай стикаються при відвідуванні ресторану ще до того, як гість спробує їжу чи детально огляне інтер'єр. Якщо меню вражає своєю різноманітністю, оригінальністю та якістю, це створює позитивне перше враження.

Гості ресторану виходять в заклад не тільки для приємної атмосфери, але й для смачної їжі. Якість страв безпосередньо впливає на задоволеність клієнтів. В ресторанній галузі конкуренція завжди велика. Якщо ресторан пропонує смачні, свіжі та креативні, порційні страви, це дає:

- позитивних відгуків та рекомендацій, що сприяє підвищенню репутації;

Популярне меню повинно включати різноманітність страв, які враховують дієтичні обмеження, алергії та смакові уподобання клієнтів. Важливо задовільнити всі бажання клієнтів, щоб вони залишились задоволеними ставленням до себе. Також, меню може бути спрямоване на конкретну аудиторію, і воно повинно задовольняти її потреби та вподобання. Наприклад, в ресторані, спрямованому на вегетаріанців, меню повинно бути багатим на вегетаріанські страви. Різноманіття страв має ряд позитивних та негативних результатів:

- різноманіття страв, стилістики кухонної (яка часом еkleктично поєднується в одному закладі) на дає можливості закладу сфокусуватися на ключових компетенціях та виробити професіоналізм у персоналу;
- при утриманні мульти-функціонального персоналу не вдається заощадити на оплаті праці;

- з часом має перейти на високий ступінь номенклатурної диференціації одного кухонного стилю, з можливістю реалізації в межах свого закладу стилістики інших кухонь (через поєднання на засадах співпраці з конкурентами-партнерами що спеціалізуються на даній кухонній стилістиці);

- виокремлення смакових тенденцій у клієнтській базі закладу;

- формування своєї унікальної клієнтської ніші постійних клієнтів;

Меню також створює імідж ресторану. Воно може вказувати на ресторан який формує свою цільову аудиторію: на місце елітної кухні, дружньої сімейної кав'ярні або екзотичного закладу. Імідж ресторану визначає, яку аудиторію він привертає.

Грамотне складання меню дозволяє максимізувати використання продуктів, що допомагає знизити втрати та оптимізувати витрати [9].

Таким чином, меню ресторану не лише визначає асортимент страв, але й має глибокий вплив на сприйняття та репутацію закладу, визначаючи, чи будуть гості задоволені та чи стануть вони постійними клієнтами.

Чистота і безпека у ресторанному бізнесі. Чистота та безпека безпосередньо впливають на здоров'я та безпеку гостей. Недотримання стандартів санітарії та безпеки може призвести до захворювань, що може спричинити:

- негативний вплив на репутацію та втрату клієнтів.

- високі стандарти безпеки (в часи війни – особливо важливі) та чистоти виокремлюють заклад в конкурентному середовищі;

Безпечне збереження продуктів є критичним для забезпечення якості страв. Неналежні умови сховища або обробки продуктів можуть призвести до загального погіршення якості страв, що негативно вплине на задоволення клієнтів. Безпека приготування їжі та чистота приміщення допомагають запобігти поширенню харчових інфекцій та отруєнь серед клієнтів. Це особливо важливо в ресторанному бізнесі, де приготування та подача страв відбуваються великими обсягами [11].

Ресторани, які демонструють високі стандарти чистоти та безпеки, зазвичай здобувають:

- довіру клієнтів поміж факторів не прямої дії в ресторанному сервісі;

- мають більше шансів на повторний візит та позитивні відгуки.

Ці стандарти впливають на репутацію, законність та довгостроковий успіх ресторану.

Значення інтер'єру та атмосфери. Управління якістю включає в себе не лише готування смачних страв, але і створення комфортного та приємного середовища для гостей. Інтер'єр та атмосфера ресторану є важливою складовою цього процесу, оскільки вони можуть суттєво вплинути на задоволеність та лояльність клієнтів, що, в свою чергу, визначає успіх і якість ресторанного бізнесу. Ресторани – це комерційні заклади громадського харчування, які продають не лише їжу, але й атмосферу, нові враження, сервіс, розваги, соціальний статус та відпочинок. У ресторані їжа має бути смачнішою, посуд – красивішим і сучаснішим, атмосфера – максимально комфортною, обслуговування – кращим, середній чек – більшим і т.д., і все це має різні рівні [12].

