МІНІСТЕРСТВО ФІНАНСІВ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ПОДАТКОВИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ СОЦІАЛЬНО-ГУМАНІТАРНИХ ТЕХНОЛОГІЙ, СПОРТУ ТА РЕАБІЛІТАЦІЇ
КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТУ ТА ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему: «Удосконалення якості готельно-ресторанних послуг»

Здобувача вищої освіти I рівня, 4 курсу, МБГ-20-1 групи,
спеціальності 073 «Менеджмент»
освітня програма «Менеджмент готельно-ресторанного бізнесу»

Роженюк Дмитро Олександрович

Науковий керівник Канцур Інна Григорівна
к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту та публічного управління

Керівник освітньо-професійної програми Держак Наталія Олександрівна
к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту та публічного управління

Допущено до захисту за рішенням кафедри менеджменту та публічного управління, протокол від «3» червня 2024 р. № 12

Завідувач кафедри Гусятинський Микола Володимирович
к.т.н., доцент

Ірпінь-2024

Реєстрація № 3 06.06.2024 _____
(дата) (підпис відповідальної особи)

Результати перевірки 31.05.24 _____
(дата) (підпис)

до захисту (до захисту, на доопрацювання)

Результати захисту 92/A/5 12.06.2024 _____
(оцінка) (дата) (підпис)

Голова комісії: _____ С.Д. Бушуєв
(підпис) (ініціали, прізвище)

Члени комісії: _____ М.В. Гусятинський
(підпис) (ініціали, прізвище)

_____ І.Г. Канчур
(підпис) (ініціали, прізвище)

_____ С.А. Супруненко
(підпис) (ініціали, прізвище)

БЛАНК ОЦІНЮВАННЯ КВАЛАФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ

Об'єкти контролю	Діапазон оцінок в бланках	Фактична кількість балів	Примітки	Дата, П.І.П.: голови комісії, членів комісії, секретаря (підписи)
ОЦІНЮВАННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ КОМІСІЄЮ ПО ЗАХИСТУ				
1. Доповідь	від 0 до 10	10		С.Д. Бушуєв М.В. Гуся-тинський І.Г. Кандур С.А. Сударуненко Ю.І. Сніжко
2. Роздатковий матеріал	від 0 до 5	5		
3. Значення теоретичного та практичного матеріалу, вміння відповісти на запитання	від 0 до 25	20		
4. Апробація (участь у конференціях)	від 0 до 10	7		
РАЗОМ БАЛІВ	від 0 до 50	50		
ЗАГАЛЬНА КІЛЬКІСТЬ БАЛІВ	від 0 до 100	92		

ПЕРЕВЕДЕННЯ ОЦІНКИ ЗА 100-БАЛЬНОЮ ШКАЛОЮ ДО НАЦІОНАЛЬНОЇ ШКАЛИ ТА ШКАЛИ ЄКТС

Оцінка за 100-бальною шкалою	Оцінка за шкалою ЄКТС	Оцінка за національною шкалою	Дата	П.І.П.: голови, членів комісії, секретаря (підписи)
92	A	5	12.06.2024	С.Д. Бушуєв М.В. Гуся-тинський І.Г. Кандур С.А. Сударуненко Ю.І. Сніжко

Правила переведення оцінок до національної шкали та шкали ЕКТС

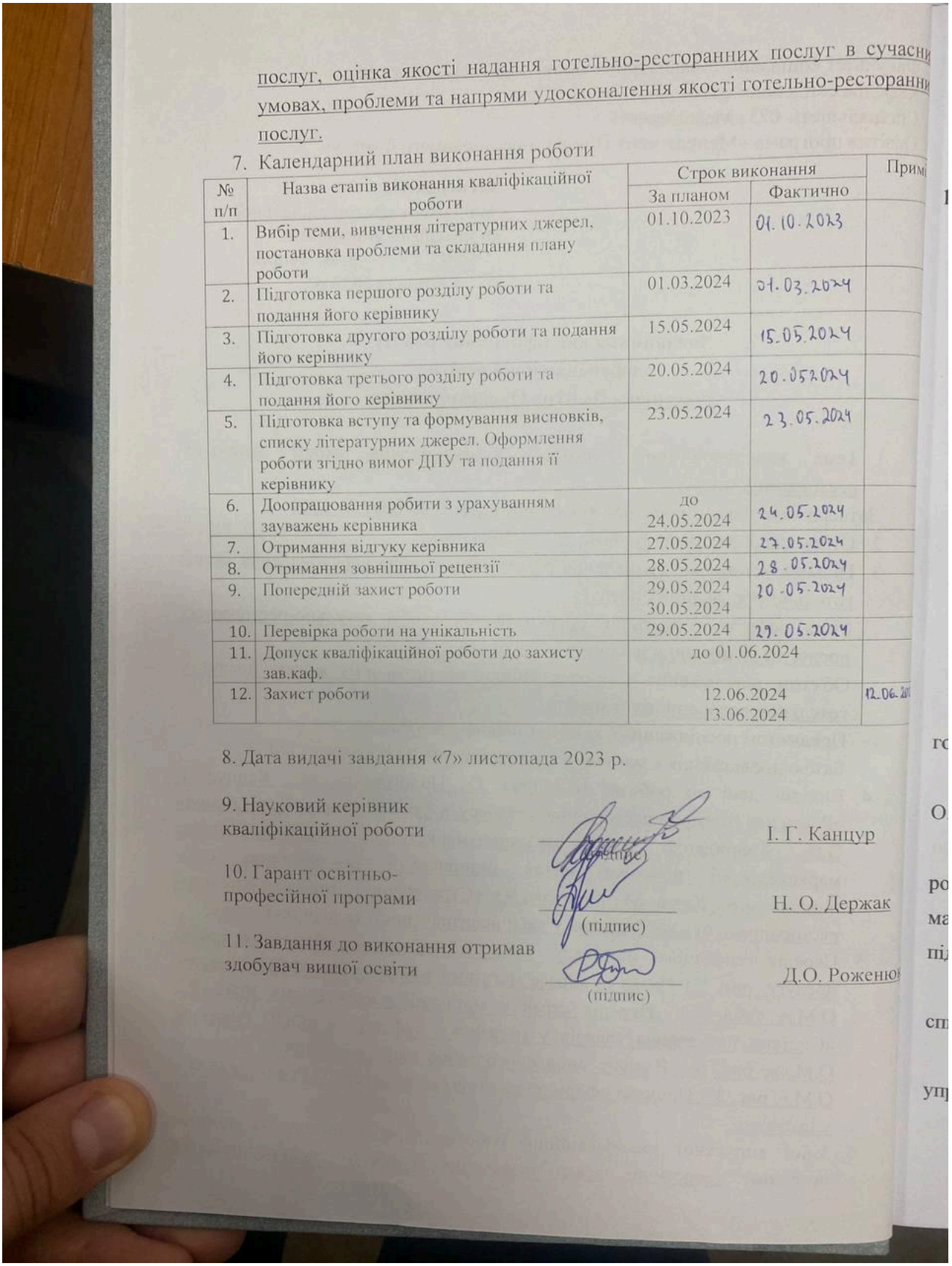
Оцінка за 100-бальною шкалою	Оцінка за шкалою ЄКТС	Оцінка за національною шкалою
90-100	A	5 (відмінно)
80-89	B	4 (добре)
70-79	C	
60-69	D	3 (задовільно)
50-59	E	
35-49	FX	2 (незадовільно)

Факультет соціально-гуманітарних технологій та менеджменту
Кафедра соціальної філософії та управління
Спеціальність 073 «Менеджмент»
Освітня програма «Менеджмент готельно-ресторанного бізнесу»

Затверджую
Завідувач кафедри соціальної
філософії та управління
_____Л. В. Чупрій
«7» листопада 2023 р.

Завданняна кваліфікаційну роботу
здобувача вищої освіти
Роженюка Дмитра Олександровича

1. Тема кваліфікаційної роботи: «Удосконалення якості готельно-ресторанних послуг»
Затверджена наказом ректора від «16» жовтня 2023 року № 1369
2. Строк здачі закінченої роботи: 27.05.2024 року;
3. Цільова установка: визначення рекомендацій щодо удосконалення якості готельно-ресторанних послуг;
Мета роботи: теоретичне обгрунтування якості готельно-ресторанних послуг та визначення напрямів їх удосконалення;
Об'єтом дослідження є процес оцінки та управління якістю послуг у готельно-ресторанному бізнесі;
Предметом дослідження є якість готельно-ресторанних послуг;
Базою дослідження є магазин з кафетерієм «ФОП Роженюк О.М.»;
4. Вихідні дані до роботи: Баженова, С., Пологовська, Ю., Канцур, І. «Розвиток готельно-ресторанного бізнесу в умовах сьогодення», Вашків О.П., Гавриленко Ю.С. «Інтернет-маркетинг – новий напрям маркетингової політики малих підприємств та фізичних осіб-підприємців», Кохан М., Бірюкова Ю. «Стратегічний потенціал готельно-ресторанного бізнесу України у часи невизначеності та швидких змін»;
5. Перелік графічного матеріалу: табл. 1.1 «Система управління якістю послуг», рис. 2.1 Назва та адреса магазину з кафетерієм «ФОП Роженюк О.М.», табл. 2.1 «Перелік страв у магазині з кафетерієм», табл. 2.2 «Система постачання товарів у магазині з кафетерієм «ФОП Роженюк О.М.»», рис. 3.1 Варіант оновленого меню кафетерію «ФОП Роженюк О.М.», рис. 3.2 Приклад оформлення сторінки кафетерію «Роженюк О.М.» у Instagram.
6. Зміст випускної кваліфікаційної роботи (перелік питань за кожним розділом): теоретичні засади визначення якості готельно-ресторанних



послуг, оцінка якості надання готельно-ресторанних послуг в сучасни
умовах, проблеми та напрями удосконалення якості готельно-ресторанни
послуг.

7. Календарний план виконання роботи

№ п/п	Назва етапів виконання кваліфікаційної роботи	Строк виконання		Прим
		За планом	Фактично	
1.	Вибір теми, вивчення літературних джерел, постановка проблеми та складання плану роботи	01.10.2023	01.10.2023	
2.	Підготовка першого розділу роботи та подання його керівнику	01.03.2024	01.03.2024	
3.	Підготовка другого розділу роботи та подання його керівнику	15.05.2024	15.05.2024	
4.	Підготовка третього розділу роботи та подання його керівнику	20.05.2024	20.05.2024	
5.	Підготовка вступу та формування висновків, списку літературних джерел. Оформлення роботи згідно вимог ДПУ та подання її керівнику	23.05.2024	23.05.2024	
6.	Доопрацювання робити з урахуванням зауважень керівника	до 24.05.2024	24.05.2024	
7.	Отримання відгуку керівника	27.05.2024	27.05.2024	
8.	Отримання зовнішньої рецензії	28.05.2024	28.05.2024	
9.	Попередній захист роботи	29.05.2024 30.05.2024	30.05.2024	
10.	Перевірка роботи на унікальність	29.05.2024	29.05.2024	
11.	Допуск кваліфікаційної роботи до захисту зав.каф.	до 01.06.2024		
12.	Захист роботи	12.06.2024 13.06.2024		12.06.20

8. Дата видачі завдання «7» листопада 2023 р.

9. Науковий керівник кваліфікаційної роботи _____ (підпис) І. Г. Канцур

10. Гарант освітньо-професійної програми _____ (підпис) Н. О. Держак

11. Завдання до виконання отримав здобувач вищої освіти _____ (підпис) Д.О. Роженю

ЗМІСТ

ВСТУП **6**

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИЗНАЧЕННЯ ЯКОСТІ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИХ ПОСЛУГ **9**

1.1. Сутність та значення якості готельно-ресторанних послуг в сучасному бізнесі 9

1.2. Особливості управління якістю готельно-ресторанних послуг 14

РОЗДІЛ 2. ОЦІНКА ЯКОСТІ НАДАННЯ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИХ ПОСЛУГ В СУЧАСНИХ УМОВАХ **19**

2.1. Загальна характеристика та особливості діяльності магазину з кафетерієм «ФОП Роженюк О.М.» 19

2.2. Аналіз якості (обслуговування, культури, продукції) надання готельно-ресторанних послуг у магазині з кафетерієм «ФОП Роженюк О.М.» 23

РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ ТА НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ЯКОСТІ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИХ ПОСЛУГ **31**

ВИСНОВКИ **39**

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ **43**

ДОДАТКИ **48**

ВСТУП

Актуальність теми. В умовах динамічного розвитку ринкової економіки, ключовим аспектом, що впливає на репутацію та конкурентоспроможність національних компаній, є збалансоване співвідношення між ціною та якістю їх продукції. Підвищення стандартів якості виробів до міжнародного рівня стає пріоритетом для підтримки високого іміджу підприємств України, зокрема в готельно-ресторанній сфері.

З огляду на обмежений досвід у даній сфері в Україні, актуалізується потреба у вдосконаленні якості послуг готельно-ресторанного бізнесу. Це вимагає оновлення підходів до менеджменту, з метою створення, забезпечення, і постійного вдосконалення рівня сервісу, що відповідає не лише внутрішнім, але й світовим стандартам. Інтеграція передових технологій та оптимізація процесів управління якістю відіграють ключову роль у відповідності до вимог та бажань клієнтів, що змінюються з кожним днем. Це сприяє не лише підвищенню задоволеності споживачів, але й забезпечує зростання продуктивності в готельно-ресторанній сфері. Важливим фактором є також адаптація до постійно змінюваних уподобань споживачів, які все більше цінують інновації та індивідуальний підхід.

Враховуючи ці аспекти, дослідження, спрямоване на удосконалення якості готельно-ресторанних послуг, набуває ще більшої ваги, оскільки воно відкриває шляхи для інновацій та покращення в усіх сферах галузі, від екологічності до цифровізації.

Стан і ступінь розробки проблеми в спеціальній літературі. Дослідження якості послуг в секторі готельно-ресторанного бізнесу було предметом аналізу як українських, так і зарубіжних науковців. Вчені на кшталт М.Г. Бойка, Л.М. Гопкала, О.М. Головка, Н.С. Кампова, С.С. Махлинця та Г.В. Симочка зосередили увагу на організації сервісу в готелях, а також розкрили ключові концепції якості послуг. Інші дослідники, включаючи І.Б. Андренка, Л.І.

Гірняка, О.Ю. Давидову, О.М. Кравця, Р.С. Ладиженську, І.М. Писаревського, К.А. Бенавідес-Веласко, К. Кінтану-Гарчаба та М. Марханта-Лараба, займалися вивченням сучасних методів управління якістю в готельно-ресторанних комплексах. Проте, питання удосконалення та підвищення якості готельно-ресторанних послуг у цій сфері потребують більш глибокого вивчення. Це вимагає нових досліджень для вдосконалення менеджменту в готельно-ресторанному бізнесі, особливо з урахуванням сучасних викликів та тенденцій.

