**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Факультет фізичного виховання, здоров’я і туризму

Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

**бакалавра**

На тему: «Діяльність закладів швидкого харчування в м. Запоріжжі на прикладі «McDonald’s»

«Activity of fast food establishments in Zaporizhzhia on the example of «McDonald’s»

Виконала: студентка 4 курсу, групи 6.2419-1

Спеціальності готельно-ресторанна справа

Освітньої програми бакалавр

 Павлова Кароліна Євгенівна

Керівник: Безкоровайна Лариса Вікторівна

Рецензент:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Запоріжжя – 2023

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Факультет фізичного виховання, здоров’я і туризму

Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

Ступінь вищої освіти бакалавр

Спеціальність готельно-ресторанна справа

**ЗАТВЕРДЖУЮ:**

**Завідувач кафедри туризму та**

**готельно-ресторанної справи**

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Н. В. Маковецька

 (підпис)

«\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2023 року

**ЗАВДАННЯ**

**НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ**

**Павлова Кароліна Євгенівна**

(прізвище, ім’я, по-батькові)

1.Тема роботи «Діяльність закладів швидкого харчування в м. Запоріжжі на прикладі «McDonald’s», керівник роботи Л.В.Безкоровайна, затверджені наказом ЗНУ від «\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_ 2023 року № \_\_\_\_\_\_\_.

2. Строк подання студентом роботи \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2023 року.

3. Вихідні дані до роботи. міжнародні конвенції з туризму; нормативно-правові положення, акти, закони України; Стратегія розвитку Запорізької області на період до 2027 року; наукові статті й публікації вітчизняних та закордонних фахівців з проблеми дослідження; показники діяльності туристичних підприємств Запорізької області щодо проєктування туристичного продукту адекватно запитам суспільства.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити):

1. розглянути теоретичні основи обслуговування у ресторанах швидкого харчування та історію заснування цих закладів;
2. охарактеризувати основні напрями діяльності ресторанів швидкого харчування та дослідити організацію роботи персоналу;
3. зробити порівняльний аналіз між ресторанами м. Запоріжжя, цінами на позиції в меню й роботу між працівниками сервісу та кухні.

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов’язкових креслень): \_\_\_ додатків, \_\_\_ літературних посилань.

6. Консультанти роботи:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Розділ | Консультант | Підпис, дата |
|  |  | Завдання видав | Завдання прийняв |
| Розділ 1 |  | 16.01.2023 | 16.01.2023 |
| Розділ 2 |  | 20.02.2023 | 20.02.2023 |
| Розділ 3 |  | 22.03.2023 | 22.03.2023 |

7. Дата видачі завдання «\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2023 року.

**КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| №з/п | Назва етапів кваліфікаційної роботи | Строк виконання етапів роботи | Примітка |
| 1. | Вступ. Вивчення проблеми, опрацювання джерел та публікацій. | Січень 2023 р. | *виконано* |
| 2. | Написання першого розділу | Січень 2023 р. | *виконано* |
| 3. | Написання другого розділу | Лютий 2023 р. | *виконано* |
| 4. | Написання третього розділу | Березень 2023 р. | *виконано* |
| 5. | Написання висновків, комп’ютерний набір роботи  | Квітень 2023 р. | *виконано* |
| 6. | Попередній захист кваліфікаційної роботи на кафедрі | Травень 2023 р. | *виконано* |

**Студент**  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ К. Є. Павлова

 (підпис) П.І.Б.

**Керівник роботи (проєкту)** \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Л. В. Безкоровайна

 (підпис) П.І.Б.

**Нормоконтроль пройдено**

**Нормоконтролер** \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Е.А. Криволапов

 (підпис) П.І.Б.

**РЕФЕРАТ**

Кваліфікаційна робота – 71 сторінок, 3 додатка, 80 літературних джерел.

Мета – дослідити специфіку діяльності закладів швидкого харчування на прикладі ресторанів «McDonald’s».

Об’єкт дослідження: ресторани «McDonald’s» у м. Запоріжжі.