Гарно оформлені приміщення, зручні меблі, приємна музика та освітлення створюють:

- зручні умови для відпочинку і насолоди стравами.

Якість оточення безпосередньо впливає на загальні враження клієнтів. Інтер'єр і атмосфера повинні відображати концепцію та стиль ресторану. Якщо це елегантний ресторан, то інтер'єр повинен бути відповідним. Якщо це кав'ярня зі зручною атмосферою, то інтер'єр повинен відповідати цьому стилю. Інтер'єр допомагає:

- створити єдиний образ ресторану, що допомагає управляти якістю і відповідати очікуванням клієнтів.

У ресторанному бізнесі конкуренція завжди велика, і інтер'єр та атмосфера можуть стати ключовими факторами, які роблять:

- ваш заклад відмінним від інших. Унікальний дизайн може привернути увагу та виокремити вас серед конкурентів.

- збільшення тривалості перебування гостей в ресторані. Це, в свою чергу, може позитивно вплинути на виручку та прибуток закладу.

Інновації у ресторанному бізнесі. Інновації в ресторанному бізнесі не тільки підвищують якість страв і обслуговування, але також допомагають:

- ресторанам залишатися конкурентоздатними;

- забезпечуючи їхню стійкість і розвиток;

- відповідати останнім вимогам та очікуванням гостей, що в свою чергу підвищує загальну якість обслуговування та задоволеність клієнтів;

- впроваджувати нові рецепти, приготування та подачу страв.

Це може призвести до покращення смакових властивостей та представлення страв, що відповідає вимогам сучасних гостей [12].

Інтернет технології. Онлайн-замовлення та мобільні додатки дозволяють клієнтам:

- замовляти страви та столики з будь-якого місця та в будь-який час;
- економити час клієнту ;
- створює більший часовий лаг для приготування страв та визначення уподобань клієнтів.

Це збільшує зручність та доступність для клієнтів, що позитивно впливає на їхнє враження від ресторану.

Використання технологій управління рестораном, таких як POS-системи та програми автоматизації:

- спрощує процеси замовлення, приготування страв та обліку продажів;
- детальний облік складу;
- робити замовлення та відстежувати якість інгредієнтів.

Це допомагає запобігти помилкам та підвищує ефективність персоналу, що в свою чергу впливає і на якість обслуговування.

Роль шеф-кухаря у ресторанному бізнесі.

Висока якість в ресторанному бізнесі не можлива без вміння шеф-кухаря створювати вишукані страви та керувати процесом готування.

Досвід шеф-кухаря є важливим, оскільки він володіє великим багажем знань і навичок у готуванні. Він здатен забезпечувати:

- високу якість страв завдяки своїй експертизі та знанням рецептів, технік готування, та вибору інгредієнтів.

Саме шеф-кухар відповідає за контроль якості страв та дотримання специфікацій, тому його увага до деталей та вимог до стандартів готування повинна забезпечити постійну якість страв.

Шеф-кухар має можливість;

- експериментувати та творити нові страви, що привертають увагу гостей.

Його творчість і здатність до інновацій можуть зробити ресторан унікальним та конкурентоспроможним.

Шеф-кухар має можливість створити унікальну кулінарну атмосферу, яка віддзеркалює концепцію ресторану за допомогою спеціального меню, сезонних страв та тематичних вечорів. Творчі страви та використання місцевих продуктів можуть:

- привертати гостей і підсилювати бренд ресторану як місця з вишуканими та смачними стравами.

Соціальна відповідальність в ресторанному бізнесі. Споживачі стають все більше освіченими щодо соціальних питань, і їм важливо, як ресторани ставляться до екологічних питань, волонтерства, допомоги бідним та інших соціальних аспектів. Ресторан, який враховує ці питання отримує:

- виокремлення даного закладу за нецінності, інтер'єрної чи інших стандартних складових що формують якість закладу для клієнта;
- має кращий шанс зберегти та залучити клієнтів.

Охорона навколишнього середовища та вирішення ключових екологічних проблем стають все більш важливими факторами в готельному бізнесі та впливають на конкурентоспроможність готелів на ринку, при цьому ключовим питанням є їх здатність ефективно управляти екологічними показниками [13].