Мета дослідження: теоретичне обгрунтування якості готельно-ресторанних послуг та визначення напрямів їх удосконалення.

Відповідно до поставленої мети визначено такі *завдання:*

- описати сутність та значення якості готельно-ресторанних послуг в сучасному бізнесі;
- визначити особливості управління якістю готельно-ресторанних послуг;
- дослідити загальну характеристику та особливості діяльності магазину з кафетерієм «ФОП Роженюк О.М.»;
- здійснити аналіз якості (обслуговування, культури, продукції) надання готельно-ресторанних послуг магазину з кафетерієм «ФОП Роженюк О.М.»;
- визначити проблеми та запропонувати напрями удосконалення якості готельно-ресторанних послуг.

Об'єктом дослідження є процес оцінки та управління якістю послуг у готельно-ресторанному бізнесі.

Предметом дослідження є якість готельно-ресторанних послуг.

Методи дослідження. Методи узагальнення та класифікації відіграли важливу роль у розумінні сутності та значення якості готельно-ресторанних послуг в сучасному бізнесі. В свою чергу, метод літературного аналізу дозволив виділити та охарактеризувати основні особливості управління якістю готельно-ресторанних послуг. Системний та аналітичний методи дозволили дослідити загальну характеристику та особливості діяльності магазину з кафетерієм «ФОП Роженюк О.М.», а також проаналізувати якість надання готельно-ресторанних послуг у даному закладі. Для визначення проблем та вдосконалення якості готельно-ресторанних послуг були використані методи спостереження, який дозволив зібрати дані безпосередньо, спостерігаючи за поведінкою клієнтів та робочими процесами, та стратегічний аналіз, що дав можливість оцінити зовнішнє та внутрішнє середовище закладу, виявити сильні та слабкі сторони, а також можливості та загрози.

База дослідження: магазин з кафетерієм «ФОП Роженюк О.М.»;

Науково-практична значимість одержаних результатів. Практичне значення кваліфікаційної роботи полягає у виявленні слабких місць у наданні послуг та розробці конкретних рекомендацій для їх усунення, що включає аналіз клієнтських відгуків, оцінку стандартів сервісу, а також впровадження новітніх технологій для підвищення ефективності обслуговування. Результати дослідження можуть використовуватися для підготовки персоналу, покращення менеджменту та маркетингових стратегій.

У аспекті наукового значення та у навчальному процесі написання кваліфікаційної роботи можуть служити як навчальний матеріал для здобувачів вищої освіти, які спеціалізуються у сфері гостинності. Вони можуть вивчати реальні кейси, аналізувати пропоновані рішення та розробляти власні проекти з удосконалення якості послуг.

Для закладів готельно-ресторанної сфери результати дослідження можуть стати основою для внутрішнього аудиту та стратегічного планування. Вони можуть використовувати ці дані для визначення пріоритетних напрямів розвитку та інвестицій у покращення сервісу.

Таким чином, кваліфікаційна робота не лише сприяє академічному розвитку здобувача вищої освіти, але й має потенціал внести значний вклад у розвиток готельно-ресторанного бізнесу, підвищуючи загальний рівень якості послуг у цій галузі.

РОЗДІЛ 1.
ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИЗНАЧЕННЯ ЯКОСТІ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИХ ПОСЛУГ

1.1. Сутність та значення якості готельно-ресторанних послуг в сучасному бізнесі

У сучасному світі готельно-ресторанний бізнес відіграє ключову роль у розвитку туристичної індустрії та економіки країн загалом. Якість послуг в цій сфері безпосередньо впливає на задоволення клієнтів та їхнє рішення повернутися знову. Відгуки клієнтів , які поділяються через соціальні мережі та платформи для відгуків, можуть мати значний вплив на репутацію закладу [33, с. 150]. Таким чином, інвестиції в якість обслуговування та надання унікального досвіду для гостей стають не просто бажаними, а й необхідними для успіху в індустрії.

Задоволеність клієнтів та їхня лояльність є основою для створення стабільного потоку доходів та позитивного іміджу. Це, у свою чергу, сприяє збільшенню кількості повторних візитів та рекомендацій від клієнтів, що є життєво важливим для бізнесу, особливо в умовах високої конкуренції. Враховуючи це, готельно-ресторанні заклади повинні постійно шукати шляхи для підвищення якості послуг, включаючи навчання персоналу, оновлення інтер'єру та впровадження інноваційних технологій [21].

Розвиток готельно-ресторанної індустрії в Україні стоїть на передовій економічного прогресу країни. Прагнення до вдосконалення якості обслуговування, з орієнтацією на індивідуальні запити та вподобання кожного гостя, є основоположним принципом для українських готелів та ресторанів [8]. Це не лише підвищує їхню конкурентоздатність, але й сприяє формуванню довгострокових відносин з клієнтами.

Для досягнення цієї мети, заклади повинні не тільки дотримуватися усталених стандартів, але й постійно адаптуватися до змінюваних очікувань споживачів, впроваджуючи інновації та підвищуючи рівень персоналізації послуг. В кінцевому підсумку, успіх у готельно-ресторанному бізнесі вимірюється не лише відгуками клієнтів, але й їхньою готовністю рекомендувати заклад друзям та родині, що є найкращим свідченням високої якості послуг.

Слово “якість” походить від латинського “qualitas”, що означає “властивість” або “характеристика”. В свою чергу, якість послуг можна визначити як сукупність властивостей і характеристик послуги, що формують її здатність задовольняти потреби споживача та відповідати його очікуванням [3].

Поняття якості готельно-ресторанних послуг включає в себе розуміння того, що це не просто виконання стандартних процедур, але й забезпечення високого рівня задоволення клієнта [11, с. 361]. Це означає, що послуги повинні бути надані своєчасно, з урахуванням індивідуальних потреб та очікувань клієнта, а також мають бути безпечними та комфортними.

Варто зазначити, що сфера готельно-ресторанного бізнесу є ключовим елементом індустрії обслуговування, яка об’єднує різноманітні види діяльності, спрямовані на задоволення потреб клієнтів. Ці види діяльності унікальні тим, що кінцевий продукт, який пропонується споживачам, представлений у формі послуг. Послуги, як правило, впливають на якість існуючого продукту, покращуючи його або додаючи нові властивості [26].

Готельно-ресторанний сектор пропонує унікальні послуги, які не можна порівняти зі звичайними товарами, завдяки їх специфічним властивостям [17, с. 68]:

1) Обмеженість ресурсів. Готельні номери та ресторанні місця мають обмежену кількість, що робить неможливим зберігання або перепродаж невикористаних приміщень на інший час.

2) Універсальність послуг. Ця особливість стосується як проживання, так і харчування, підкреслюючи широкий спектр готельно-ресторанного сервісу.

3) Неможливість акумуляції. Відсутність здатності до зберігання послуг вимагає від готельних комплексів постійної активності та адаптації до змін у попиті.

4) Змінність якості. Високий рівень автоматизації в готельно-ресторанному бізнесі вимагає стандартизації сервісу для забезпечення однаково високої якості обслуговування.

5) Різноманітність пропозицій. Широкий вибір послуг, що надаються готелями, сприяє здоровій конкуренції та розвитку ринку.

Однією з основних відмінностей готельно-ресторанних послуг від товарів промислового виробництва є їх невідчутність, тобто послуги не можна оцінити за допомогою зору, їх неможливо відчути на запах чи дотик, не можливо спробувати послуги на смак.

Класифікація готельних послуг може бути здійснена за такими критеріями [24]:

1. За призначенням:

− Основні послуги, тобто такі, що формують базовий пакет, який включений у вартість проживання та надається гостям згідно з умовами бронювання. До цього пакету зазвичай відносяться: власне проживання (резервація, підготовка номерів, реєстрація гостей, обслуговування під час перебування та забезпечення безпеки); харчування; побутові послуги (прибирання, прання та інші зручності, що забезпечують комфортне перебування);

− Додаткові послуги, які не входять у стандартний пакет, можуть бути замовлені та оплачені окремо, зокрема до таких послуг відносять: культурні та спортивні заходи; комунікаційні послуги (доступ до Інтернету, комунікаційні та

інформаційні послуги; бізнес-послуги (організація конференцій, зустрічей); розважальні та оздоровчі послуги (спа-процедури, концерти); медичні та інші спеціалізовані послуги [31, с. 51].

2. За типом оплати на:

- Комерційні послуги – це такі послуги, за які клієнт сплачує окремо, до прикладу: трансфери, перукарські послуги, прання та хімчистка, користування офісною технікою, відпочинок у сауні чи спортзалі, організацію екскурсій, а також бронювання квитків на різноманітні заходи;
- Послуги, що входять у вартість, до них належать послуги, які готель надає без додаткової плати, такі як медична допомога у невідкладних випадках, послуга "будильник", доставка в номер, використання посуду, паркування автомобільного транспорту тощо.

Додатково, готелі можуть пропонувати інноваційні послуги, які відповідають сучасним трендам та потребам клієнтів [19, с. 95].

Принагідно, варто наголосити на тому, що для готельно-ресторанного бізнесу, високий стандарт обслуговування є життєво необхідним задля досягнення основної мети – прибутковості [29, с. 83]. Якісне обслуговування безпосередньо корелює з фінансовим успіхом, оскільки задоволені клієнти частіше повертаються та рекомендують готель іншим.

До основних елементів, що визначають якість обслуговування у готельно-ресторанному секторі найчастіше відносять [32]:

1) Матеріально-технічне забезпечення, яке включає в себе не лише сучасне оформлення інтер'єру та екстер'єру закладу, але й оснащення номерів комфортабельними меблями, якісним обладнанням, а також надання висококласного посуду та текстилю. Не менш важливою є наявність зручних зон для спілкування та відпочинку гостей.

2) Сервіс та обслуговування. Відповідальність за реєстрацію гостей, їх розміщення та розрахунок, а також за підтримку чистоти в номерах та

громадських просторах. Важливим є також дотримання високих стандартів у приготуванні їжі та напоїв, що впливає на загальне враження від відвідування ресторанів та барів.

3) Персонал. Ключовим фактором є кваліфікація та професіоналізм співробітників, їхня здатність надавати послуги швидко та ефективно, з особливою увагою до потреб кожного клієнта. Персонал є обличчям закладу і відношення співробітників до гостей має безпосередній вплив на їхнє сприйняття якості послуг.

Ці елементи разом формують загальне враження клієнта про якість обслуговування та впливають на його рішення повернутися в готель чи ресторан у майбутньому. Важливо, щоб готельно-ресторанні підприємства постійно працювали над покращенням цих аспектів, аби залишатися конкурентоспроможними та привабливими для клієнтів.

До того ж, ці елементи сприяють формуванню відгуків клієнтів, які є надважливими для онлайн-репутації готельно-ресторанного бізнесу. Позитивні відгуки можуть привернути більше клієнтів, тоді як негативні можуть серйозно зашкодити бренду. Тому, активне управління враженнями клієнтів та їхніми відгуками в соціальних мережах та на сайтах з відгуками стає ключовим аспектом стратегії маркетингу [28, с. 60].

Крім того, інвестиції в навчання персоналу та технологічні інновації можуть значно підвищити рівень задоволеності клієнтів. Наприклад, впровадження системи CRM для персоналізації обслуговування або використання штучного інтелекту для оптимізації процесів бронювання та управління запитами клієнтів може створити більш плавний та приємний досвід для гостей [5].

Також, важливою є адаптація до змінних умов ринку та потреб споживачів, що може включати розробку нових послуг, таких як екологічні програми або спеціалізовані пакети для різних типів мандрівників [9, с. 29]. Наразі особливе значення для готельно-ресторанної сфери в Україні є адаптація до змін, що були спричиненні повномасштабним вторгненням російськиї військ

[20]. Все це разом допомагає готельно-ресторанним підприємствам не лише виживати, а й процвітати в динамічному бізнес-середовищі.

Отже, можна дійти висновку, що якість послуг є одним із вирішальних факторів для успішного готельно-ресторанного бізнесу. Вона визначає загальне задоволення клієнтів, їхню лояльність та репутацію закладу. У світі, де вибір споживачів часто формується через відгуки та рекомендації, висока якість послуг може стати вирішальним фактором у виборі готелю чи ресторану.

Готельно-ресторанні підприємства, які зосереджуються на наданні якісних послуг, мають кращі шанси на успіх. Це включає інвестиції в матеріально-технічну базу, професійний розвиток персоналу, стандартизацію сервісу, та впровадження інноваційних технологій. Адаптація до змінних потреб ринку та впровадження нових послуг, таких як екологічні програми чи спеціалізовані пакети, може додатково підсилити позиції підприємства.

Варто також зауважити, що якість готельно-ресторанних послуг не лише впливає на короткострокові фінансові показники, але й є ключовим елементом для довгострокового розвитку та процвітання в галузі. Вона є важливим активом, який допомагає формувати стійке та позитивне враження про бренд у свідомості клієнтів.

1.2. **Особливості управління якістю готельно-ресторанних послуг**

Репутація готельно-ресторанного бізнесу значною мірою залежить від впровадження ефективної системи контролю якості послуг. Управління цією системою вимагає не лише дотримання корпоративних стандартів якості, але й застосування передових методик і принципів у цій сфері [6, с. 127]. Задля позитивного результату важливо також враховувати законодавчі норми, очікування клієнтів і забезпечувати взаємозв’язок між ключовими елементами системи якості та загальною стратегією управління підприємством.

Міжнародний та національний досвід підкреслює, що контроль за якістю в готельно-ресторанному бізнесі є багатогранним процесом, що включає у себе управлінські, економічні та соціальні аспекти діяльності закладів. Управління якістю послуг у готельно-ресторанній сфері розглядається як інтегрована система, яка об'єднує різноманітні елементи, принципи та методики, спрямовані на вдосконалення стандартів якості та оптимізацію витрат. В результаті, основна мета управління якістю полягає у досягненні балансу між її компонентами, з акцентом на ключові цілі: підвищення якісних показників, скорочення витрат на операції, підвищення швидкості обслуговування та максимізація прибутку [34]. Враховуючи це, готелі починають оцінювати свою прибутковість через призму якості, конкурентоздатності та ціноутворення, відображаючи актуальний стан ринку готельних послуг. Структурно-функціональну модель системи управління якістю послуг у готельному бізнесі подано у табл. 1.1.