Предмет дослідження: діяльність ресторанів «McDonald’s» у м. Запоріжжі.

Методи дослідження: теоретичний аналіз і синтез літературних та фахових наукових джерел, описовий, порівняльний, спостережень та досліджень, метод анкетування та проєктування.

Основна частина роботи присвячена дослідженню закладів швидкого харчування та специфіки їхньої діяльності в сучасності.

Практичне значення полягає в аналізі діяльності закладів швидкого харчування, зокрема ресторанів «McDonald’s» у м. Запоріжжі, що надасть можливість для подальшого використання отриманих даних у процесі діяльності ресторанного бізнесу в Запорізькій області.

РЕСТОРАН, ЗАКЛАД ХАРЧУВАННЯ, ОБСЛУГОВУВАННЯ В ЗАКЛАДІ ХАРЧУВАННЯ, ЯКІСТЬ ПРОДУКЦІЇ, ПРОДУКЦІЯ РЕСТОРАННОГО ЗАКЛАДУ, СЕРВІС РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ, ВІДВІДУВАЧІ РЕСТОРАНУ

**ABSTRACT**

Qualification work – 71 pages, 3 appendices, 80 literary sources.

The goal is to investigate the specifics of fast food establishments using the example of McDonald's restaurants.

Object of research: McDonald's restaurants in Zaporizhzhia.

The subject of the study: the activity of "McDonald's" restaurants in the city of Zaporizhzhia.

Research methods: theoretical analysis and synthesis of literary and specialized scientific sources, descriptive, comparative, observation and research, questionnaire and design method.

The main part of the work is devoted to the study of fast food establishments and the specifics of their activity in modern times.

The practical significance lies in the analysis of the activities of fast food establishments, in particular McDonald's restaurants in the city of Zaporizhia, which will provide an opportunity for further use of the obtained data in the process of restaurant business in the Zaporizhia region.

RESTAURANT, CATERING ESTABLISHMENT, CATERING SERVICE, PRODUCT QUALITY, RESTAURANT PRODUCTS, RESTAURANT BUSINESS SERVICE, RESTAURANT VISITORS

**ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ, СИМВОЛІВ, ОДИНИЦЬ, СКОРОЧЕНЬ ТА ТЕРМІНІВ**

Ін. – інше;

КЛС – контрольний лист спостережень;

М. - місто;

НП - надзвичайна подія;

Обл. – область;

ПЗРГ - працівник закладу ресторанного господарства;

Р – рік;

Т.д. – так далі.

ЗМІСТ

[**Реферат 4**](#_Toc52727386)

[Перелік умовних позначень, символів, одиниць, скорочень і термінів 6](#_Toc52727386)

[**Вступ** 8](#_Toc52727386)

[Розділ 1. Теоретичні основи діяльності закладів швидкого харчування «McDonald’s» 11](#_Toc52727386)

 1.1. Історія заснування ресторанів «McDonald’s» у м. Запоріжжі [11](#_Toc52727386)

 1.2. Робота кухні та сервісу [14](#_Toc52727386)

 1.3. Характеристика послуг [32](#_Toc52727386)

 Розділ 2. [**Завдання, методи, організація досліджень** 36](#_Toc52727386)

 2.1. Мета та завдання дослідження  [36](#_Toc52727386)

 2.2. [Методи дослідження 36](#_Toc52727386)

 2.3. Організація дослідження  [36](#_Toc52727386)

Розділ 3. [Порівняльна характеристика діяльності закладів швидкого харчування «McDonald’s» у м. Запоріжжі 41](#_Toc52727387)

 3.1. [**Розташування ресторанів** «McDonald’s» у м. Запоріжжі 41](#_Toc52727388)

 3.2. [**Аналіз цін на позиції в меню** 45](#_Toc52727389)

 3.3. [**Особливості кухні та сервісу** 57](#_Toc52727389)

[**Висновки 59**](#_Toc52727392)

[**Список літератури 61**](#_Toc52727393)

[**Додатки 71**](#_Toc52727393)

**ВСТУП**

Тему обрано через її актуальність в сьогоденні.