Соціально відповідальний ресторан має обов'язок створити сприятливі умови для свого персоналу (справедливі умови праці), забезпечуючи справедливу оплату, дотримання прав працівників та безпеку на робочому місці, оскільки щасливий та мотивований персонал. Це дає можливість :

- сприяти підвищенню якості обслуговування;
- утримати високу плинність кадрів в даному виді бізнесу.

Крім того, ресторани, які звертають увагу до екологічних джерел та якості продуктів, показують:

- більший інтерес до здоров'я та задоволеності своїх клієнтів;
- ілюструють нову філософію ведення бізнесу.

Це привертає увагу клієнтів через включення в себе використання страв, вирощених з урахуванням екологічних та етичних стандартів.

Участь у соціальних програмах, благодійних акціях та підтримка спільноти також позитивно впливають на сприйняття ресторану:

- клієнти часто більш схильні підтримувати заклади, які вкладаються у розвиток спільноти.

Туристи та гості готелів позитивно ставляться до «зелених» готельних практик, які в літературі часто називають «зеленою гостинністю»[14].

Врахування соціальної відповідальності це те, чого не явно очікують споживачі. Необхідно, щоб ресторан дбав про соціальні питання, ніс відповідальність перед спільнотою та довкіллям, то ресторан стабілізує клієнтську базу та залучить нових соціально свідомих клієнтів.

Інфраструктура та цінова політика. Місце розташування, яка інфраструктура поруч (або ж яку унікальну інфраструктуру заклад створив у себе) і цінова політика є основними складовими під час створення закладу ресторанного господарства. Правильно підібрана цінова стратегія може сприяти підвищенню якості та задоволеності гостей, що є важливими складовими управління якістю в ресторанному бізнесі [15].

Цінова політика повинна відповідати якості страв і обслуговування. Якщо ресторан пропонує високу якість за відповідною ціною, це сприяє задоволеності клієнтів та створює позитивне враження. Недоречно цінове положення може вплинути на сприйняття якості і з'являться сумнів щодо рівня обслуговування. Якщо гості відчують, що отримують адекватну якість за вартість, вони будуть більш лояльними та задоволеними.

Цінова політика ресторану впливає на його конкурентоспроможність. Якщо ціни занадто високі порівняно з іншими ресторанами у тому ж сегменті, це може відлякувати клієнтів. З іншого боку, надто низька цінова політика може зіпсувати враження про якість і призвести до недооцінки.

Ресторани, які прагнуть підвищити свою цінову політику, зазвичай також прагнуть покращити якість страв і обслуговування. Високі ціни створюють можливість:

- стимулювати ресторан до інвестицій в якість;
- здійснення регулярного аудиту якості.

Цінова політика може впливати на те, коли гості відвідують ресторан. Наприклад, можливість встановлення різних цін на страви в різний час дня дає можливість:

- залучити клієнтів на популярніші часи;
- збалансувати навантаження та збільшити прибуток.

Загалом, цінова політика впливає на імідж ресторану і його позиціонування на ринку. Диференційованість цін дають:

- можуть створити враження про розкіш та ексклюзивність;
- тоді як більш доступні ціни можуть підкреслити лояльність розміщення середнього класу.

Атмосфера в закладі повинна відповідати ціновій політиці, щоб створювалось єдине враження про заклад.

Маркетинг та реклама для ресторанного бізнесу. Маркетинг та реклама допомагають підвищувати усвідомленість про ресторан серед гостей. Якщо клієнти знають про існування ресторану та його пропозиції, вони з більшою ймовірністю відвідають його.

Рекламні кампанії та активність у соціальних мережах допомагають привертати увагу потенційних клієнтів. Якщо ресторан має позитивну репутацію в рекламних каналах, то більше людей відвідуватимуть заклад. Приваблення нових клієнтів - це важлива частина збільшення обігу та успішної роботи ресторану. У ресторанному бізнесі конкуренція завжди висока. Вдала рекламна кампанія може надати перевагу перед конкурентами, підкреслити унікальність ресторану та привернути увагу.