Таблиця 1.1

Система управління якістю послуг

Мета СУЯП					
Досягнення довготривалого успіху через покращання якості обслуговування клієнтів, зниження операційних витрат, отримання вигоди для усіх співробітників та суспільства, враховуючи критерій					
Завдання СУЯП					
Поліпшення економічного стану та розширення ринку збуту послуг	Досягнення міжнародного рівня надання послуг	Орієнтація на задоволення вимог ринкових сегментів	Освоєння нових послуг, розвиток сервісу	Дотримання й покращення показників якості послуг	Моніторинг і попередження неякісних послуг
Об'єкти та суб'єкти СУЯП					
Персонал (MEN)	Обладнання (MACHINE)	Матеріали (MATERIAL)	Методи (METHOD)		Навколишнє середовище, мікроклімат (MILIEU)
Елементи СУЯП					
добір кадрів; досвід; професійні навики; кваліфікація;	системи опалення, вентиляції та кондиціонування; системи безпеки та нагляду;	продукти харчування та напої; постільна білизна та рушники; засоби для прибирання;	стандартизовані процедури обслуговування; інноваційні методи маркетингу та просування;		зручне розташування готелю; естетичний дизайн інтер'єру;

комунікація в колективі.	обслуговування та оновлення обладнання;			ефективне управління ресурсами; аналіз задоволеності клієнтів.	Контроль рівня шуму та інших негативних факторів довкілля;
Функції СУЯП					
Планування	Організування	Мотивування	Моніторинг	Контролювання	Аназілування
Часові періоди СУЯП					
Стратегічний		Поточний		Тактичний	

Джерело: [2, 38]

В контексті дослідження питання управління якістю готельно-ресторанних послуг цінним стане науковий доробок американських дослідників Едварда Демінга та Джозефа Джурана, які внесли значний вклад у формування концепції комплексного управління якістю (TQM — Total Quality Management) [1]. Їхній підхід до якості та методологія забезпечення якості стали фундаментальними для TQM.

Таким чином, до основних принципів TQM відносять [39]:

- орієнтація всіх процесів на задоволення потреб та бажань клієнтів;
- залучення кожного співробітника до досягнення основної мети - високого рівня задоволення клієнтів;
- неперервне вдосконалення якості послуг та продукції;
- концентрація на процесах як на шляху до оптимізації вартості та цінності продукту для споживача;
- прийняття рішень на основі даних та фактів, а не суб’єктивних думок чи досвіду.

У рамках TQM, процеси в організації перетинають різні сфери діяльності та вважаються ключовими для забезпечення якості. Якість кожного процесу безпосередньо впливає на кінцевий продукт, тому акцент робиться на профілактику помилок, а не на їх виправлення.

Безперервне поліпшення якості надання послуг, як одне з основоположних завдань TQM, може бути як радикальним, так і інкрементальним. Радикальні поліпшення часто вимагають значних інвестицій та впровадження новітніх технологій, що може включати глибоку реконструкцію процесів [35, с. 110].

Інкрементальні покращення, хоча і можуть здаватися незначними на перший погляд, у сукупності можуть мати великий вплив. Цей підхід до безперервного вдосконалення дозволяє досягти значних результатів без великих витрат.

Загалом, процес управління якістю можна розглядати як послідовність таких кроків [4]:

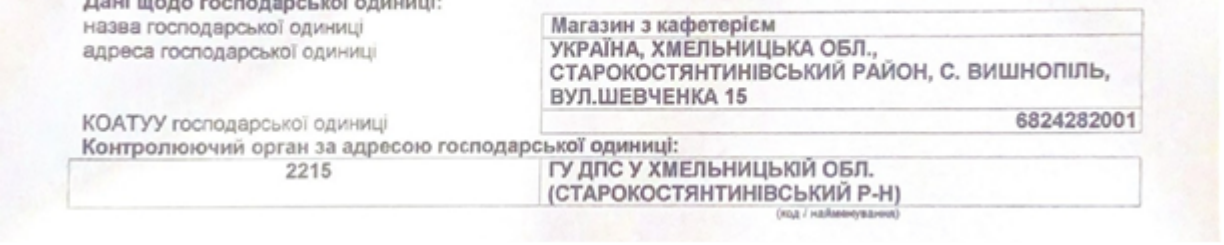
1. Освоєння концепції управління якістю, що включає вивчення виробничих процесів із залученням фахівців;
2. Розробка та затвердження політики якості, яка відображає цілі організації та зобов’язання щодо якості;
3. Створення організаційної структури, спрямованої на виробництво продукції та надання послуг, які задовольняють потреби клієнтів;
4. Оцінка якості через опитування клієнтів про їхні очікування та враження від отриманих послуг, що дозволяє визначити рівень задоволеності;
5. Планування операцій з використанням аналітичних методів для визначення оптимальних процесів та відповідальних за їх виконання;
6. Розробка системи, яка забезпечує зв’язок між дизайном продукту та системою поставок, включаючи пакет документації з цілями та стандартами;
7. Визначення здатності компанії відповідати вимогам клієнтів, а у випадку неможливості – фокусування на сегменті ринку, який може бути обслуговний ефективно.
8. Здійснення статистичного аналізу дозволяє оцінити ефективність представлення продукції та послуг співробітниками, що сприяє підвищенню якості обслуговування.

9. Створення умов для самостійного вирішення питань якості працівниками на їх робочих місцях, що забезпечує оперативність та ефективність процесу.

10. Надання персоналу постійної освіти та тренінгів, які забезпечують розвиток професійних навичок та знань. Це допомагає кожному члену команди бути компетентним у своїй сфері та ефективно виконувати свої обов'язки, підвищуючи загальний рівень якості роботи компанії [16, с. 290].

Варто наголосити, що стратегія управління якістю в галузі готельно-ресторанного бізнесу повинна бути орієнтована на тривалу перспективу та включати наступні аспекти: підвищення фінансового благополуччя закладу; забезпечення високої якості обслуговування; зосередження уваги на вимогах конкретних сегментів споживачів; впровадження інноваційних послуг, що базуються на новітніх концепціях; зниження кількості помилок у роботі; розвиток додаткових сервісів згідно з побажаннями клієнтів [14, с. 112].

Отже, можна дійти висновку, що особливості управління якістю готельно-ресторанних послуг включають: системний підхід до управління якістю; зосередження на потребах клієнті, тобто потреби та очікування клієнтів мають бути в центрі уваги при наданні послуг; постійне вдосконалення, тобто прагнення до безперервного поліпшення процесів та послуг є ключовим для підтримання високого рівня якості; залучення персоналу, зокрема, навчання та розвиток навичок співробітників, що є важливими для забезпечення якісного обслуговування; використання стандартів якості, що виражається у дотриманні міжнародних та національних стандартів, таких як ISO серії 9000 тощо [37]; контроль та оцінка якості, що можна забезпечити регулярним моніторингом та оцінки якості послуг; комунікація з клієнтами, тобто ефективний зворотний зв'язок з клієнтами, що дозволить покращити якість послуг та адаптувати їх до змін у потребах клієнтів; інноваційність, що забезпечується шляхом впровадження нових технологій та інноваційних підходів до обслуговування.


Дані щодо господарської одиниці:
назва господарської одиниці | Магазин з кафетерієм
адреса господарської одиниці | УКРАЇНА, ХМЕЛЬНИЦЬКА ОБЛ., СТАРОКОСТЯНТИНІВСЬКИЙ РАЙОН, С. ВИШНОПІЛЬ, ВУЛ.ШЕВЧЕНКА 15
КОАТУУ господарської одиниці | 6824282001
Контролюючий орган за адресою господарської одиниці:
2215 | ГУ ДПС У ХМЕЛЬНИЦЬКІЙ ОБЛ. (СТАРОКОСТЯНТИНІВСЬКИЙ Р-Н)
(код / найменування)

РОЗДІЛ 2. ОЦІНКА ЯКОСТІ НАДАННЯ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИХ ПОСЛУГ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

2.1. Загальна характеристика та особливості діяльності магазину з кафетерієм «ФОП Роженюк О.М.»

Магазин з кафетерієм «ФОП Роженюк О.М.» розташовується в Хмельницькій області, Старокостянтинівському районі, с. Вишнопіль, вул. Шевченка 15 (рис. 1.1). Основною метою діяльності магазину з кафетерієм є надання якісних продуктів харчування та напоїв місцевому населенню.

Рис. 2.1 Назва та адреса магазину з кафетерієм «ФОП Роженюк О.М.»

Джерело: Реєстраційне посвідчення № 1262 (Додаток А)

Згідно з витягом з Єдиного державного реєстру юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань (Додаток Б) магазин з кафетерієм функціонує як фізична особа-підприємець. Фізична особа-підприємець (ФОП) – це форма ведення підприємницької діяльності, при якій громадянин здійснює підприємницьку діяльність без створення юридичної особи. Організаційна форма «ФОП Роженюк О.М.» визначена як магазин з кафетерієм.

Магазин – це організаційна форма підприємства роздрібної торгівлі, яка спеціалізується на продажу товарів безпосередньо кінцевим споживачам. Магазини можуть бути окремими закладами або частиною більших торгових мереж і можуть мати різні формати в залежності від асортименту товарів, площі та способу обслуговування клієнтів [12, с. 114].

Кафетерій відносять до підприємств ресторанного господарства. Згідно з нормативними документами, заклади ресторанного господарства включають різні типи, такі як ресторани, бари, кафе, закусочні, буфети, їдальні, магазини

кулінарних виробів та кафетерії. Кожен з цих типів має свої особливості та функціональні можливості. Наприклад, ресторан – це заклад ресторанного господарства з високим рівнем комфорту, матеріально-технічного оснащення, кваліфікації працівників та широким асортиментом страв. Зі своєї сторони, кафе – заклад ресторанного господарства з різноманітним асортиментом страв нескладного приготування, кондитерських виробів і напоїв, де застосовується самообслуговування або обслуговування офіціантами.

Таким чином, кафетерій, як заклад з різноманітним асортиментом страв та можливістю самообслуговування, відноситься до ресторанного господарства.

Магазин-кафетерій – це заклад, який поєднує функції роздрібної торгівлі продуктами харчування та надання послуг громадського харчування [7]. Такий формат стає все популярнішим через свою зручність та багатофункціональність.

До основних особливостей магазину-кафетерію належить:

1. Комбінований формат. Магазин-кафетерій одночасно виконує функції роздрібного магазину і закладу громадського харчування. Клієнти можуть як придбати продукти, так і скуштувати готові страви на місці.

2. Різноманітність продукції та послуг. Асортимент включає свіжі продукти харчування (овочі, фрукти, м'ясо, риба, молочні продукти, випічка тощо) та готові страви (сніданки, обіди, вечері, закуски, десерти, напої). Це забезпечує задоволення широкого спектра потреб клієнтів.

3. Зручність та швидкість обслуговування. Можливість зробити покупки та перекусити в одному місці заощаджує час клієнтів, забезпечуючи зручний та швидкий сервіс.

Основні напрямки діяльності цього закладу включають:

1. Роздрібна торгівля продуктами харчування - це процес продажу продуктів харчування безпосередньо кінцевим споживачам чи клієнтам у невеликих кількостях [15]. Згідно з витягом з Єдиного державного реєстру юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань (Додаток Б) ФОП Роженюк Олександр Миколайович здійснює такі види економічної діяльності:

47.81 Роздрібна торгівля з лотків і на ринках харчовими продуктами, напоями та тютюновими виробами (основний);

47.82 Роздрібна торгівля з лотків і на ринках текстильними виробами, одягом і взуттям;

47.89 Роздрібна торгівля з лотків і на ринках іншими товарами;

47.26 Роздрібна торгівля тютюновими виробами в спеціалізованих магазинах, що здійснюється на основі спеціальної ліцензії (Додаток В);

47.25 Роздрібна торгівля напоями в спеціалізованих магазинах, що здійснюється на основі спеціальної ліцензії (Додаток Г).

Головна мета роздрібної торгівлі продуктами харчування - задоволення потреб споживачів у їжі та забезпечення їхнього раціонального харчування.

2. Послуги громадського харчування – це послуги з виготовлення кулінарної продукції, її реалізації та організації споживання. У кафетерії, який є частиною магазину з кафетерієм "ФОП Роженюк О.М.", надаються різноманітні послуги громадського харчування, що включають в себе наступне:

- Приготування та подача напоїв, таких як кава, чай, коктейлі, соки, газовані та безалкогольні напої;
- Сніданки, включаючи каші, омлети, сендвічі, бутерброди, булочки, круасани тощо;
- Сендвічі та закуски з різними начинками, такими як шинка, сир, салати, тунець, яйця, овочі тощо;
- Солодощі, такі як тістечка, пиріжки, тірамісу, пончики, млинці, морозиво, торти, печиво;
- Інші страви, зокрема, супи, салати, гарячі страви, піци, паста та інші страви, які змінюються в залежності від сезону або потреб клієнтів.

3. Обслуговування клієнтів, що є одним з головних напрямків роботи магазину з кафетерієм "ФОП Роженюк О.М.". Це включає в себе допомогу у виборі продуктів, прийняття замовлень у кафетерії, оформлення покупок тощо. Обслуговування клієнтів здійснюється за такими основними правилами:

- персонал завжди вітає кожного клієнта з увагою та посмішкою, створюючи теплу та дружню атмосферу;
- працівники магазину уважно слухають побажання та запити клієнтів, завжди готові надати допомогу та консультації;
- клієнти отримують швидке та професійне обслуговування без зайвого часу очікування;
- магазин підтримується в чистоті та порядку, забезпечуючи затишну та приємну атмосферу для клієнтів;
- працівники враховують індивідуальні потреби та побажання кожного клієнта, намагаючись забезпечити максимальний комфорт та задоволення;
- клієнти можуть вільно висловлювати свої думки та відгуки щодо роботи магазину, забезпечуючи постійне поліпшення якості обслуговування [13].

4. "ФОП Роженюк О.М." здійснює забезпечення якості та безпеки через ряд заходів та практик, що включають:

- відбір постачальників, які пропонують продукти високої якості. Заклад співпрацює лише з відомими та перевіреними постачальниками, які дотримуються стандартів якості;

- контроль якості продуктів. Працівники магазину регулярно перевіряють якість отриманих продуктів на відповідність стандартам та наявність будь-яких дефектів чи пошкоджень. Вони також слідкують за термінами придатності продуктів;
- санітарні та гігієнічні стандарти. Заклад дотримується всіх необхідних санітарних та гігієнічних вимог щодо зберігання, обробки та подачі продуктів. Це включає в себе регулярне прибирання приміщень, додержання правил особистої гігієни працівниками та відповідну обробку їжі;
- технічне обладнання. Магазин з кафетерієм використовує сучасне технічне обладнання для зберігання та обробки продуктів з метою забезпечення оптимальних умов зберігання та максимальної безпеки.