Сучасний туризм є одним із провідних видів господарської діяльності більшості країни світу, що швидко оновлюється, інтегруючись з іншими сферами. Саме тому актуальним питанням сучасності є всебічне дослідження туристичної галузі [20; 23].

На сьогодні туризм є однією із найпоширених, провідних й найефективніших форм господарської діяльності будь-якої країни світу. Туризм динамічно змінюється й зростає, поширюються його нові види діяльності, нові місця призначення, нові технології, нові туристичні ринки. Велика кількість туристів подорожують світом, для них розробляються різноманітні туристичні пакети, круїзи, індивідуальні маршрути.

Все це генерує туристичну діяльність, змінює суспільне життя, впливає на економіку та соціальний розвиток будь-якої країни [8; 9; 11; 20].

Оскільки індустрія туризму є глобальним бізнесом, що продовжує нарощуватися, в суспільстві увага має приділятися проблемам навколишнього середовища, культурним та економічним питанням, створенню привабливих для туристів краєвидів та рекреаційних об’єктів. Задоволення зростання туристичної галузі за рахунок добре спланованого, екологічно безпечного розвитку є складним завданням для планування всього світу, незалежно від того, це Індонезія, Непал, США, Австралія, Таїланд або Франція.

Складний процес інтеграції українського суспільства в європейський туристичний простір, однією із стратегічних цілей якого є сталий розвиток туризму, заснований на принципах встановлення гармонійного балансу між екологічними, економічними, соціальними, культурними аспектами відповідно до глобальних 17 цілей сталого розвитку до 2030 (2015); кліматичної угоди (2015); стратегії водної рамкової директиви (2000) та ін., висуває нові вимоги до вивчення особливостей туристичної галузі та готельно-ресторанного бізнесу.

Тож, актуальним питанням світової сучасності є дослідження питань туризму та готельно-ресторанного бізнесу, визначення їх теоретико-методологічних основ, наукового обґрунтування, висвітлення нагальних проблем організації туристичної діяльності, прогнозування перспектив сталого розвитку туризму, створення основ для вирішення складних питань цієї галузі, оскільки вона працює в умовах все більш технологічного, інформаційного й глобалізованого світу [8; 20].

Впродовж багатьох років вивчається таке складне соціально-економічне явище, як туризм. Різні його аспекти досліджують фахівці з географії, історії, економіки, педагогіки, медицини, а також представники інших наукових напрямів. Опубліковано значну кількість наукових статей, монографій, проведено багато нарад з питань туризму [20; 70].

Зазначимо, що на основі теоретичного аналізу нами доведено, що актуальні питання різних напрямів туризму та готельно-ресторанного бізнесу розкрито в роботах таких науковців, як: Л.В. Безкоровайна, О.О. Бейдик, М.Г. Бойко, А.В. Віндюк, Л.В. Кнодель, А.П. Конох, Н.П. Крачило, О.А. Кручек, Л.Г. Лук’янова, О.О. Любіцева, Н.В. Маковецька, М.П. Мальська, В.В. Обозний, В.С. Пазенок, Л.В. Сакун, В. К. Федорченко та ін. [20].

Проте, слід зазначити, що проблема вивчення особливостей діяльності закладів швидкого харчування, зокрема ресторанів «McDonald’s» у м. Запоріжжі, залишається актуальною та важливою на сьогодні для туристичного співтовариства.

Насамперед, завітавши до закладу швидкого харчування, потенційний гість очікує моментальне обслуговування з якісною подачею страв за своєю ціновою політикою.

Більшість сучасних ресторанів України виправдовують очікування. У сучасному уявленні «McDonald’s» являє собою особливий тип ресторану, що характеризується швидким приготуванням їжі, а також мінімальним, або відсутнім обслуговуванням відвідувачів офіціантом.

