

**Lesia Steshenko, Teacher of Special Disciplines,
PhD in Economics**
*Volyn Professional College,
National University of Food Technology
Lutsk, Ukraine*

**Iryna Savchenko, Teacher of Special Disciplines,
PhD in Geography**
*Volyn Professional College,
National University of Food Technology
Lutsk, Ukraine*

Julia Sus, Teacher of Special Disciplines
*Volyn Professional College,
National University of Food Technology,
Lutsk, Ukraine*

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-417-7-15>

THE FEATURES OF RESTAURANT «TERNOPIL» ORGANIZATIONAL AND ECONOMIC ACTIVITIES

ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ РЕСТОРАНУ «ТЕРНОПІЛЬ»

Ринок послуг громадського харчування надає гостям величезний вибір підприємств, і гості завжди можуть підібрати для себе прийнятний варіант за якістю і ціною. Порівняно з іншими ресторанами Тернополя, що розташовані в центрі міста ТОВ «Тернопіль» має конкурентні переваги – ресторан відповідає високому рівню якісного сервісу, має зручне розташування, а також гостям пропонується широкий вибір послуг. Ресторан «Тернопіль» створено 21 грудня 2005 р.; функціонує на підставі статуту. Адреса ресторану: вул. Замкова 14, м. Тернопіль.

Основною метою ТОВ «Тернопіль» є отримання прибутку, що реалізується за допомогою виробничої діяльності, а саме: приготування готових страв для гарячого харчування населення, працівників найближчих офісів, оптовий продаж продукції, а також проведення банкетів.

Предметом діяльності підприємства є: здійснення виробництва та реалізації кулінарної, кондитерської продукції, напівфабрикатів відповідно до затверджених технологічних вимог, що діють у громадському харчуванні; виконання інших видів виробничо-господарської, постачальницько-збутової, товарознавчої, комерційної діяльності, незаборонених законодавством України. Майно підприємства складають: обладнання, господарський інвентар, товари, сировина, грошові кошти та інше майно.

Організаційна структура управління ТОВ «Тернопіль» (рис. 1) формується виходячи з обсягів робіт і послуг, соціально-економічної програми діяльності підприємства. Організаційна структура управління спрямована насамперед на встановлення чітких взаємозв'язків між окремими підрозділами організації, розподіл між ними прав і відповідальності.

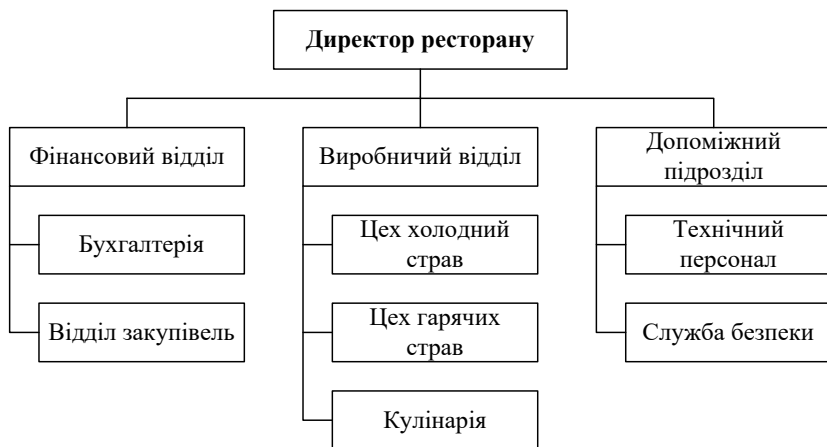


Рис. 1. Організаційна структура ТОВ «Тернопіль»

Джерело: побудовано автором за даними підприємства

За типом дана організаційна структура управління є лінійно-функціональною. Органи управління та виконавці спеціалізуються на виконанні окремих видів управлінської діяльності [2]. До функціональних відділів належать: фінансовий відділ, виробничий відділ і допоміжний відділ. До лінійних належить: виробничий відділ: цех холодних страв, цех гарячих страв і кулінарія, оскільки він здійснює основний вид діяльності.

Штат працівників ресторану складається з 17 осіб. Персонал цього підприємства представлений трьома відділами: фінансовим, виробничим і допоміжним. Фінансовий відділ містить у собі: бухгалтерію та відділ із закупівель. Виробничий відділ, у свою чергу, складається з: кулінарії, гарячого і холодних цехів. Допоміжний відділ представлений в основному працівниками служби безпеки та різним технічним персоналом. Забезпеченість ресторану ТОВ «Тернопіль» людськими ресурсами представлена в таблиці 1.