Отже, з огляду на зазначене вище можна зробити висновок, що магазин з кафетерієм, під керівництвом Олександра Миколайовича Роженюка розташований в селі Вишнопіль, що належить до Старокостянтинівського району Хмельницької області. Основним завданням цього закладу є забезпечення місцевих жителів високоякісними продуктами харчування та напоями. Наразі, магазин з кафетерієм функціонує як ФОП.

Основною особливістю даного закладу ресторанного господарства є те, що він поєднує в собі функції роздрібної торгівлі та послуг громадського харчування.

2.2. Аналіз якості (обслуговування, культури, продукції) надання готельно-ресторанних послуг у магазині з кафетерієм «ФОП Роженюк О.М.»

В сучасних умовах стрімкого розвитку сфери обслуговування, якість надання послуг, культури та продукції є ключовими чинниками, що визначають успішність і конкурентоспроможність будь-якого закладу. Особливо це актуально для ресторанних послуг, де кожен аспект взаємодії з клієнтами може суттєво вплинути на їх загальне враження та лояльність до закладу [16, с. 285]. Магазин з кафетерієм «ФОП Роженюк О.М.» не є винятком, а отже, аналіз якості надання послуг в даному закладі має важливе значення.

Метою цього дослідження є комплексна оцінка якості обслуговування, культури та продукції, що надаються магазином з кафетерієм «ФОП Роженюк О.М.». Вивчення цих аспектів дозволить виявити сильні та слабкі сторони закладу, а також розробити рекомендації щодо підвищення загального рівня сервісу та задоволеності клієнтів.

Дослідження якості надання готельно-ресторанних послуг у магазині з кафетерієм «ФОП Роженюк О.М.» варто розпочати з аналізу процесів та принципів обслуговування у закладі.

Загалом, у магазині з кафетерієм діють загальні правила обслуговування клієнтів, спрямовані на забезпечення високого рівня сервісу, комфортного перебування та безпеки всіх відвідувачів.

Персонал завжди вітає клієнтів з посмішкою та готовністю допомогти, зберігаючи ввічливість і професіоналізм у будь-якій ситуації. Не менш важливим є те, що працівники оперативно приймають та обробляють замовлення клієнтів, забезпечуючи мінімальний час очікування та високу якість страв і напоїв. Також постійно підтримується чистота на робочих місцях, у зонах обслуговування та на кухні, що забезпечує приємну атмосферу для відвідувачів закладу.

Всі страви та напої відповідають встановленим стандартам якості, персонал ретельно перевіряє відповідність замовлень і якість приготованих страв перед подачею клієнтам. Якщо клієнти мають скарги або побажання, персонал уважно їх вислуховує та оперативно вживає заходів для вирішення проблем, розглядаючи кожну скаргу як можливість покращити сервіс.

У разі оголошення повітряної тривоги персонал негайно повідомляє клієнтів про ситуацію та пропонує їм перейти до найближчого укриття. У випадку виникнення пожежі персонал негайно повідомляє про це відповідні служби, активує пожежну сигналізацію, організовує евакуацію клієнтів з приміщення і допомагає їм залишити будівлю без паніки. Під час інших надзвичайних ситуацій, таких як витік газу, затоплення або загроза терористичної атаки, персонал діє згідно з інструкціями керівництва та відповідних служб, зосереджуючись на забезпеченні безпеки клієнтів і працівників шляхом оперативного інформування та евакуації.

Варто виділити такі основні процеси обслуговування у магазині з кафетерієм «Роженюк О.М.»:

1. Прийом та обробка замовлень. Прийом та обробка замовлень у кафетерії здійснюється через систему самообслуговування, яка має як свої переваги, так і недоліки. Вона дозволяє знизити час очікування та навантаження на персонал, але може викликати певні труднощі у нових клієнтів та зменшити рівень персоналізованого обслуговування.;
2. Приготування страв та напоїв. Цей процес включає в себе підготовку інгредієнтів, приготування страв та декорування для подачі. Важливо зазначити, що в закладі використовуються два основні методи приготування страв: "з під ножа" та за допомогою заготовок;
3. Подача замовлень. Після приготування страв та напоїв вони передаються до точки обслуговування, де персонал видає їх клієнтам. Персонал перевіряє зовнішній вигляд страв, температуру і презентацію, щоб переконатися, що вони відповідають стандартам закладу. Якщо виявляються будь-які невідповідності або недоліки, замовлення повертається на кухню або до бару для негайного виправлення;
4. Оплата. Після отримання замовлення та насолоди стравами клієнти оплачують рахунок. Процес оплати в магазині з кафетерієм "ФОП Роженюк О.М." відбувається наступним чином: Клієнт може здійснити

оплату готівкою, банківською картою або через безконтактні платіжні системи.

5. Обслуговування столів та прибирання. Після закінчення прийому замовлень та споживання їжі персонал магазину займається обслуговуванням столів та прибиранням, щоб забезпечити чистоту та порядок в закладі.

Кафетерій «ФОП Роженюк О.М.», як уже зазначалося вище, надає послуги громадського харчування. Заклад обслуговує як місцевих жителів, так і проїжджаючих водіїв та туристів, адже розташований на автомобільному шляху Житомир-Чернівці (Н03), що має національне значення. Зважаючи на це, у кафетерії запропоновані здебільшого прості, зрозумілі страви (табл. 2.1)

Таблиця 2.1

Перелік страв у магазині з кафетерієм

Категорія	Продукт	Опис	Ціна (грн)
Гарячі страви	Борщ український	Традиційний український борщ з м'ясом і овочами	60
	Суп курячий	Легкий курячий бульйон з овочами та локшиною	50
	Вареники з картоплею	Домашні вареники з картоплею та цибулею	70
	Плов	Плов з м'ясом та спеціями	80
	Котлети з курятини	Соковиті котлети з курячого м'яса	75
Салати	Олів'є	Традиційний новорічний салат з майонезом	40
	Грецький салат	Салат з овочами, фетою та оливками	55
	Вінегрет	Салат з варених овочів та маринованих огірків	45
Закуски	Холодець	Домашній холодець з м'ясом	70
	М'ясна нарізка	Асорті з різних видів м'яса	90
	Сирна тарілка	Асорті сирів різних видів	85
Десерти	Медовик	Торт медовий з кремом	50

	Наполеон	Торт з листкового тіста та заварним кремом	55
	Сирники	Сирники з домашнього сиру	45
Напої	Кава (еспресо, капучіно, латте)	Різноманітні види кави	25-40
	Чай (чорний, зелений, трав'яний)	Різноманітні види чаю	20
	Сік свіжовичавлений	Апельсиновий, яблучний, морквяний	35
	Компот	Домашній компот з ягід та фруктів	25

Джерело: Меню магазину з кафетерієм «ФОП Роженюк О.М.»

Меню для магазину з кафетерієм «ФОП Роженюк О.М.» має кілька суттєвих переваг. Перш за все, воно відрізняється різноманітністю асортименту, включаючи гарячі страви, салати, закуски, десерти, напої, хлібобулочні вироби та солодощі. Це дозволяє задовольнити широкий спектр смаків і потреб клієнтів. Також меню пропонує традиційні українські страви, такі як борщ, вареники, олів'є та холодець, що може привабити як місцевих відвідувачів, так і туристів, які бажають спробувати національну кухню. Використання домашніх рецептів і свіжих інгредієнтів забезпечує високу якість страв, що може підвищити задоволеність клієнтів і сприяти повторним візитам. Крім того, наявність страв, які асоціюються зі святами, може підвищити попит у певні періоди року. Різноманітність напоїв, включаючи різні види кави, чаю та свіжовичавлених соків, задовольняє потреби різних категорій клієнтів, які можуть прийти як на обід, так і просто випити кави чи сік.

Однак меню також має деякі недоліки. Відсутність спеціальних дієтичних і веганських опцій може обмежити кількість потенційних клієнтів. Велике різноманіття страв може призвести до складнощів у приготуванні і обслуговуванні, особливо в години пік, що може вплинути на швидкість і якість обслуговування. Меню не враховує сезонність продуктів, що може вплинути на якість та собівартість страв у різні пори року. Хоча ціни вказані як середні, відсутня інформація про спеціальні пропозиції або комбо-набори, які могли б зацікавити клієнтів і стимулювати продажі. Також в меню відсутня інформація

про калорійність страв та можливі алергени, що є важливою інформацією для багатьох клієнтів, особливо тих, хто слідкує за своїм здоров'ям.

Аналіз системи постачання продуктів до закладу ресторанного господарства є важливим елементом забезпечення стабільного функціонування ресторану. Це включає оцінку ланцюга постачань, вибір постачальників, контроль якості продукції та управління запасами. Загалом, постачання продукції до магазину з кафетерієм «ФОП Роженюк О.М.» здійснюється за дотриманням таких умов: якісна сировина, надійні постачальники, дотримання умов транспортування та зберігання продукції, документальне закріплення.

Аналіз системи постачання товарів до магазину з кафетерієм «ФОП Роженюк О.М.» дозволив сформувати узагальнену табл. 2.2

Таблиця 2.2

Система постачання товарів у магазині з кафетерієм «ФОП Роженюк О.М.»

Категорія продукції	**Підкатегорія**	**Постачальник**	**Частота постачання**	**Обсяги поставок**	**Додаткові умови**
Овочі та фрукти	Овочі (картопля, морква, буряк, цибуля, часник, зелень)	ПП «Аграрна компанія 2004»	1 раз на тиждень	50 кг/тиждень	Доставка до 10:00
	Овочеві консерви	ТОВ «Адамант»	1 раз на 14 днів	30 л/14 днів	
	Сезонні фрукти та овочі	ПП «Фруктовий рай»	2 раз на тиждень (понеділок, пятниця)	60 кг/тиждень	
М’ясо та риба	Ковбаси, копченості та напівфабрикати	ТОВ “Проскурів-Агро”	2 рази на тиждень	30 кг/тиждень	Сертифікати якості
	Курятина	ТОВ «Птахофабрика Волочиська»	1 раз на тиждень	30 кг/тиждень	Сертифікати якості
	Яловичина та свинина	ФОП «Сапіташ»	2 раз на тиждень	80 кг/тиждень	Сертифікати якості

	Риба (хек, пангасіус, мойва, сайра, салака, лосось)	ФОП «Савицький С.В.»	1 раз на тиждень	30 кг/тиждень	Сертифікати якості
	М’ясні снеки	ТМ «Добрий м’ясар»	1 раз на 14 днів	20 кг/14 днів	
Молочні продукти	Молоко, сир, масло, сметана, вершки	ДП "Старокостянтинівський молочний завод"	2 рази на тиждень	60 л/тиждень	Попереднє замовлення за 1 дні
Хлібобулочні та кондитерські вироби	Хліб	ТМ «Бабусина випічка», ФОП Ніконюк Надія Сергіївна	Щодня	90 кг/тиждень	Свіжа випічка кожен ранок
	Кондитерські вироби	ТОВ «Агробізнес»	2 раз на тиждень	50 кг/тиждень	
	Кондитерські вироби (торти)	ТОВ «ТМ Насолода»	2 раз на тиждень	20 кг/тиждень	
	Кондитерські вироби	ТОВ "РОШЕН-ПОДІЛЛЯ"	1 раз на тиждень	20 кг/тиждень	Доставка до 10:00
Напої	Слабоалкогольні та безалкогольні	АТ "Оболонь"	1 раз на тиждень	300 л/тиждень	Упаковані та марковані
	Алкогольні	ТОВ "УКРАЇНСЬКА ТОРГОВА ДИСТРИБУЦІЙНА КОМПАНІЯ"	1 раз на тиждень	200 л/тиждень	Наявність акцизу
Напівфабрикати		ТОВ «Мамина ферма»	1 раз на тиждень	60 кг/тиждень	Попереднє замовлення за 2 дні

Джерело: видаткові накладні (Додаток Ґ, Додаток Д, Додаток Е)

Таким чином, під час використання комплексного підходу до аналізу процесів обслуговування клієнтів у магазині з кафетерієм було виявлено, що воно здійснюється на основі загальних правил ввічливості, забезпечення безпеки та культури, та включає такі ключові процеси: прийом та обробка

замовлень, приготування страв та напоїв, подача замовлень, оплата, обслуговування столів та прибирання.

Проаналізувавши асортимент страв та продуктів магазину з кафетерієм ФОП «Роженюк О.М.» було виявлено, що він є досить різноманітним, проте не враховує потреби окремих категорій людей, що, наприклад, мають лактозну непереносимість, та не враховує сезонність продуктів. Постачання продукції до магазину з кафетерієм «ФОП Роженюк О.М.» здійснюється за дотриманням таких умов: якісна сировина, надійні постачальники, дотримання умов транспортування та зберігання продукції, документальне закріплення.

РОЗДІЛ 3.

ПРОБЛЕМИ ТА НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ЯКОСТІ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИХ ПОСЛУГ

Готельно-ресторанний бізнес є важливою складовою туристичної індустрії та економіки України. Висока якість послуг у цьому секторі сприяє збільшенню туристичних потоків, залучених іноземних інвесторів та розвитку регіонів [25, с. 21]. Проте, як і будь-яка інша галузь, готельно-ресторанний бізнес стикається з низькою проблемою, яка впливає на якість послуг.

Однією з головних проблем є недостатній рівень підготовки персоналу. Відсутність системного підходу до навчання та підвищення кваліфікації працівників негативно впливає на обслуговування клієнтів. Багато працівників не володіють необхідними навичками, не знайомі з сучасними стандартами обслуговування та не вміють ефективно взаємодіяти з клієнтами.

Багато готелів та ресторанів, особливо в регіонах, не відповідають сучасним вимогам щодо інфраструктури. Це стосується як умов проживання в готелях, так і санітарних умов у ресторанах. Стара матеріальна база, недостатня увага до оновлення та модернізації приміщень призводять до низького рівня комфорту та задоволеності клієнтів.

В Україні поки що не запроваджені єдині стандарти якості готельно-ресторанних послуг, що ускладнює контроль за їх утриманням. Це зараз до великої різниці на рівні обслуговування в різних закладах та регіонах, що негативно впливає на загальний імідж країни як туристичного напряму.

Використання сучасних технологій та інновацій у сфері готельно-ресторанного бізнесу є обмеженим. Відсутність автоматизації процесів, використання застарілих методів управління та обслуговування призводить до низької ефективності роботи закладів та незадоволеності клієнтів [41].

Багато закладів не приділяють належної уваги маркетингу та просуванню своїх послуг. Недостатня реклама, слабка присутність у соціальних мережах та на туристичних платформах обмежують можливості залучення нових клієнтів, особливо іноземних туристів [27].