Відгуки клієнтів в соціальних мережах та на веб-сайтах ресторану відіграють важливу роль у формуванні репутації. Якщо ресторан активно взаємодіє з клієнтами в онлайн-середовищі і враховує їхні побажання та скарги, це може значно покращити сприйняття якості обслуговування [16].

Маркетингові зусилля також можуть сприяти залученню клієнтів. Рекламні акції та програми лояльності можуть стимулювати гостей повертатися знову та знову.

Програми лояльності дозволяють:

- нагороджувати постійних клієнтів знижками, подарунками та ексклюзивними пропозиціями, для того, щоб утримати клієнтів, які віддають перевагу ресторану, та підвищити їхню лояльність.

Добре сплановані і контрольовані програми лояльності підприємств ресторанного бізнесу збільшують дохід за рахунок лояльних гостей, сприяють успіху ресторану на ринку, а також гарантують стабільність ресторанного бізнесу [14].

Збільшена увага до репутації та відгуків клієнтів підштовхує ресторан до постійного вдосконалення якості обслуговування, приготування страв і загального досвіду гостей. Позитивні відгуки мотивують персонал до вищих стандартів якості.

Клієнтський зворотній зв'язок не лише допомагає виявляти недоліки, але і створює можливість для постійного вдосконалення та підвищення якості ресторанного бізнесу загалом та перелічених факторів зокрема.

Зворотній зв'язок допомагає ресторанам:

- краще зрозуміти потреби та вимоги своїх клієнтів;
- виявити недоліки та проблеми в роботі ресторану, які можуть впливати на якість обслуговування та страв і вчасно зреагувати на проблеми та вдосконалити процеси;
- вдосконалити процеси обслуговування та приготування страв;
- ідентифікувати сильні сторони ресторану, які сподобалися клієнтам, і підкреслити їх в рекламі та маркетингу;

Усі ці аспекти реклами, соціальних мереж та репутації у відгуках є важливими для врегулювання та підвищення якості ресторанного бізнесу. Ці фактори допомагають зберігати та покращувати репутацію, залучати клієнтів та підтримувати високі стандарти обслуговування, що є фундаментом успіху в цій галузі. Задоволені клієнти схильні повертатися та рекомендувати ресторан іншим.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі

На основі визначених факторів можна робити висновок щодо рівня якості надання послуг ресторану та формувати стратегію з її покращенню. Відомим методом до визначення рівня якості є метод експертного оцінювання за визначеними параметрами що формують домінуючі фактори впливу на якість послуги ресторанного бізнесу. Як визначено у статті, домінуючими групами факторів, які впливають на якість закладу є: економіка гостинності; меню; чистота і безпека; інтер'єр та атмосфера; інновації; Інтернет технології; програми лояльності; роль шеф-кухаря; соціальна відповідальність; інфраструктура та цінова політика; маркетинг та реклама. Доцільно їх провести апробацію на конкретному закладі з бальними оцінками значень вказаних показників.

Перспективи подальших досліджень. В подальших дослідженнях доцільно було б на практиці проаналізувати вагомості факторів впливу та експертним методом оцінити якість групи харчових закладів.