Ресторани швидкого харчування, як правило, є частиною мережі ресторанів або франшизи, які надають стандартизовані інгредієнти та/або частково готові продукти і витратні матеріали для кожного ресторану через контрольовані канали поставок. Об’єктами дослідження даної дипломної роботи є ресторани «McDonald’s» у м. Запоріжжя.

Отже, з огляду на зазначене, предметом дослідження кваліфікаційної роботи обрано вивчення особливостей діяльності закладів швидкого харчування, зокрема ресторанів «McDonald’s» у м. Запоріжжі. [63; 67; 76].

**РОЗДІЛ 1.**

**ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЗАКЛАДУ ШВИДКОГО ХАРЧУВАННЯ «MCDONALD’S»**

* 1. Історія заснування ресторанів у м. Запоріжжя

Нині роль туризму в загальному стані й тенденціях світової економіки, підвищенні рівня зайнятості, диверсифікації та інноваційності національної економіки, збереженні й розвиткові культурного потенціалу та екологічно безпечного навколишнього природного середовища, гармонізації відносин між країнами і людьми, реалізації зовнішньої політики держави, визнано й підтверджено нормативними документами на державному (Закон України «Про зайнятість населення» (2013), Стратегія розвитку туризму та курортів до 2026 року (2017), Концепція популяризації України у світі та просування інтересів України у світовому інформаційному просторі (2018) та ін.) та регіональному (Стратегія регіонального розвитку Запорізької області на період до 2027 (2019) та ін. рівнях [7; 12; 16; 20].

Швидкий розвиток туризму, його поширювання, набуття ролі повносилої засади для міжкультурного діалогу, суспільної інтеграції, миру, взаєморозуміння, сталого розвитку товариства, віднайшли власне віддзеркалення в проголошенні Генеральною Асамблеєю ООН 2017 р. – інтернаціональним роком сталого розвитку туризму, включення його до 17 цілей сталого розросту на етапі до 2030 р. [7; 12; 16; 20].

Це потребує розроблювання стратегій розросту туризму, осібно, в Україні як учасниці роботи ООН.

Отже, концептуальним підніжжям розвитку туризму та готельно-ресторанного бізнесу має бути відповідь всесвітній стратегії розросту туризму, вимогам туристичного ринку праці, спрямованість на розвиток індивідуальності професіонала зі світоглядним, креативним, полікультурним науковим мисленням, спроможного до підтримки сталого розросту індустрії туризму та галузі гостинності [7; 12; 16; 20].

В межах нашого дослідження вважаємо за доцільне розглянути питання становлення та історичного розвитку ресторанів «МакДональдс» у місті Запоріжжя.

Так, 14 грудня 1999 р. був відкритий перший ресторан «МакДональдс» у місті Запоріжжя [19].

Про те, що до Запоріжжя ось-ось прийде «МакДональдс» чекали ще з 1998 року. Тоді ще йшлося про цілу мережу ресторанів у нашому місті.

Перший «МакДональдс» відкрили на перехресті двох проспектів – Соборний та Металургів, 4 грудня 1999 року.

Ресторан на місці «дикого» квіткового ринку зводили п’ять місяців. За гамбургер у 99-му просили 2 гривні 35 копійок, вартість порції картоплі фрі тоді становила 4 гривні [80].

За спогадами очевидців, з самого ранку в день відкриття біля закладу вишикувалася величезна черга з сімей, студентів, пенсіонерів.

Дехто, хто не встиг купити новинку протягом дня, залишився ночувати біля входу, щоб вранці потрапити першим.

У закладі був зал для відзначення дитячих днів народжень, але його прибрали після ремонту ресторану, оскільки мати цей зал було фінансово невигідно: свята відзначались не так часто, як хотілось керівництву.

Більше того, після оновлення політики ресторану у місті Запоріжжя було прибрано клоуна – одного з головних атрибутів проведення свят.

Після реконструкції площу закладу розширили з 450 до 634 кв. м, у залі та на терасах налічується 366 посадкових місць.

Тепер «МакДрайв» обладнали сучасною системою прийому замовлень СOD – це термінал із вмонтованим мікрофоном та відеокамерою.