Ще однією розширеною проблемою якості готельно-ресторанних послуг в Україні є недостатня увага до зворотного зв'язку з клієнтами . Багато закладів не приділяють належної уваги збору, аналізу та врахуванню відгуків і пропозицій від гостей [36]. Це зараз до невдоволення клієнтів, після їхніх скарг та побажання часто залишаються без уваги, а проблеми не вирішуються тимчасово. Відсутність ефективного зворотного зв'язку також включає процес перевірки якості послуг, останні закладки не підтримують важливу інформацію про ваші слабкі місця та можливості для покращення.

Зазначені проблеми, наявні і у діяльності магазину з кафетерієм «ФОП Роженюк О.М.». Зокрема, було виявлено три основні проблеми, що впливають на якість послуг у магазині з кафетерієм «ФОП Роженюк О.М.», а саме: відсутність сучасного меню, відсутність будь-якої активності в соціальних мережах та недостатня увага до потреб і побажань клієнтів.

Так, клієнти часто стикаються з незручностями при замовленні через відсутність сучасного меню. Це призводить до тривалого часу очікування, помилок у замовленнях та загального незадоволення обслуговуванням.

Розробка актуального меню є надзвичайно важливою, оскільки воно не лише визначає враження клієнтів від закладу, але й відіграє ключову роль у залученні нових відвідувачів та утриманні постійних клієнтів. Сучасне меню допоможе закладу виділитися серед конкурентів, демонструючи унікальність та креативність підходу до гастрономії [30, с. 130].

По-перше, сучасне меню має відповідати актуальним гастрономічним трендам і включати страви, які користуються попитом серед клієнтів. Це можуть бути здорові та екологічно чисті продукти, веганські та безглютенові варіанти, а також сезонні страви. Відповідність сучасним трендам свідчить про те, що заклад йде в ногу з часом та враховує різноманітні потреби клієнтів.

По-друге, сучасне меню повинно бути зручним і доступним для клієнтів. Один із найефективніших способів забезпечити це – впровадження цифрового меню за допомогою QR-кодів [22]. Клієнти можуть швидко і легко переглядати меню на своїх смартфонах, що дозволяє зменшити час очікування та мінімізувати контакти, що особливо важливо в умовах постпандемічного світу.

Для підвищення інтересу клієнтів можна запропонувати кілька цікавих варіантів меню:

1. Інтерактивне цифрове меню, що доступне через QR-код та може включати не тільки перелік страв, а й додаткову інформацію, таку як інгредієнти, калорійність, походження продуктів, а також відео та фото процесу приготування. Це додасть інтерактивності та зробить вибір страв більш усвідомленим і цікавим.
2. Меню з персональними рекомендаціями, тобто використання алгоритмів для надання персоналізованих рекомендацій на основі попередніх замовлень клієнтів або їх смакових вподобань [10]. Це може значно покращити клієнтський досвід та стимулювати замовлення нових страв.
3. Тематичні меню, які змінюються залежно від пори року або свят. Наприклад, зимове меню з теплими напоями та сезонними стравами, літнє меню з легкими салатами та охолоджуючими напоями, спеціальне меню на свята, такі як Різдво чи Великдень.
4. Гастрономічні тури, які дозволяють клієнтам спробувати кілька невеликих страв з різних розділів меню. Це не тільки збільшує середній чек, але й дозволяє клієнтам відкрити для себе нові смаки та улюблені страви [23].
5. Також можна включити в меню страви з акцентом на соціальну відповідальність, наприклад, страви з продуктів місцевих фермерів, органічні продукти або страви, частина доходу від продажу яких йде на благодійність.

Розробка та впровадження сучасного меню сприятимуть підвищенню якості обслуговування, покращенню враження відвідувачів та збільшенню

їхньої лояльності. Це допоможе закладу не тільки утримати постійних клієнтів, а й залучити нових, створюючи конкурентні переваги на ринку. Приклад оновленого меню кафетерію «Роженюк О.М.» зображено на рис. 3.1



Рис. 3.1 Варіант оновленого меню кафетерію «ФОП Роженюк О.М.»

Джерело: сформовано автором на основі фото з мережі Інтернет

Таким чином, впровадження інноваційних технологій у готельно-ресторанний бізнес допоможе підвищити ефективність роботи закладів та покращити якість обслуговування клієнтів. Це також можуть бути системи автоматизації бронювання, мобільні додатки для клієнтів, а також використання новітніх методів управління та аналітики даних.

Задля вирішення проблеми відсутності активності закладу в соціальних мережах та його відсутності на Google картах, пропоную комплексний план інтернет-маркетингу для магазину з кафетерієм "ФОП Роженюк О.М." [40].

По-перше, варто створити профіль у популярних соціальних мережах, таких як Facebook та Instagram. Це дасть змогу залучити нових клієнтів і підвищити інтерес тих, хто вже знайомий з закладом.

Приклад оформлення сторінки кафетерію «Роженюк О.М.» у Instagram зображено на рис. 3.2

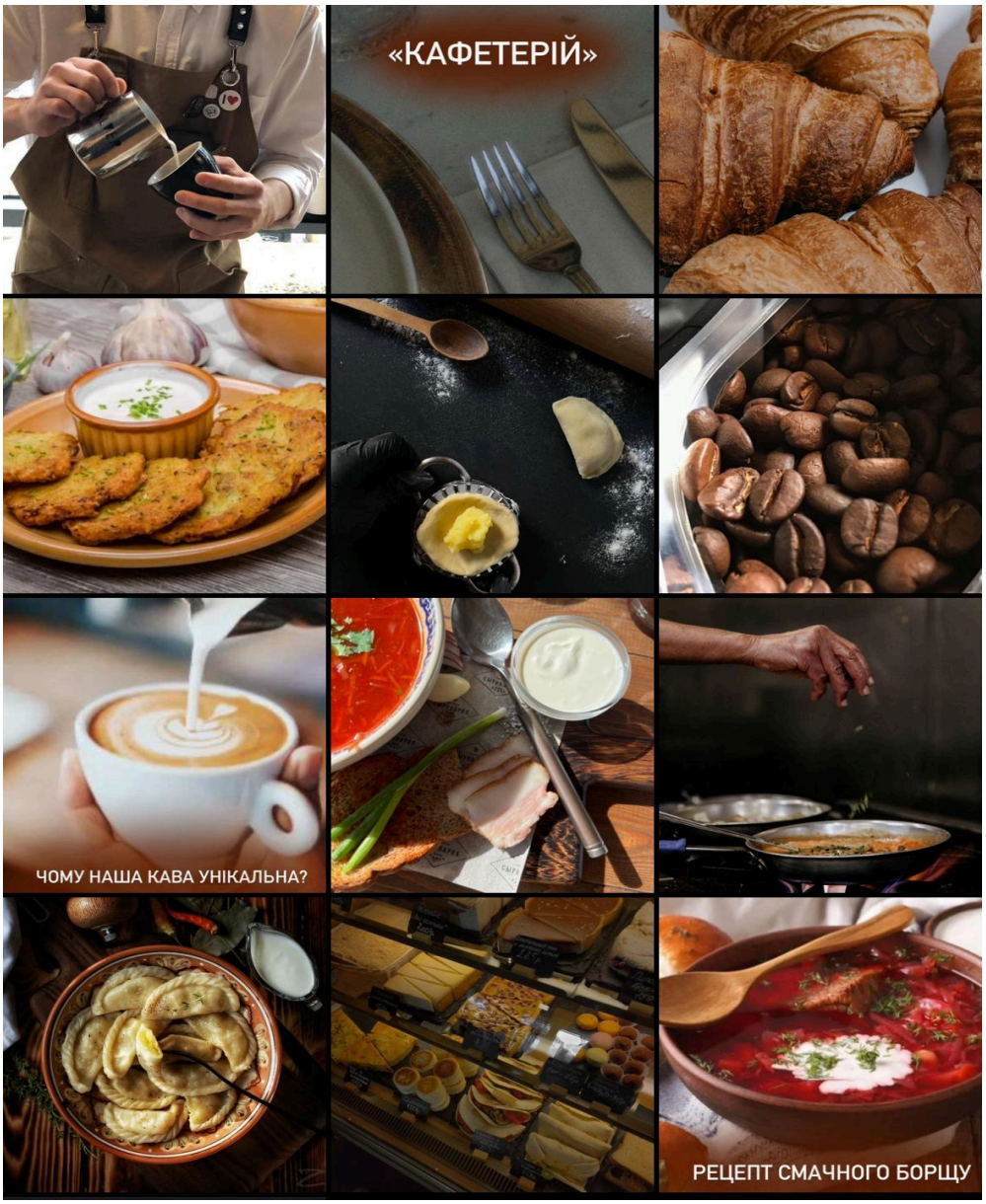


Рис. 3.2 Приклад оформлення сторінки кафетерію «Роженюк О.М.» у Instagram

Джерело: сформовано автором на основі фото з мережі Інтернет

По-друге, важливо оновити інформацію на Google картах, включаючи розташування, години роботи, контактні дані та відгуки клієнтів. Це зробить

заклад більш доступним для потенційних клієнтів, які шукають місця для перепочинку та перекусу поблизу дороги національного значення.

По-третє, створення відео-туру закладу може допомогти привернути увагу і збільшити довіру потенційних клієнтів. Відео може демонструвати атмосферу, асортимент товарів та якість обслуговування, створюючи позитивне перше враження про заклад.

Додатково, запуск рекламних кампаній в Інтернеті, спрямованих на місцевих мешканців та туристів, разом із впровадженням програми лояльності для постійних клієнтів, може збільшити видимість закладу, привернути нових клієнтів і збільшити лояльність і задоволеність вже існуючих клієнтів.

Цей комплексний план інтернет-маркетингу допоможе магазину з кафетерієм "ФОП Роженюк О.М." покращити свою видимість в Інтернеті, залучити нових клієнтів і підвищити задоволеність від обслуговування.

Щоб покращити якість обслуговування у магазині з кафетерієм "ФОП Роженюк О.М." додатково пропоную впровадити програму "Клієнтський день". Основна проблема, виявлена під час проходження практики, полягає у недостатній увазі до потреб і побажань клієнтів, що часто призводить до неякісного обслуговування та незадоволеності з боку покупців.

"Клієнтський день" буде організований один раз на місяць і буде присвячений виключно збору фідбеку від клієнтів та покращенню сервісу. Протягом цього дня клієнти матимуть можливість дати свої пропозиції, висловити скарги або поділитися своїми побажаннями через спеціально відведений куток або електронну форму зворотнього зв'язку. Крім того, можна організувати анкетування або навіть провести фокус-групи з метою детального вивчення потреб аудиторії.

Отримані відгуки та пропозиції клієнтів будуть систематизовані та проаналізовані з метою визначення основних проблем та пріоритетів для вирішення. На основі цього аналізу будуть розроблені конкретні заходи з покращення обслуговування, які будуть впроваджені у подальшому.

Після впровадження програми "Клієнтський день" очікується значне покращення якості обслуговування в магазині з кафетерієм. За рахунок активного залучення клієнтів до процесу збору фідбеку та врахування їхніх побажань та пропозицій, заклад зможе адаптувати свою роботу до реальних потреб своєї аудиторії, що сприятиме покращенню задоволення клієнтів і підвищенню їхньої лояльності.

Додатково до програми "Клієнтський день" можна впровадити систему постійного моніторингу задоволеності клієнтів. Для цього можна створити онлайн-анкету, доступну на веб-сайті магазину або через спеціальний мобільний додаток. Ця анкета буде запропонована клієнтам після кожного візиту до магазину або кафетерію, де вони матимуть можливість висловити свої враження та зауваження щодо обслуговування, якість продукції та загальний досвід відвідування [18].

Отримані результати анкетування будуть аналізуватися системою звітності, що надає можливість оперативно реагувати на виявлені проблеми та вживати необхідних заходів для їх вирішення. Наприклад, якщо багато клієнтів відзначають низьку якість обслуговування або певні проблеми з продукцією, це може свідчити про необхідність додаткового навчання персоналу або перегляду постачальників товарів.

Важливо також створити механізм стимулювання співробітників до вдосконалення обслуговування. Це може бути впровадження системи бонусів або премій за високу оцінку клієнтами, або проведення регулярних тренінгів та семінарів з підвищення кваліфікації персоналу.

В результаті, поєднання програми "Клієнтський день" з системою постійного моніторингу задоволеності клієнтів та стимулюванням персоналу дозволить магазину з кафетерієм "ФОП Роженюк О.М." не лише виправити існуючі проблеми обслуговування, а й створити позитивну атмосферу, в якій клієнти будуть раді повертатися знову та знову.

Отже, готельно-ресторанна галузь стикається з низкою проблем, що негативно впливають на якість послуг. Основними з них є низький рівень

кваліфікації персоналу, незадовільна інфраструктура, низький рівень впровадження інновацій та проблеми з маркетингом і просуванням. Також поширеною проблемою є недостатня увага до зворотного зв'язку з клієнтами.

Під час практичного вивчення цього питання на базі магазину з кафетерієм «ФОП Роженюк О.М.» було виявлено, що існують три ключові аспекти, які негативно впливають на рівень сервісу закладі. Ці проблеми включають: неактуальність меню, відсутність активності в соціальних мережах та недостатня увага до зворотного зв'язку з клієнтами.

Для вирішення цих питань та поліпшення якості обслуговування було створено оновлене меню, розроблено стратегію інтернет-маркетингу та запроваджено захід під назвою “Клієнтський день”, який передбачає спеціальні пропозиції та акції для відвідувачів. Також було запропоновано ряд інноваційних рішень, таких як впровадження програми лояльності для постійних клієнтів та організація тематичних заходів, що дозволить залучити нову аудиторію та підвищити загальну привабливість закладу.

ВИСНОВКИ

Під час написання кваліфікаційної роботи були зроблені наступні висновки:

1. Якість послуг є одним із ключових чинників, що визначають успіх готельно-ресторанного бізнесу. Вона впливає на загальне задоволення клієнтів, їхню лояльність та репутацію закладу. У сучасному світі, де споживачі часто приймають рішення на основі відгуків та рекомендацій, висока якість послуг може стати вирішальним фактором при виборі готелю чи ресторану.

Готельно-ресторанні підприємства, які зосереджуються на наданні якісних послуг, мають значно кращі шанси на успіх. Це передбачає інвестиції в матеріально-технічну базу, професійний розвиток персоналу, стандартизацію сервісу та впровадження інноваційних технологій. Адаптація до змінних потреб ринку та впровадження нових послуг, таких як екологічні програми чи спеціалізовані пакети, може додатково зміцнити позиції підприємства.

Варто також підкреслити, що якість готельно-ресторанних послуг впливає не лише на короткострокові фінансові показники, але й є критично важливою для довгострокового розвитку та процвітання в галузі. Вона є важливим активом, який допомагає створювати стійке та позитивне враження про бренд у свідомості клієнтів.