Література

1. Якість , як визначальний фактор задоволення потреб споживачів продукції та послуг ресторанного бізнесу. URL: <http://restaurant-hotel.knukim.edu.ua/article/view/260890> .
2. Вікіпедія, У. П. (2023, September 15). ISO 9000. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/ISO_9000 .
3. Вікіпедія, У. П. (2023, November 17). HACCP. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/HACCP> .
4. Давидова О. Ю. Управління якістю продукції та послуг у готельно-ресторанному господарстві : підруч.; Харків. держ. ун-т харчування та торгівлі. Харків : Вид-во Іванченка І. С., 2018. 487 с.
5. Мальська М. П., Гаталюк О. М., Ганич Н. М. Ресторанна справа: технологія та організація обслуговування туристів (теорія та практика) : підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2013. 304 с.
6. Томаля Т. С., Щипанова Я. І. Управління якістю в готельно-ресторанному бізнесі. Економіка. Управління. Інновації. Серія : Економічні науки. 2014. № 2. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2014_2_56.
7. Управління якістю послуг ресторану через механізми впровадження внутрішніх стандартів обслуговування. Павлова Світлана Іванівна, Житомирський державний університет імені Івана Франка URL: <https://orcid.org/0000-0001-7908-0215> .
8. Готельно-ресторанний бізнес: навч. посібник. [Електронний ресурс] / О.А.Ніколайчук, Н.С.Приймак, – Вид.ДонНУЕТ, 2022. – 87с. URL: <http://elibrary.donnuet.edu.ua>
9. Конспект лекцій з курсу «Інноваційні ресторани технології» / І. В. Золотухіна; Харків. : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2017. – 98с. URL: <https://fs04.vseosvita.ua/o/0401vylb-5beb.pdf>
10. Конспект лекцій з дисципліни «Наукові основи виробництва та зберігання харчової продукції» / укладач: проф. Фошан А.Л. // Державний біотехнологічний університет. РВВ ДБТУ, 2022 р. 85 с. URL: <https://repo.btu.kharkov.ua>
11. Матеріали XII Всеукраїнської науково-практичної конференції, «Інноваційні технології в готельно-ресторанному та туристичному бізнесі», 16-17 травня 2023 р. – К.: НУХТ, 2023 р. – 39 с.
12. Впровадження елементів концепції сталого розвитку в закладі індустрії гостинності. URL: <https://elartu.tntu.edu.ua/>
13. FuentesMoraleda, L., Lafuente-Ibáñez, C., Muñoz-Mazón, A., Villacé-Molinero, T., 2019. URL: <https://doi.org/10.3390/su11185134> .
14. Програми лояльності споживачів як перспективний напрям інноваційної діяльності ресторанних підприємств. Лисюк Т.В, Терещук О.С. 112 с. URL: <http://vestnik-econom.mgu.od.ua/journal/2017/24-1-2017/27.pdf> .
15. Мерчандайзингові підходи до формування концепції закладів ресторанного господарства. 317с. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/96102066.pdf>
16. Бортников Є. Г., Люта Д. А. Реклама в готельно-ресторанному бізнесі. Запорізький національний університет, 2021. 53 с. URL: <https://moodle.znu.edu.ua> Управління якістю в готельно-ресторанному бізнесі. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/tomalya.htm .
17. Стан та перспективи розвитку ресторанного бізнесу. 12с. URL: <http://dspace.idgu.edu.ua> .
18. Давидова О. Ю., Писаревський І. М., Ладженська Р. С. Управління якістю продукції та послуг у готельно-ресторанному господарстві: навчальний посібник РМОіНУ. Харків: ХНАМГ, 2012. 481 с. URL: <https://repo.btu.kharkov.ua/handle/123456789/10646>
19. Сичевський М. П., Хомічак Л. М., Романчук І. О. Сучасний стан та перспективи наукового забезпечення харчової індустрії України. Вісник аграрної науки. 2018-11/Стаття №23, С.186-191. URL: <https://doi.org/10.31073/agroviznyk201811-23>
20. Гончар, . М. Ф., Грибик, І. І., & Комаровський, . В. І. . (2023). Розвиток системи управління якістю підприємств харчової промисловості на засадах інновацій в умовах глобалізації. *Академічні візії*, (26). вилучено із <https://www.academy-vision.org/index.php/av/article/view/704>

References

1. Yakist', yak viznachal'nyy faktor zadovolennya potreb spozhivachiv produktsiyi ta posluh restorannoho biznesu. URL: <http://restaurant-hotel.knukim.edu.ua/article/view/260890> .