Коли водій робить замовлення співробітникам ресторану через мікрофон, вони відразу ж його упаковують [19].

Підкреслимо, що така система дозволила значно скоротити час обслуговування.

Змінився та інтер’єр закладу [75; 77].

Він виконаний у стилі Lim Family, який сприяє сімейному відпочинку завдяки оздобленню стін фрагментами із сімейного життя.

Щоденно заклад обслуговує в середньому 3500 гостей. Штат ресторану включає 120 співробітників, які отримують погодинну оплату.

В закладі швидкого харчування малася станція «МакКафе» – місце, де можна було придбати готові тістечка або тортики.

З часом її також прибрали через невигідність, бо такі десерти не були популярними, на відміно від смажених пиріжечків, морозива.

Зараз ресторан є двоповерховою будівлею з літніми майданчиками на другому поверсі і на вулиці перед входом.

За будинком розмістилося невелике паркування.

Меню у будівництві ділиться на ранкове (великий сніданок, фреш макмафін), денне (бігмак, бігтейсті, макчікен та ін.), економ пропозиції (чизбургер, картопля, кола тощо), хеппі міли [79].

Також в меню «МакДональдса» входять салати, десерти (морозиво, макфлурі, пиріг, шейки), рибні та курячі страви, різна кава. Заклід має безкоштовний Wi-Fi [80].

Другий запорізький «МакДональдс» знаходиться у торгово-розважальному центрі «City Mall» в районі Набережної магістралі.

Ресторан, площею 365 кв. м., розмістився на першому поверсі торгового центру «Сіті Молл».

Заклад має власний зал, в якому налічується 78 місць, і плавно переходить у зону фуд-корту. У такому форматі «МакДональдс» в Україні створено вперше.

У теплий період року відвідувачі зможуть відпочивати на відкритій терасі, де передбачено 90 місць.

А для відвідувачів на автомобілях працює МакДрайв із двома лініями замовлень, що забезпечить швидке обслуговування. [78]

У ТЦ «Україна», у центрі Запоріжжя, відкрився новий, третій «МакДональдс». [77]

У Запорізькому ТЦ «Україна» відкрився сучасний технологічний ресторан мережі «МакДональдс» загальною площею 544,5 кв. м.

У закладі організовано інноваційний формат, який поєднує високі технології та піклування про кожного клієнта.

Новий «МакДональдс» отримав 12 терміналів самообслуговування, які дозволяють гостям ресторану ознайомитися з меню закладу в електронному форматі, зробити своє замовлення, сплативши за нього карткою, та забрати їжу в зоні видачі.

Роблячи замовлення, можна буде додавати або прибирати інгредієнти на власний смак.

Але, слід відзначити, що головна фішка ресторану – робот-транспортер [34].

Серед новинок нового закладу є робот-транспортер, який може доставляти замовлення з кухні до вікна експрес-видачі.

На кухні ресторану прикріплюватимуть упаковане замовлення до транспортера, після чого механізм перевозитиме його у повітрі під стелею закладу до співробітника на експрес-вікні, а той вже зможе видати замовлення клієнту.

Від кухні до експрес-вікна замовлення доставляється за 21 секунду. [77]

1.2 Робота кухні та сервісу

Перед відвідуванням харчового блоку треба ознайомитись із правилами поведінки на кухні:

* мати форму зі взуттям на неслизькій підошві або певний захисний одяг (шапочка, бахіли, білий або прозорий халат);
* тримати свою станцію в чистоті, це передбачає: миття усіх поверхонь кухні, підтирати ногами підлогу за наявністю спеціальної ганчірки, або назначити когось для прибирання, навмисно не кидати сміття на підлогу;
* не бігти поруч зі станціями, де йде робота з маслом;
* працювати на кухні можна лише за наявністю головного убору та спеціального фартуха з логотипами «МакДональдс»;
* обходити кухню можна лише зі сторони, де не йде робота з маслом та гарячим м’ясом, наприклад, якщо працівник йде зі своїм обідом в кімнату відпочинку [77; 78; 80].