2. Управління якістю готельно-ресторанних послуг має свої унікальні особливості. По-перше, важливим є системний підхід до управління якістю, який охоплює всі аспекти діяльності закладу. Орієнтація на клієнтів є ще однією ключовою особливістю, адже потреби та очікування клієнтів мають бути в центрі уваги під час надання послуг.

Постійне вдосконалення є критично важливим для підтримання високого рівня якості. Це передбачає безперервне поліпшення процесів і послуг. Залучення персоналу також є важливим аспектом, який включає активне

навчання та розвиток навичок співробітників, що сприяє забезпеченню якісного обслуговування.

Дотримання стандартів якості, таких як міжнародні та національні стандарти ISO серії 9000, є невід'ємною частиною управління якістю. Регулярний контроль та оцінка якості послуг дозволяють виявляти та усувати недоліки, що допомагає підтримувати високі стандарти обслуговування.

Ефективна комунікація з клієнтами забезпечує зворотний зв’язок, що сприяє покращенню якості послуг і адаптації до змін у їх потребах. Інноваційність, зокрема впровадження нових технологій та інноваційних підходів до обслуговування, дозволяє залишатися конкурентоспроможними та відповідати сучасним вимогам клієнтів.

Загалом, ці особливості допомагають готельно-ресторанним закладам підтримувати високий рівень якості послуг, що сприяє задоволенню клієнтів та забезпечує їхню лояльність.

3. Магазин з кафетерієм «ФОП Роженюк О.М.» розташований у Хмельницькій області, Старокостянтинівському районі, селі Вишнопіль на вулиці Шевченка, 15. Основною метою цього закладу є надання якісних продуктів харчування та напоїв місцевим жителям. Згідно з витягом з Єдиного державного реєстру, магазин функціонує як фізична особа-підприємець, і організаційна форма визначена як магазин з кафетерієм. Цей заклад поєднує функції роздрібної торгівлі продуктами харчування та надання послуг громадського харчування. Основні особливості магазину-кафетерію включають комбінований формат, різноманітність продукції та послуг, а також зручність і швидкість обслуговування.

Види економічної діяльності, які здійснює ФОП Роженюк Олександр Миколайович, охоплюють:

- 47.81 Роздрібна торгівля з лотків і на ринках харчовими продуктами, напоями та тютюновими виробами (основний);

- 47.82 Роздрібна торгівля з лотків і на ринках текстильними виробами, одягом і взуттям;
- 47.89 Роздрібна торгівля з лотків і на ринках іншими товарами;
- 47.26 Роздрібна торгівля тютюновими виробами в спеціалізованих магазинах на основі спеціальної ліцензії;
- 47.25 Роздрібна торгівля напоями в спеціалізованих магазинах на основі спеціальної ліцензіїю

4. Проаналізувавши асортимент страв та продуктів магазину з кафетерієм ФОП «Роженюк О.М.», було виявлено, що він є досить різноманітним. Однак, асортимент не враховує потреби окремих категорій людей, зокрема тих, що мають лактозну непереносимість, а також не враховує сезонність продуктів. Це може обмежувати доступність певних товарів для частини споживачів та знижувати загальну конкурентоспроможність закладу.

Постачання продукції до магазину з кафетерієм здійснюється за дотриманням наступних умов: використання якісної сировини, співпраця з надійними постачальниками, дотримання умов транспортування та зберігання продукції, а також документальне закріплення всіх етапів постачання. Крім того, магазин забезпечує регулярний контроль якості продукції та перевірку сертифікатів відповідності, що гарантує безпеку та високу якість пропонованих товарів. Важливо відзначити, що магазин також прагне розширювати свій асортимент та покращувати сервіс для задоволення потреб різних категорій споживачів.

5. Готельно-ресторанна галузь стикається з численними проблемами, що негативно впливають на якість послуг. Основними з них є низький рівень кваліфікації персоналу, незадовільна інфраструктура, недостатнє впровадження інновацій та проблеми з маркетингом і просуванням. Також поширеною проблемою є недостатня увага до зворотного зв'язку з клієнтами.

Під час практичного вивчення цього питання на базі магазину з кафетерієм «ФОП Роженюк О.М.» було виявлено три ключові аспекти, що негативно впливають на рівень сервісу закладу. Ці проблеми включають неактуальність меню, відсутність активності в соціальних мережах та недостатню увагу до зворотного зв'язку з клієнтами.

Для вирішення цих питань та покращення якості обслуговування було розроблено кілька заходів. По-перше, створено оновлене меню, що враховує сучасні гастрономічні тенденції та сезонність продуктів. По-друге, розроблено стратегію інтернет-маркетингу для активного просування закладу в соціальних мережах. Крім того, було запроваджено захід під назвою "Клієнтський день", який передбачає спеціальні пропозиції та акції для відвідувачів.

Додатково, було запропоновано низку інноваційних рішень, таких як впровадження програми лояльності для постійних клієнтів та організація тематичних заходів, що сприятиме залученню нової аудиторії та підвищенню загальної привабливості закладу. Ці заходи мають на меті не лише покращити якість обслуговування, але й зміцнити зв'язок з клієнтами та підвищити конкурентоспроможність магазину з кафетерієм «ФОП Роженюк О.М.».

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. C. C. Chan, L. W. Lam, C. W. C. Chow, L. H. N. Fong, R. Law, International Journal of Hospitality Management № 66, 54. 2017. DOI:10.1016/j.ijhm.2017.06.007 (date of access: 25.05.2024).

2. Improvement of the tourism industry management due to introduction of new trends and types of tourism / T. Charkina et al. *Philosophy, Economics and Law Review*. 2022. Vol. 2. No. 1. P. 108–117. DOI: https://doi.org/10.31733/2786-491X-2022-1-108-117 (date of access: 12.04.2024).

3. K. Park, J. Ha, J.-Y. Park, Journal of Hospitality Marketing & Management 26, 627-643 2017. DOI:10.1080/19368623.2017.1284631 (date of access: 05.03.2024).

4. N. Jindal, L. Bing, Opinion spam and analysis, in Proceedings of the 2008 international conference on web search and data mining. 2008. pp. 219-230. (date of access: 25.05.2024).

5. Shifting consumers' sustainable behavior in the hospitality industry / I. W. E. Arsawan et al. *Environmental, technological, social and economic matters* : proceedings of the 2nd International conference on sustainable futures (Kryvyi Rih, Ukraine, May 19–21, 2021). E3S Web of Conferences. Kryvyi Rih, 2021. Vol. 280. Article 00001. DOI: https://doi.org/10.1051/e3sconf/202128002001 (date of access: 25.05.2024).

6. Архіпов В.В. Організація ресторанного господарства: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2016. 280 с.

7. Баженова, С., Пологовська, Ю., Канцур, І. Розвиток готельно-ресторанного бізнесу в умовах сьогодення. *Економіка та суспільство.* 2022. № 38. URL: https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1280 (дата звернення: 25.05.2024).

8. Білас М. Ринок HoReCa під час війни: поточний стан та ключові тенденції. *VoxUkraine|«Вокс Україна» – більше ніж найкраща аналітика про Україну.* URL: https://voxukraine.org/rynok-horeca-pid-chas-vijny-potochnyj-stan-ta-klyuchovi-tendentsiyi/ (дата звернення: 25.05.2024).

9. Вашків О. П., Гавриленко Ю. С. Інтернет-маркетинг – новий напрям маркетингової політики малих підприємств та фізичних осіб-підприємців. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія : Економіка і менеджмент*. 2019. № 37. С. 27–33. URL: http://dspace.wunu.edu.ua/handle/316497/35325 (дата звернення: 22.05.2024).

10. Гадецька З.М. Сучасні мультимедійні засоби просування готельноресторанних та туристичних послуг. Молодий вчений. 2015. № 2 (6). С. 41–44.

11. Давидова О. Ю., Писаревський І. М., Ладиженська Р. С. Управління якістю продукції та послуг у готельно-ресторанному господарстві: навч. посібник. Харків : ХНАМГ, 2014. 468 с.

12. Довгаль Д.В., Данько Н.І. Розвиток готельно-ресторанного та санаторнокурортного комплексу як складова інтенсифікації економіки України. Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна, 2013. № 1042. С. 115—118.

13. Жадько К. С. Організація виробничої та маркетингової діяльності малого і середнього бізнесу : монографія. Дніпро : УМСФ, 2019. 223 с. URL: http://surl.li/rkvlo (дата звернення: 25.05.2024).

14. Загальне управління якістю: підручник / О. В. Нанка та ін. Харків : ХНТУСГ, 2019. 205 с.

15. Звіркова Ю. Робота закладів західної частини України в умовах війни: що змінилося?. UA Restorator. URL: https://www.restorator.ua/post/west-ukrainian-restaurants-during-war (дата звернення: 12.04.2024).

16. Зінченко В. Особливості бізнес-планування в сфері обслуговування. Ресторанний і готельний консалтинг. Інновації. 2019. Т. 2. № 2. С. 284-291.

17. Іванов Ю.Б. Управління конкурентоспроможністю підприємства. за редакції: Ю.Б. Іванов, М.О. Кизим, О.М. Тищенко. Харків: ВД «ІНЖЕК». 2010. 320 с.

18. Іванова Л., Вовчанська О. Сучасний досвід маркетингу вражень в індустрії гостинності. *Економіка та управління підприємствами*. 2021. № 65. URL: http://bses.in.ua/journals/2021/65_2021/11.pdf (дата звернення: 22.05.2024).

19. Кащук К. М., Мосійчук І. В., Саух І. В. Сучасні технології управління в готельно-ресторанному бізнесі: практики та інновації. *Бізнес Інформ*. 2023. № 6. С. 93–99. DOI: https://doi.org/10.32983/2222-4459-2023-6-93-99 (дата звернення: 23.05.2024).

20. Коростова І. О. Стан та перспективи маркетингу під час війни. *Цифрова економіка та економічна безпека*. 2022. № 2 (02). С. 52–55. DOI: https://doi.org/10.32782/dees.2-9 (дата звернення: 25.05.2024).

21. Кохан М., Бірюкова Ю. Стратегічний потенціал готельно-ресторанного бізнесу України у часи невизначеності та швидких змін. *Економіка та суспільство.* 2023. № 57. DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-57-34 (дата звернення: 12.04.2024).

22. Лисюк Т., Терещук О., Пасічник М. Інноваційні технології у готельно-ресторанному господарстві. *Економіка та суспільство*. 2022. № 40. DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-40-11 (дата звернення: 05.03.2024).

23. Лінтур І.В. Інноваційний потенціал у сфері готельно-ресторанного бізнесу. URL: http://dspace.msu.edu.ua:8080/bitstream

24. Лук'янов В.О., Мунін Г.Б. Організація готельно – ресторанного обслуговування. Навчальний посібник. Київ: Видавництво Кондор, 2012. 346 с.

25. Мазаракі А. А., Бойко М. Г., Охріменко А. Г. Форсайт розвитку національної туристичної системи. Вісник Київського національного торговельноекономічного університу. 2018. № 3(119). С. 5-22. URL:

http://visnik.knteu.kiev.ua/files/2018/03/02.pdf (дата звернення: 25.05.2024).

26. Мальська М. П. Ресторанна справа: технологія та організація обслуговування туристів (теорія та практика) [підручник] / М.П. Мальська, О.М. Гаталяк, Н.М. Ганич. К.: «Центр учбової літератури», 2016. 304 с.

27. Мендела І. Я., Румянцева І. Б. Соціальні медіа в готельно-ресторанному бізнесі. *Актуальні проблеми розвитку економіки регіону*. 2023. Т. 2. № 19. С. 41–48. DOI: https://doi.org/10.15330/apred.2.19.41-48 (дата звернення: 22.04.2024).

28. Морохова В., Бойко О. Маркетингове забезпечення діяльності підприємств малого бізнесу. *Економічний форум*. 2024. Т. 1, № 4. С. 56–61. DOI: https://doi.org/10.36910/6775-2308-8559-2023-4-7 (дата звернення: 15.03.2024).

29. Нестеренко С. А., Бочарова Н. О., Ярчук А. В. Сучасні аспекти менеджменту й адміністрування в готельно-ресторанному бізнесі. *Збірник наукових праць ТДАТУ імені Дмитра Моторного (економічні науки)*. 2021. № 1 (43). С. 82–87. DOI: https://doi.org/10.31388/2519-884x-2021-43-82-87 (дата звернення: 22.04.2024).

30. Онуфрієвич Д.Р., Куклін О.В. Інтернет-комунікації як засіб підвищення рівня лояльності споживачів на ринку ресторанних послуг. Наукові розробки молоді на сучасному етапі. Київ : КНУТД, 2016. С. 126–131.

31. Організація готельно-ресторанної справи: навч. посіб. за редакції: Барна М.Ю., Мельник І.М. та ін. Київ : Ліра-К, 2019. 484 с.

32. Основи готельно-ресторанної справи: навч. посіб. за редакції: Н.І. Данько та ін.; від. ред. А.Ю. Парфіненко. Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2017. 288 с.

33. Пітак В.В., Коваленко Л.П. Фактори розвитку туристичної індустрії України. Розвиток сталого туризму: виклики і можливості для туристичного та готельно-ресторанного бізнесу, 2017. № 1. С. 148-151.

34. П'ятницька Г.Т. Ресторанне господарство України: ринкові трансформації, інноваційний розвиток, структурна переорієнтація: монографія К.: КНТЕУ, 2016. 465 с.

35. Савицька Н. Л. Інновації у формуванні клієнтського досвіду в торгівлі та готельно-ресторанному господарстві. *Потенціал сталого розвитку в умовах регіональних та глобальних викликів* : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (м. Чернівці (Україна) – м. Сучава (Румунія), 01–13 трав. 2022 р.). Чернівці: Чернівецький нац. ун-т, 2022. С. 109–110. URL: https://repo.btu.kharkov.ua//handle/123456789/906 (дата звернення: 25.05.2024).

36. Савицька Н. Л., Чміль Г. Л., Джгуташвілі Н. М. Клієнт-орієнтоване управління в готельно- ресторанному бізнесі : монографія. Харків : Видавець Іванченко І. С., 2021. 209 с. URL: https://repo.btu.kharkov.ua//handle/123456789/905 (дата звернення: 22.04.2024).

37. Стандарт ДСТУ ISO 9000-2015. Системи управління якістю. Основні положення та словник термінів.

38. Стойко І. І., Шерстюк Р. П. «Якість-безкоштовно» (14 принципів Філіпа Кросбі для управління якістю готельно-ресторанними послугами). «Фундаментальні та прикладні проблеми сучасних технологій» : Матеріали Міжнародної науковотехнічної конференції, м. Тернопіль, 14–15 трав. 2020 р. Тернопіль, 2020. С. 264-265.

39. Томаля Т. С., Щипанова Я. І. Управління якістю в готельно-ресторанному бізнесі. Економіка. Управління. Інновації. 2014. № 2(12).