Таблиця 1

Аналіз забезпеченості людськими ресурсами ТОВ «Тернопіль»

Показник	Роки			Абсолютне відхилення			Темп зростання, %		
	2020	2021	2022	2020/2019	2021/2020	2022/2021	2020/2019	2021/2020	2022/2021
Середньоспискова чисельність працівників, осіб	16	16	16	-	-	-	100	100	100
Всього за штатним розкладом осіб, в т.ч.	17	17	17				100	100	100
- Керівники	4	4	4				100	100	100
-службовці	2	2	2				100	100	100
- Робітники	11	11	11				100	100	100
У віці 18-30 р.	8	8	9	-	1	1	100	112,5	112,5
У віці 31-45 р.	3	4	3	1	-1		133,33	75	100
У віці старше 46 р.	6	5	5	-1	-	-1	83,33	100	83,33

Джерело: складено автором

Керівництво поточною діяльністю ТОВ «Тернопіль» здійснюється директором. Директор ТОВ «Тернопіль» делегує частину своїх завдань підлеглим, звільняючи себе для вирішення важливіших проблем. Співробітникові, якому делегуються повноваження, організація надає всі ресурси для того, щоб він міг розв'язувати поставлені перед ним завдання.

Оцінюючи мікросередовище ресторану ТОВ «Тернопіль», доцільно охарактеризувати також постачальників і конкурентів. Для кожного підприємства дуже важливо, обираючи постачальників

товарів і послуг, всебічно дослідити їхню діяльність, вивчити їхній потенціал для того, щоб встановити ділові стосунки, які забезпечать підприємству стабільну роботу. Слід зазначити, що аналізований ресторан контактує з постачальниками, у яких здійснює закупівлю необхідного устаткування під час оснащення офісів і основної зали; з продовольчими компаніями, які забезпечують необхідними продуктами харчування.

Серед постачальників підприємства, основними є: ТОВ «Тернопільський м'ясокомбінат», «Кондитерський дім Блажевських», ФОП «Піонер», ТОВ «Тернопільська меблева фабрика».

Дослідження конкурентоспроможності орієнтоване на вивчення ринкового середовища і позиції конкурентів. Конкурентоспроможність визначається тільки тими властивостями, які передбачають важливий інтерес для покупця і гарантують задоволення потреб. Оцінка показників конкурентоспроможності за показниками якості обслуговування ТОВ «Тернопіль» представлена у таблиці 3.

Таблиця 3

**Оцінка конкурентоспроможності
за показниками якості обслуговування**

Показники	Оцінка в балах		
	Ресторан «Тернопіль»	Ресторан «НОМ»	Ресторан «Панорама»
Наявність паркувального майданчика	5	5	4
Інтер'єр	4	5	5
Якість страв	5	5	5
Місце розташування	5	5	5
Професіоналізм персоналу	4	3	4
Забезпечення безпеки	5	4	4

Джерело: складено автором за даними підприємства

Таким чином, на основі аналізу найближчих (враховуючи місце розташування) конкурентів можна зробити висновок, що ТОВ «Тернопіль» слід оновити інтер'єр залу, а також підвищити якість послуг за таким напрямом діяльності, як професіоналізм персоналу.

Для того щоб виявити перспективні напрями розвитку підприємства, слід визначити його слабкі, сильні сторони, а також загрози та можливості. SWOT-аналіз є необхідним елементом досліджень, обов'язковим попереднім етапом при складанні будь-

якого рівня стратегічних і маркетингових планів. Методика цього аналізу дає змогу ефективно, доступно оцінити стан проблемної ситуації в організації, також дає можливість сформулювати ключові завдання діяльності підприємства [1]. За результатами аналізу можна оцінити, чи володіє підприємство внутрішніми силами і ресурсами, щоб реалізувати наявні можливості та протистояти загрозам, і які внутрішні недоліки потребують якнайшвидшого усунення.

Таблиця 4

SWOT-аналіз ресторану ТОВ «Тернопіль»

	Можливості:	Загрози:
	залучення нових клієнтів; завоювання більшої частки ринку; підвищення активності реклами	Зростання рівня інфляції; зниження кількості клієнтів; високий рівень конкуренції;
Сильні сторони: зручне розташування; високий рівень безпеки гостей; широкий асортимент страв	створення нових робочих місць; підвищення рівня лояльності клієнтів;	вихід на ринок нових конкурентів; поява перешкод при залученні цільової групи;
Слабкі сторони: слабка рекламна активність; низький професіоналізм персоналу	збільшення прибутку; підвищення активності реклами	зниження конкурентоспроможності підприємства; зниження ефективності діяльності

Джерело: складено автором за даними підприємства

На основі наведеного вище аналізу можна зробити висновки про потенціал розвитку ресторану ТОВ «Тернопіль». Сильні та слабкі сторони ресторану ТОВ «Тернопіль», дають змогу спланувати необхідні зміни, а слабкі сторони, а саме низький професіоналізм персоналу та низьку рекламну діяльність, необхідно мінімізувати, базуючись, насамперед, на наявних сильних сторонах. Усе це дасть змогу не тільки підвищити імідж ресторану в майбутньому, а й збільшити кількість клієнтів, та максимізувати рівень прибутку.

Література:

1. Круковська О. В. (2022). Нові організаційно-економічні засади управління послугами в індустрії гостинності на рівні підприємств готельно-ресторанного бізнесу. *Агросвіт*. № 3. С. 70–76.
2. Поплавська, А., Батченко, Л., & Гончар, Л. (2022). Організаційно-економічні тригери збалансованого розвитку ресторанної мережі в умовах сервісної економіки. *Ресторанний і готельний консалтинг. Інновації*. № 5(1). С. 8–22.