Перед заходом на саму кухню треба ретельно вимити руки.

Варто зазначити, що співробітники повинні мити руки щогодини та відзначати це у спеціальному графіку.

В деяких ресторанах ця система відрізняється: хтось має паперовий документ з погодинним миттям рук, хтось має планшети, де за 5 хвилин до кінцевого терміну спеціальна програма називає прізвище робітника та каже про необхідність помити руки.

Також важливе знання 10 правил миття рук:

* до початку роботи на станціях та перед входом на кухню: перед початком роботи на робочому місці з приготування харчових продуктів;
* після перерви; після відвідування туалету;
* після торкання рта, носа, волосся і т.д. або інших людей;
* після кашлю або чхання;
* після прибирання;
* після брудної роботи, наприклад, прибирання сміття, зміни сміттєвих бачків, миття підлоги, після прибирання ресторану або туалету і т.д.;
* після поповнення запасів продукції або одяганням одноразових рукавичок (якщо треба). Перед одяганням одноразових рукавичок для приготування салатів;
* коли руки мають брудний вигляд або на них є частки харчових продуктів;
* після торкання ручки дверей приміщення або підіймання предмету який впав на підлогу;
* інші випадки, коли ви вважаєте, що руки можуть бути забруднені або заражені [2; 3].

Примітно, що на кухні працюють переважно без рукавичок, хоча пачка з одноразовими лежить поруч із робочим місцем.

Їх надягають лише коли певні продукти потрібно взяти руками. Інші процеси кухарі виконують за допомогою кухонного інвентарю або обладнання.

Співробітники закладу розповідають, що котлети для бургерів готуються із яловичого фаршу (або свиного для сніданкового меню). Яловичину для гамбургерів доставляють із Вінницької області, там її нарізають та заморожують [33].

Котлети надходять до закладу без солі та перцю, їх додають уже самі співробітники під час готування, але до котлет зі свинини не додають – вони вже приїжджають з усім необхідним набором спецій, і якщо додати до них перцю, то буде занадто гостро.

Варто зазначити, що під час смаження не використовують олію. Саме м’ясо готується на грилі кілька хвилин.

Після цього воно прямує на інший стіл – лінію, де вже збирають бургери.

Бургери збираються по принципу «не тягни – штовхай».

Для приготування однієї порції потрібно мінімум три людини.

Робота в лінії починається з Ініціатора, вони починають процес приготування бюргерів та ролів, комуні кують з людиною на маслі та грилі, повідомляючи їм коли вони беруть певні порції чогось [44; 45].

Ініціатор працює за принципом «руки в булки», вони миттєво реагують на заказ, котрий з’являється на моніторі та роблять замовлення починаючи з верхнього лівого кута.

Після появи замовлення вони однією рукою беруть булку або лаваш, потім готують упаковки на столі для заправки.

Одночасно можна гарнірувати тільки два бургери.

Ініціатор продовжує гарнірувати продукти, поки інший робітник у лінії не забере або не перехватить.

Ініціатор контролює наявність упаковок та кількість булочок на стойці, але самостійно їх не поповнює.

За наявністю «червоної зони» (коли замовлень більше трьох) зобов’язаний сповістити менеджера [59; 66].

Заправник також готує упаковку для замовлення. Заправляє, гарнірує бургери та роли.

Вторинний обов’язок – слідкувати за лотками з готовою продукцією, передавати їх на гриль або на масло [59; 66].

Фінішер кладе котлети в бургери, крутить роли, усе запаковує. Наклеює спеціальні наліпки, якщо у продуктах є певні зміни від стандартного меню таким чином, щоб не закрити золоту арку М – логотип «МакДональдс».

Вони також збирають порції наггетсів, крил, курки, креветок та боксів, ріжуть курку на салати, передають готові продукти по два сандвіча у місце, де потім їх забиратиме сервіс.

Управляють лотками так само, як і заправник.

Вторинний обов’язок – підтримувати чистоту на станції [59; 66].