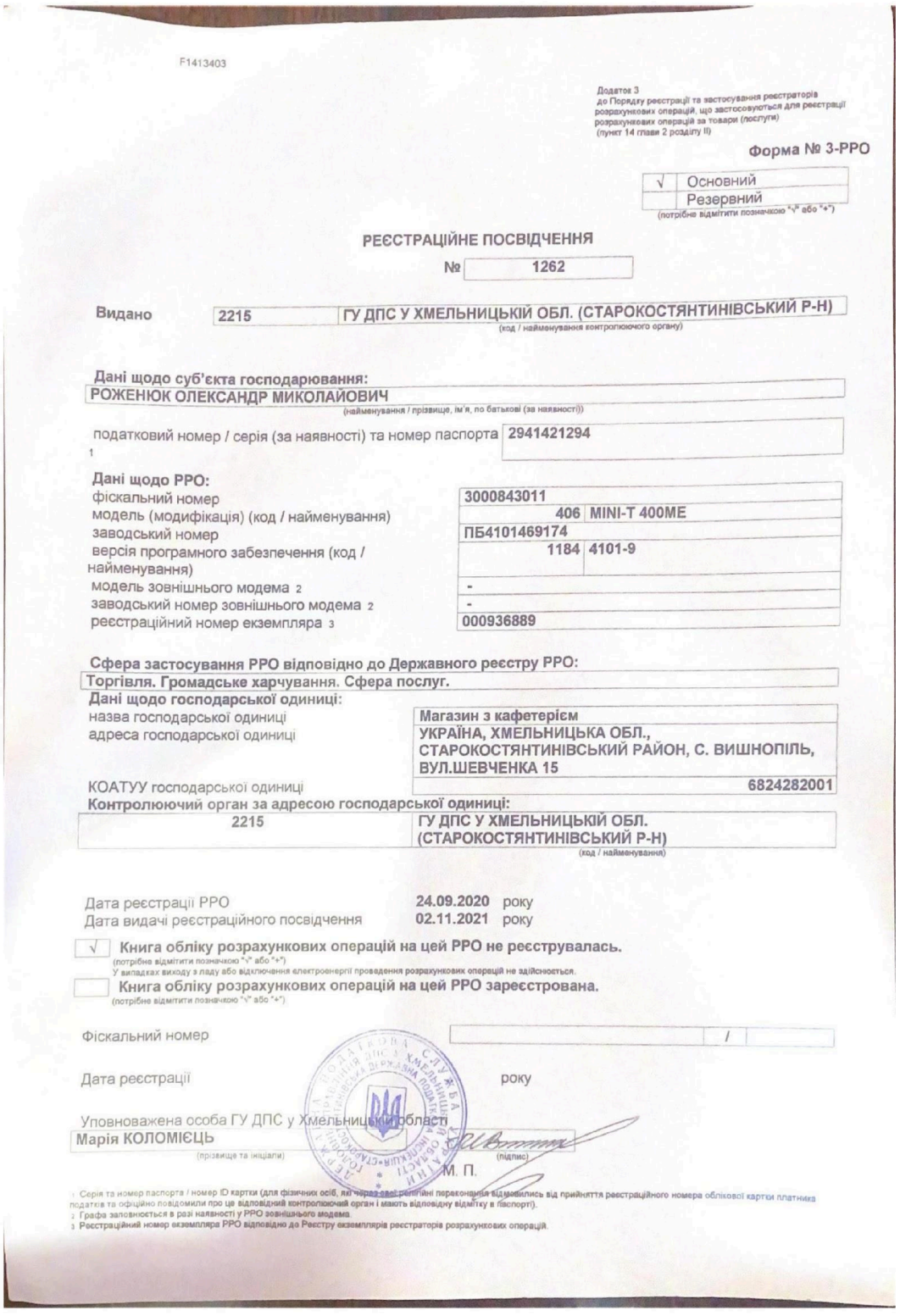
40. Янчук Т. В., Любінчак К. Р., Вовколуп А. Ю. Ефективність упровадження маркетингових технологій на підприємствах готельно-ресторанного бізнесу. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2020. № 29. С. 176–179 DOI: https://doi.org/10.32782/2413-9971/2020-29-35 (дата звернення: 29.02.2024).

41. Янчук Т.В. Сучасний механізм управління маркетинговою діяльністю з використанням інформаційних технологій. *Східна Європа:*

економіка, бізнес та управління. 2019. № 2. С. 379–384. URL: http://srd.pgasa.dp.ua:8080/handle/123456789/2242 (дата звернення: 05.03.2024).

ДОДАТКИ

Додаток А



F1413403

Додаток 3
до Порядку реєстрації та застосування реєстраторів розрахункових операцій, що застосовуються для реєстрації розрахункових операцій за товари (послуги)
(пункт 14 глави 2 розділу II)

Форма № 3-РРО

√	Основний
	Резервний

(потрібне відмітити позначкою "√" або "+")

РЕЄСТРАЦІЙНЕ ПОСВІДЧЕННЯ

№ 1262

Видано 2215 ГУ ДПС У ХМЕЛЬНИЦЬКІЙ ОБЛ. (СТАРОКОСТЯНТИНІВСЬКИЙ Р-Н)
(код / найменування контролюючого органу)

Дані щодо суб'єкта господарювання:
РОЖЕНЮК ОЛЕКСАНДР МИКОЛАЙОВИЧ
(найменування / прізвище, ім'я, по батькові (за наявності))

податковий номер / серія (за наявності) та номер паспорта [1] 2941421294

Дані щодо РРО:

фіскальний номер	3000843011
модель (модифікація) (код / найменування)	406 MINI-T 400ME
заводський номер	ПБ4101469174
версія програмного забезпечення (код / найменування)	1184 4101-9
модель зовнішнього модема [2]	-
заводський номер зовнішнього модема [2]	-
реєстраційний номер екземпляра [3]	000936889

Сфера застосування РРО відповідно до Державного реєстру РРО:
Торгівля. Громадське харчування. Сфера послуг.

Дані щодо господарської одиниці:

назва господарської одиниці	Магазин з кафетерієм
адреса господарської одиниці	УКРАЇНА, ХМЕЛЬНИЦЬКА ОБЛ., СТАРОКОСТЯНТИНІВСЬКИЙ РАЙОН, С. ВИШНОПІЛЬ, ВУЛ.ШЕВЧЕНКА 15
КОАТУУ господарської одиниці	6824282001

Контролюючий орган за адресою господарської одиниці:

2215	ГУ ДПС У ХМЕЛЬНИЦЬКІЙ ОБЛ. (СТАРОКОСТЯНТИНІВСЬКИЙ Р-Н)

(код / найменування)

Дата реєстрації РРО 24.09.2020 року
Дата видачі реєстраційного посвідчення 02.11.2021 року

√ **Книга обліку розрахункових операцій на цей РРО не реєструвалась.**
(потрібне відмітити позначкою "√" або "+")
У випадках виходу з ладу або відключення електроенергії проведення розрахункових операцій не здійснюється.

☐ **Книга обліку розрахункових операцій на цей РРО зареєстрована.**
(потрібне відмітити позначкою "√" або "+")

Фіскальний номер /

Дата реєстрації року

Уповноважена особа ГУ ДПС у Хмельницькій області
Марія КОЛОМІЄЦЬ
(прізвище та ініціали) (підпис)

М. П.

1 Серія та номер паспорта / номер ID картки (для фізичних осіб, які через свої релігійні переконання відмовились від прийняття реєстраційного номера облікової картки платника податків та офіційно повідомили про це відповідний контролюючий орган і мають відповідну відмітку в паспорті).
2 Графа заповнюється в разі наявності у РРО зовнішнього модема.
3 Реєстраційний номер екземпляра РРО відповідно до Реєстру екземплярів реєстраторів розрахункових операцій.

Додаток Б

ВИТЯГ
з Єдиного державного реєстру юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань

Відповідно до статті 11 Закону України "Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань" на запит: ***РОЖЕНЮК ОЛЕКСАНДР МИКОЛАЙОВИЧ*** від ***21.05.2024*** за кодом ***209883201033*** станом на ***21.05.2024 08:26:11*** відповідно до наступних критеріїв пошуку:

Реєстраційний номер облікової картки платника податків або паспортні дані фізичної особи - підприємця: XXXXXXXXXX

До документу внести:
Країна громадянства

Місцезнаходження (місце проживання або інша адреса, за якою здійснюється зв'язок з фізичною особою – підприємцем)

Види діяльності

Відомості щодо створення фізичною особою - підприємцем сімейного фермерського господарства

Дата та номер запису в Єдиному державному реєстрі

Інформація для здійснення зв'язку з фізичною особою – підприємцем

Відомості про осіб, які можуть вчиняти дії від імені фізичної особи – підприємця, у тому числі підписувати договори, тощо

Місце зберігання реєстраційної справи в паперовій формі

Дані про надання відомостей з Єдиного державного реєстру

Відомості, отримані в порядку інформаційної взаємодії між Єдиним державним реєстром та інформаційними системами державних органів

Відомості про смерть фізичної особи – підприємця, визнання її безвісно відсутньою або оголошення її померлою

Дані про хронологію реєстраційних дій

надається інформація з Єдиного державного реєстру юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань (ЄДР) у кількості **1** записів:

Запис 1

Прізвище, ім'я, по батькові фізичної особи-підприємця:
РОЖЕНЮК ОЛЕКСАНДР МИКОЛАЙОВИЧ

Актуальний стан на фактичну дату та час формування:
зареєстровано

Країна громадянства фізичної особи-підприємця:
Україна

Місцезнаходження фізичної особи-підприємця:
Україна, 31141, Хмельницька обл., Старокостянтинівський р-н, село Вишнопіль

Види економічної діяльності:
47.81 Роздрібна торгівля з лотків і на ринках харчовими продуктами, напоями та тютюновими виробами (основний)
47.82 Роздрібна торгівля з лотків і на ринках текстильними виробами, одягом і взуттям
47.89 Роздрібна торгівля з лотків і на ринках іншими товарами
47.26 Роздрібна торгівля тютюновими виробами в спеціалізованих магазинах
47.25 Роздрібна торгівля напоями в спеціалізованих магазинах

Відомості щодо створення фізичною особою - підприємцем сімейного фермерського господарства:
Відомості відсутні

Дата та номер запису в Єдиному державному реєстрі юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань:
Дата державної реєстрації: 02.12.2002, Дата запису: 27.12.2006, Номер запису: 26640170000000823

Прізвища, імена, по батькові осіб, які мають право вчиняти юридичні дії від імені фізичної особи - підприємця без довіреності, у тому числі підписувати договори, дані про наявність обмежень щодо представництва від імені фізичної особи-підприємця:
Відомості відсутні

Місце зберігання реєстраційної справи в паперовій формі:
Старокостянтинівська районна державна адміністрація Хмельницької області

Дані про надання відомостей з Єдиного державного реєстру юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань:
Відомості відсутні

Відомості, отримані в порядку інформаційної взаємодії між Єдиним державним реєстром юридичних осіб, фізичних осіб - підприємців та громадських формувань та інформаційними системами державних органів:
Відомості відсутні

Дані про хронологію реєстраційних дій:
Державна реєстрація включення відомостей про фізичну особу - підприємця, 27.12.2006 00:00:00, 26640170000000823, Опанчук Л.Ф., Старокостянтинівська районна державна адміністрація Хмельницької області;

Виправлення помилок, 30.05.2012 08:56:05, 26647770001000823, Опанчук Л.Ф., Старокостянтинівська районна державна адміністрація Хмельницької області;

Державна реєстрація змін до відомостей про фізичну особу - підприємця, 30.05.2012 09:43:26, 26640010002000823, Зміна інформації для здійснення зв'язку з фізичною особою – підприємцем. Зміна видів економічної діяльності., Опанчук Л.Ф., Старокостянтинівська районна державна адміністрація Хмельницької області;

Державна реєстрація змін до відомостей про фізичну особу - підприємця, 17.04.2019 10:29:39, 26770010003006327, Зміна видів економічної діяльності., Миропольська О.В., Старокостянтинівська районна державна адміністрація Хмельницької області;

Відомості про смерть фізичної особи - підприємця, визнання її безвісно відсутньою або оголошення її померлою:
Відомості відсутні

Інформація для здійснення зв'язку:
+380971954070

Дата та час формування витягу:
21.05.2024 08:26:11

Єдиний державний реєстр юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань знаходиться у стані формування. Інформація про юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань та зареєстрованих до 01.07.2004 та не включених до Єдиного державного реєстру юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань отримується в органі виконавчої влади, в якому проводилась державна реєстрація.