-
2. Vikipediya, U. P. (2023, September 15). ISO 9000. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/ISO_9000 .
 3. Vikipediya, U. P. (2023, November 17). HACCP. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/HACCP> .
 4. Davidova O. Yu. Upravlinnya yakistyu produktsiyi ta posluh u hotel'no-restorannomu hospodarstvi : pidruch.; Kharkiv. derzh. un-t kharchuvannya ta torhivli. Kharkiv : Vyd-vo Ivanchenka I. S., 2018. 487 s.
 5. Mals'ka M. P., Hatalyak O. M., Hanych N. M. Restoranna sprava: tekhnolohiya ta orhanizatsiya obsluhovuvannya turystiv (teoriya ta praktyka) : pidruchnyk. Kyiv : Tsentri uchbovoyi literatury, 2013. 304 s.
 6. Tomalya T. S., Shchypanova Ya. I. Upravlinnya yakistyu v hotel'no-restorannomu biznesi. Ekonomika. Upravlinnya. Innovatsiyi. Seriya : Ekonomichni nauky. 2014. № 2. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2014_2_56.
 7. Upravlinnya yakistyu posluh restoranu cherez mekhanizmy vprovadzhennya vnutrishnikh standartiv obsluhovuvannya. Pavlova Svitlana Ivanivna, Zhytomyrskyi derzhavnyi universytet imeni Ivana Franka URL: <https://orcid.org/0000-0001-7908-0215> .
 8. Hotel'no-restoranni biznes: navch. posibnyk. [Elektronnyy resurs] / O.A.Nikolaychuk, N.S.Priymak, – Vyd.DonNUET, 2022. – 87s. URL: <http://elibrary.donnuet.edu.ua>
 9. Konspekt lektsiy z kursu «Innovatsiyi restoranni tekhnolohiyi» / I. V. Zolotukhina; Kharkiv. : KhNUMG im. O. M. Beketova, 2017. – 98s. URL: <https://fs04.vseosvita.ua/o/0401vylb-5beb.pdf>
 10. Konspekt lektsiy z dyscyplini «Naukovi osnovy vyrobnytstva ta zberihannya kharchovoyi produktsiyi» / ukladach: prof. Foshchan A.L. // Derzhavnyi biotekhnolohichniy universytet. RVV DBTU, 2022 r. 85 s. URL: <https://repo.btu.kharkov.ua>
 11. Materialy XII Vseukrayinskoyi nauково-praktychnoyi konferentsiyi, «Innovatsiyi tekhnolohiyi v hotel'no-restorannomu ta turystychnomu biznesi», 16-17 travnya 2023 r. – K.: NUKhT, 2023 r. – 39 s.
 12. Vprovadzhennya elementiv kontseptsiyi staloho rozvytku v zakladi industriyi hospodarnosti. URL: <https://elartu.tntu.edu.ua/>
 13. FuentesMoraleda, L., Lafuente-Ibáñez, C., Muñoz-Mazón, A., Villacé-Molinero, T., 2019. URL: <https://doi.org/10.3390/su11185134> .
 14. Prohramy loial'nosti spozhyvachiv yak perspektyvnyy napryam innovatsiynoi diyal'nosti restorannykh pidpryemstv. Lysyuk T.V, Tereshchuk O.S. 112 s. URL: <http://vestnik-econom.mgu.od.ua/journal/2017/24-1-2017/27.pdf> .
 15. Merchandayzinovi pidkhody do formuvannya kontseptsiyi zakladiv restorannoho hospodarstva. 317s. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/96102066.pdf> .
 16. Bortnykov Ye. H., Liuta D. A. Reklama v hotel'no-restorannomu biznesi. Zaporiz'kyy natsional'nyy universytet, 2021. 53 c. URL: <https://moodle.znu.edu.ua> Upravlinnya yakistyu v hotel'no-restorannomu biznesi. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/tomalya.htm .
 17. Stan ta perspektyvy rozvytku restorannoho biznesu. 12s. URL: <http://dspace.idgu.edu.ua> .
 18. Davidova O. Yu., Pysarevskyy I. M., Ladyzhens'ka R. S. Upravlinnya yakistyu produktsiyi ta posluh u hotel'no-restorannomu hospodarstvi: navchal'nyy posibnyk RMOiNU. Kharkiv: KhNAMH, 2012. 481 s. <https://repo.btu.kharkov.ua/handle/123456789/10646>
 19. Sychets'kyy M. P., Khomychak L. M., Romanchuk I. O. Suchasnyy stan ta perspektyvy naukovoho zabezpechennya kharchovoyi industriyi Ukrainy. Visnyk ahraryi nauky. 2018-11/Statya №23, S.186-191. <https://doi.org/10.31073/agrovisnyk201811-23>
 20. Honchar, . M. F., Hrybyk, I. I., & Komarovs'kyy, . V. I. . (2023). Rozvytok systemy upravlinnya yakistyu pidpryemstv kharchovoyi promyslovosti na zasadakh innovatsiy v umovakh hlobalizatsiyi. Akademichni viziyyi, (26). vylucheno iz <https://www.academy-vision.org/index.php/av/article/view/704>
-