Приготовлені страви знаходяться на спеціальній полиці 20 хвилин, якщо їх не купили, то, йдуть на утилізацію.

Вся кухня обладнана спеціальними моніторами, які розраховують кількість продукції, яку співробітники мають приготувати на відвідувачів, а також таймерами для всієї продукції.

На всі продукти на кухні ставлять таймер часу: сир зберігається дві години, салати годину.

Усі маркери працівники кухні повинні знати напам’ять та ставити самостійно, без нагадування з боку керівництва [74; 78; 80].

Робітники лінії не повинні використовувати продукцію з минулим терміном зберігання.

Самі булки приходять до закладу із Дніпровської області. Щоб вони мали такий бездоганний смак, їх перед наповненням спершу підсушують у тостері, щоб закарамелізувати [2; 78].

Завдяки даній процедурі зверху булка виходить м’якою, але скоринка, що утворилася, не дає протекти соусу і не стає вологою.

Булочку для бургера Філе-о-Фіш, навпаки, кладуть у випарувач, де вона стає м’якою, туди ж кладуть тортильї для ролів.

Зазначимо, що серед продуктів, що використовуються у мережі, українського виробництва також булочки, зелень, сезонні овочі, яйця та молоко.

Усі продукти поповнюються в чисті лотки та пасочки.

Деякі продукти перед тим як попасти на стіл заправки повинні пройти темперування – процес, коли продукт досягає кімнатної температури (+10… +27 градусів) – сири, соуси [10].

Кастомізація – це певна зміна у бургері, опція, що дозволяє гостям додати або прибрати інгредієнт.

Максимальна кількість змін – шість. Якщо інгредієнт повністю прибрано зі складу бюргера, то чек відобразиться з маркером «БЕЗ».

Наприклад, у Біг Тейсті без помідор буде наліпка «БЕЗ ПОМІДОР», або в Чізбургері буде відсутній кетчуп, то наліпка – «БЕЗ КЕТЧУПА».

Якщо кількість інгредієнтів було зменшено на одну порцію, то на чеку це відобразиться позначкою «-», наприклад, Даббл Чізбургер «- ЧЕДДЕР».

Безкоштовно кастомізуються: мариновані огірки, цибуля, гірчиця. Не кастомізуються тільки наступні позиції в меню:

* Біг Мак – він є іконою бренду зі своєю унікальною рецептурою (але його можна кастомізувати тільки за рахунок продуктів, що є у складі, наразі це сир та солоні огірки), але можна прибирати певні інгредієнти.
* Роли [6].

Що стосується картоплі фрі – вона має бути спеціального розміру, щоб у результаті виходили майже однакові довгі палички.

Після обробки картоплю обсмажують і заморожують, а вже в українських МакДональдс її доводять до потрібного стану. Олію перед кожним смаженням перевіряють рівнем, який показує, чи придатне воно ще для приготування [17; 24].

Спеціальне обладнання регулює температуру, показує рівень масла та сповіщає, коли воно не надходить по апарата.

Також програма працює таким чином, щоб через певну кількість смаження масло було змінене.

Працівники зобов’язані погоджатись з обладнанням щоразу, коли воно хоче поміняти масло.

Відмовитись може тільки Менеджер через велику кількість клієнтів, коли ванночок для смаження не вистачає, але це – рідкість [17; 24; 28].

Картопля солиться в залежності від порції, що насмажив робітник. «Маленька» та «Середня» – один поворот акушейкера, «Велика» – два рази [34].

Зазначимо, що клієнт також може замовити картоплю без солі, в такому разі відповідний за станцію повинен спустошити ванночку з готовим продуктом, витерти його від залишків солі, і тільки тоді давати потрібну порцію.

Про таку необхідність працівнику кажуть колеги на станції «Збірка».

На станцію «Картопля Фрі» навчають всіх співробітників – це робиться для того, щоб у разі напливу гостей працівники кухні були зайняті своїми станціями на кухні, в такому разі можна поставити працівника сервісу за роботу з картоплею.