Додаток В

ГОЛОВНЕ УПРАВЛІННЯ ДПС У ХМЕЛЬНИЦЬКІЙ ОБЛАСТІ

ЛІЦЕНЗІЯ

на право Роздрібна торгівля тютюновими виробами

Реєстраційний номер: 22150311202302453

Дата реєстрації: 24.10.2023

Термін дії: з 27.10.2023

до 27.10.2024

Суб'єкт господарювання: ФІЗИЧНА ОСОБА - ПІДПРИЄМЕЦЬ РОЖЕНЮК ОЛЕКСАНДР МИКОЛАЙОВИЧ

Ідентифікаційний код: 2941421294

Місцезнаходження: УКРАЇНА, 31141, ХМЕЛЬНИЦЬКА ОБЛАСТЬ, СТАРОКОСТЯНТИНІВСЬКИЙ РАЙОН, С.ВИШНОПІЛЬ

Адреса місця торгівлі: УКРАЇНА, ХМЕЛЬНИЦЬКА ОБЛ., СТАРОКОСТЯНТИНІВСЬКИЙ РАЙОН, С. ВИШНОПІЛЬ, ВУЛ.ШЕВЧЕНКА 15, МАГАЗИН - КАФЕТЕРІЙ

ДЕРЖАВНА ПОДАТКОВА СЛУЖБА УКРАЇНИ • ГОЛОВНЕ УПРАВЛІННЯ ДПС У ХМЕЛЬНИЦЬКІЙ ОБЛ. • Код ЄДРПОУ ВП 44070177

В. о. начальника ГУ ДПС у Хмельницькій області **Ірина ЗЛЕНКО**

ДОДАТОК ДО ЛІЦЕНЗІЇ № 22150311202302453

на право Роздрібна торгівля тютюновими виробами

Термін дії з 27.10.2023 до 27.10.2024

Суб'єкт господарювання: ФІЗИЧНА ОСОБА - ПІДПРИЄМЕЦЬ РОЖЕНЮК ОЛЕКСАНДР МИКОЛАЙОВИЧ

Ідентифікаційний код: 2941421294

Адреса місця торгівлі: УКРАЇНА, ХМЕЛЬНИЦЬКА ОБЛ., СТАРОКОСТЯНТИНІВСЬКИЙ РАЙОН, С.ВИШНОПІЛЬ, ВУЛ.ШЕВЧЕНКА 15, МАГАЗИН - КАФЕТЕРІЙ

ЕЛЕКТРОННО-КАСОВИЙ АПАРАТ

Фіскальний номер РРО/ПРРО	Код контролюючого органу, в якому зареєстровано РРО/ПРРО	Номер реєстраційного посвідчення РРО/ПРРО	Дата реєстраційного посвідчення РРО/ПРРО	Назва моделі (модифікації) РРО/ПРРО	Заводський номер РРО	Виробник РРО/ПРРО (код ЄДРПОУ, назва)	Дата виготовлення РРО
3000843011	2215		24.09.2020	MINI-T 400ME	ПБ4101469174	ТОВ "ЮНІСІСТЕМ"	04.09.2020

В. о. начальника ГУ ДПС у Хмельницькій області **Ірина ЗЛЕНКО**

Додаток Г

ГОЛОВНЕ УПРАВЛІННЯ ДПС У ХМЕЛЬНИЦЬКІЙ ОБЛАСТІ

ЛІЦЕНЗІЯ

на право Роздрібна торгівля алкогольними напоями

Реєстраційний номер:	**22150308202302858**
Дата реєстрації:	**24.10.2023**
Термін дії: з	**27.10.2023**
до	**27.10.2024**
Суб'єкт господарювання:	**ФІЗИЧНА ОСОБА - ПІДПРИЄМЕЦЬ РОЖЕНЮК ОЛЕКСАНДР МИКОЛАЙОВИЧ**
Ідентифікаційний код:	**2941421294**
Місцезнаходження:	**УКРАЇНА, 31141, ХМЕЛЬНИЦЬКА ОБЛАСТЬ, СТАРОКОСТЯНТИНІВСЬКИЙ РАЙОН, С.ВИШНОПІЛЬ**
Адреса місця торгівлі:	**УКРАЇНА, ХМЕЛЬНИЦЬКА ОБЛ., СТАРОКОСТЯНТИНІВСЬКИЙ РАЙОН, С. ВИШНОПІЛЬ, ВУЛ.ШЕВЧЕНКА 15, МАГАЗИН - КАФЕТЕРІЙ**

В. о. начальника ГУ ДПС у Хмельницькій області **Ірина ЗЛЕНКО**

ДЕРЖАВНА ПОДАТКОВА СЛУЖБА УКРАЇНИ • Головне управління ДПС у Хмельницькій області • Код ЄДРПОУ 44070171

ДОДАТОК ДО ЛІЦЕНЗІЇ № 22150308202302858

ОБОЛОНЬ

Ф.11.ККЛ4.17 1

Видаткова накладна № 1617548/81 20.05.2024 20.05.2024 8:52:53
(на перевезення харчової продукції)

м.Красилів

Згідно заявки на поставку № від

Автомобіль МЕРСЕДЕС ВХ8143НМ До подор. листа № АТП ДП ПРАТ "ОБОЛОНЬ" "КРАСИЛІВСЬКЕ"

Відправник вантажу Дочірнє підприємство приватного акціонерного товариства "Оболонь" "Красилівське"

Одержувач вантажу 2941421294ФОП Роженюк Олександр Миколайович

Прейскурант: 2

Договір №:46/КП від

Пункт розвантаження Старокостянтинівський р-н, с. Вишнопіль, вул. Шевченка, 15, магазин (61км) Водій Коломієць кругорейс

штрих-код/ артикул	найменування продукції	дата розливу	Од.	кількість	відпускна ціна (з ПДВ)	відпускна ціна (без ПДВ)	до оплати
4820000196086	Б/а"Об.Трад.Розл.зі смак квасу"50лкег Красилів УКЗЕД:2202100000	28.04.24	л	50	18.3960	15.33	766.5000

Всього за продукцію : з ПДВ 919.80 без ПДВ 766.50

Зворотня тара:

318 Кег 50 л 1 3800.000 3800.00

Всього за зворотню тару : 3800.00

ДП ПрАТ ОБОЛОНЬ «КРАСИЛІВСЬКЕ» 20 ТРА 2024 Готова продукція Склад №

Транспортні витрати :

Крім того ПДВ : 153.30

Всього до оплати : 4719.80

Акцизний збір 0.00 сплачено заводом-виробником

Збір на хмілярство 0.00 сплачено

Вантаж відпустив Левчук Прийняв водій-експедитор Коломієць

Оператор відпустив

Вантажник 155 Ясюк , 1589 Поліщук

Відмітки вантажоодержувача: тоннаж: 64,378 кг

Вантаж одержав за дорученням № від

Одержувач Печатка одержувача

Кількість місць 1

Додаток Ґ

Додаток Д

ОБОЛОНЬ

Ф.11.ККЛ4.17 1

Видаткова накладна № 1617548/81 20.05.2024 20.05.2024 8:52:53

(на перевезення харчової продукції)

м.Красилів

Згідно заявки на поставку № від

Автомобіль МЕРСЕДЕС ВХ8143НМ До подор. листа № АТП ДП ПРАТ "ОБОЛОНЬ" "КРАСИЛІВСЬКЕ"

Відправник вантажу Дочірнє підприємство приватного акціонерного товариства "Оболонь" "Красилівське"

Одержувач вантажу 2941421294ФОП Роженюк Олександр Миколайович Прейскурант: 2

Договір №:46/КП від

Пункт розвантаження Старокостянтинівський р-н, с. Вишнопіль, вул. Шевченка, 15, магазин (61км) Водій Коломієць кругорейс

штрих-код/ артикул	найменування продукції	дата розливу	Од.	кількість	відпускна ціна (з ПДВ)	відпускна ціна (без ПДВ)	до оплати
4820000196086	Б/а"Об.Трад.Розл.зі смак квасу"50лкег Красилів УКЗЕД:2202100000	28.04.24	л	50	18.3960	15.33	766.5000

Всього за продукцію : з ПДВ 919.80 без ПДВ 766.50

Зворотня тара:

318 Кег 50 л 1 3800.000 3800.00

Всього за зворотню тару : 3800.00

ДП ПрАТ ОБОЛОНЬ «КРАСИЛІВСЬКЕ» 20 ТРА 2024 Готова продукція склад №1

Транспортні витрати :

Крім того ПДВ : 153.30

Всього до оплати : 4719.80

Акцизний збір 0.00 сплачено заводом-виробником

Збір на хмілярство 0.00 сплачено

Вантаж відпустив Левчук Прийняв водій-експедитор Коломієць

Оператор відпустив

Вантажник 155 Ясюк , 1589 Поліщук

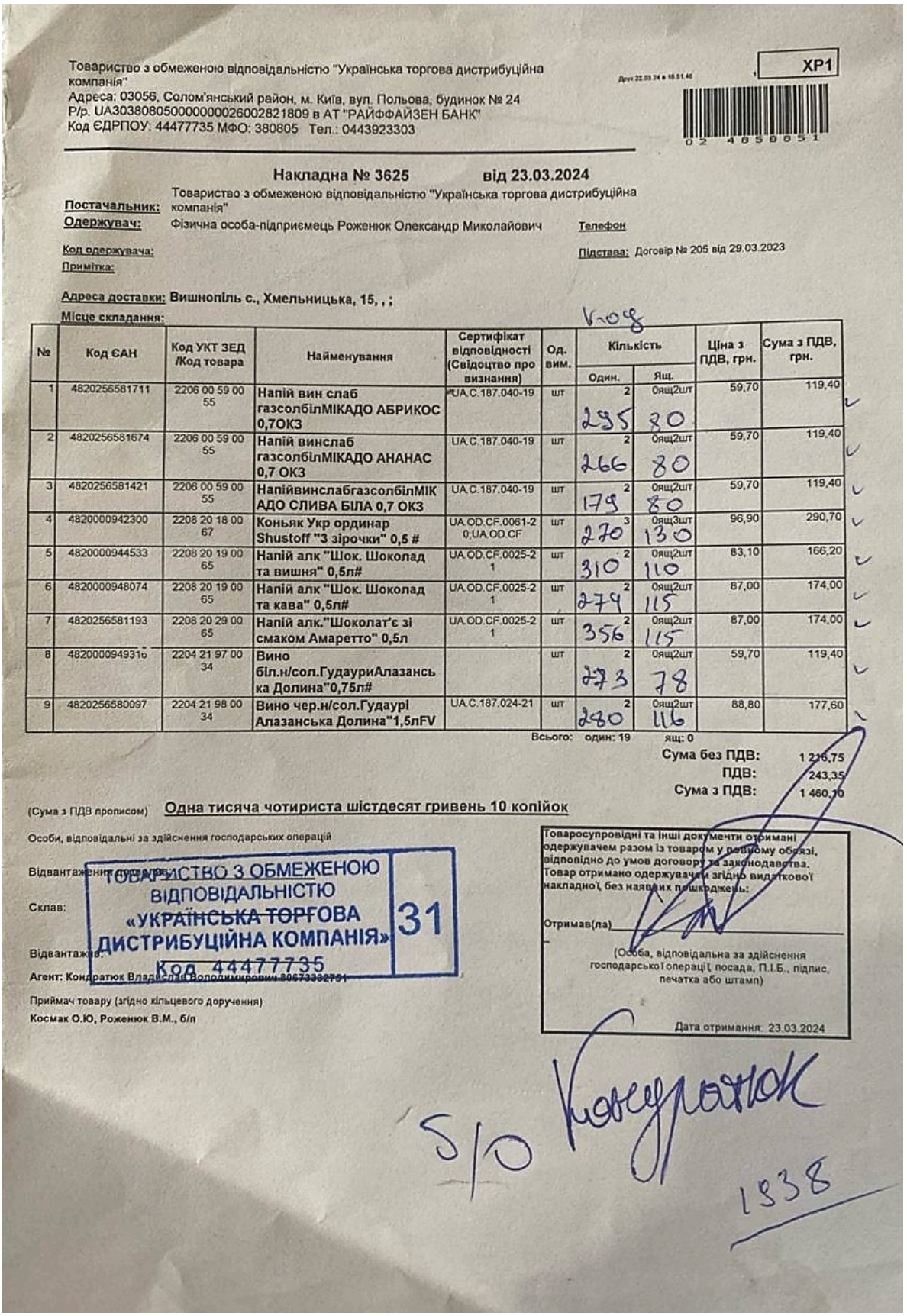
Відмітки вантажоодержувача: тоннаж: 64,378 кг

Вантаж одержав за дорученням № від

Одержувач Печатка одержувача

Кількість місць 1

Додаток Е



Товариство з обмеженою відповідальністю "Українська торгова дистрибуційна компанія"
Адреса: 03056, Солом'янський район, м. Київ, вул. Польова, будинок № 24
Р/р. UA303808050000000026002821809 в АТ "РАЙФФАЙЗЕН БАНК"
Код ЄДРПОУ: 44477735 МФО: 380805 Тел.: 0443923303

Друк 23.03.24 в 16:51:46

ХР1

02 4858051

Накладна № 3625 від 23.03.2024

Постачальник: Товариство з обмеженою відповідальністю "Українська торгова дистрибуційна компанія"
Одержувач: Фізична особа-підприємець Роженюк Олександр Миколайович **Телефон**

Код одержувача:
Примітка:

Підстава: Договір № 205 від 29.03.2023

Адреса доставки: Вишнопіль с., Хмельницька, 15, , ;
Місце складання:

№	Код ЄАН	Код УКТ ЗЕД /Код товара	Найменування	Сертифікат відповідності (Свідоцтво про визнання)	Од. вим.	Кількість		Ціна з ПДВ, грн.	Сума з ПДВ, грн.
						Один.	Ящ.		
1	4820256581711	2206 00 59 00 55	Напій вин слаб газсолбілМІКАДО АБРИКОС 0,7ОКЗ	UA.C.187.040-19	шт	2 295	0ящ2шт 80	59,70	119,40
2	4820256581674	2206 00 59 00 55	Напій винслаб газсолбілМІКАДО АНАНАС 0,7 ОКЗ	UA.C.187.040-19	шт	2 266	0ящ2шт 80	59,70	119,40
3	4820256581421	2206 00 59 00 55	НапійвинслабгазсолбілМІКАДО СЛИВА БІЛА 0,7 ОКЗ	UA.C.187.040-19	шт	2 179	0ящ2шт 80	59,70	119,40
4	4820000942300	2208 20 18 00 67	Коньяк Укр ординар Shustoff "3 зірочки" 0,5 #	UA.OD.CF.0061-20;UA.OD.CF	шт	3 270	0ящ3шт 130	96,90	290,70
5	4820000944533	2208 20 19 00 65	Напій алк "Шок. Шоколад та вишня" 0,5л#	UA.OD.CF.0025-21	шт	2 310	0ящ2шт 110	83,10	166,20
6	4820000948074	2208 20 19 00 65	Напій алк "Шок. Шоколад та кава" 0,5л#	UA.OD.CF.0025-21	шт	2 274	0ящ2шт 115	87,00	174,00
7	4820256581193	2208 20 29 00 65	Напій алк."Шоколатє зі смаком Амаретто" 0,5л	UA.OD.CF.0025-21	шт	2 356	0ящ2шт 115	87,00	174,00
8	4820000949310	2204 21 97 00 34	Вино біл.н/сол.ГудауриАлазанська Долина"0,75л#		шт	2 273	0ящ2шт 78	59,70	119,40
9	4820256580097	2204 21 98 00 34	Вино чер.н/сол.Гудаурі Алазанська Долина"1,5лFV	UA.C.187.024-21	шт	2 280	0ящ2шт 116	88,80	177,60

Всього: один: 19 ящ: 0

Сума без ПДВ: 1 216,75
ПДВ: 243,35
Сума з ПДВ: 1 460,10

(Сума з ПДВ прописом) **Одна тисяча чотириста шістдесят гривень 10 копійок**

Особи, відповідальні за здійснення господарських операцій

Відвантаження дозволив:

Склав:

ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ «УКРАЇНСЬКА ТОРГОВА ДИСТРИБУЦІЙНА КОМПАНІЯ» Код 44477735 31

Відвантажив:

Агент: Кондратюк Владислав Володимирович 0673332751

Приймач товару (згідно кільцевого доручення)
Космак О.Ю, Роженюк В.М., б/л

Товаросупровідні та інші документи отримані одержувачем разом із товаром у повному обсязі, відповідно до умов договору та законодавства. Товар отримано одержувачем згідно видаткової накладної, без наявних пошкоджень:

Отримав(ла)_____

(Особа, відповідальна за здійснення господарської операції, посада, П.І.Б., підпис, печатка або штамп)

Дата отримання: 23.03.2024

5/0 Кондратюк 1838