Вороги фритюру: повітря, вода, висока температура. Хімічні засоби, нагар, сіль [4; 14].

Працівники після навчання на всіх станціях, що закріплюються за Кухнею, проходять атестацію – Менеджер перевіряє знання робітника за допомогою Контрольного Листа Спостережень (далі – КЛС) [80].

Туди входять такі питання як:

* перед роботою: помити руки, перевірити наявність одноразових рукавичок, лопаток, щипців, сільниць, а також їх працездатність;
* знати правила безпеки продукції: мити руки згідно процедур, використовувати певні щипці для продуктів для запобігання перехресного зараження, перед приготуванням робітник перевіряє, які продукти не відповідають стандартам якості;
* знання ваги інгредієнтів у стравах та як їх відрізнити «на око»;
* порційність у боксах та стравах, смажених на маслі;
* максимальний об’єм м’яса на грилі та продуктів на маслі (оскільки розмір стейків різний, це теж треба враховувати);
* як потрібно смажити м’ясо;
* як потрібно слідкувати за продуктами у маслі;
* робота з маслом, техніка безпеки: яке потрібно мати взуття, як підтримувати підлогу в чистоті, щоб запобігти падінню;
* терміни зберігання;
* температура обладнання та масла;
* свої первинні та вторинні обов’язки: як забезпечити чистоту на станції, де міняються щогодинно ганчірки для протирання своєї станції;
* контактування з колегами, знання робочого сленгу [69; 78].

До працівників сервісу вимоги такі самі, як і до кухні, або навіть більше, враховуючи, що вони мають доступ до відкритої території ресторану, де спілкуються з гостями [25; 26].

Перед відвідуванням харчового блоку треба ознайомитись із правилами поведінки на сервісі:

* мати форму зі взуттям на неслизькій підошві або певний захисний одяг (шапочка, бахіли, білий або прозорий халат);
* навмисно не кидати сміття на підлогу;
* не бігти поруч зі станціями, де йде робота з маслом;
* завжди усміхатись гостям, допомагати за необхідністю;
* обходити кухню можна лише зі сторони, де не йде робота з маслом та гарячим м’ясом, наприклад, якщо працівник йде зі своїм обідом в кімнату відпочинку [41; 55].

Навчання на сервісі передбачає знання та вміння працювати з такими станціями: картопля фрі, напої та десерти, збірка, видача, робота з тентами (рознос за столики), каса, доставка, обслуговування в автомобіль – МакДрайв Останні станції є найважчими у роботі «МакДональдсу», бо потребують приготування в першу чергу.

Саме тому на моніторах для МакДрайву замовлення редагуються в реальному часі – це робиться заради рейтингів [22; 71; 79].

Певна кількість ресторанів з найкращими показниками в країні у майбутньому матимуть більше переваг: премії, подарунки від компанії та ін.

Наведемо певні стандарти обслуговування доставки, що полягають у такому:

* швидко – збирати замовлення менше ніж за 5 хвилин;
* дружелюбно – усмішка, ввічливість, охайний та акуратний вигляд;
* точно – збирання замовлення, не порушуючи порядок (бургери/сандвічі, напої/десерти, картопля).

Продукти для замовлень на доставку готуються виключно під замовлення – це забезпечує 100% свіжості продуктів [22; 53].

На станцію напоїв та десертів не навчають працівників кухні, але там також потрібно мати капелюх з логотипом «МакДональдс» для запобігання попадання волосся у їжу [71].

Багато закладів зберігли старий варіант машин для напоїв – подібні можна побачити у деяких продуктових магазинах, що продають напої «на розлив».

Машина працює, коли нажимаєш на кнопку з певним розміром порції напою, або зажимаєш, якщо потрібна певна кількість [31; 40].

Апарат видає, наприклад, Колу, «вистрілюючи» водою з сиропом з періодичністю у секунди. Апарат для апельсинового соку працює за таким самим принципом, видаючи певні порції за допомогою кнопок.

Стандарти якості апельсинового соку: однорідний, жовтогарячий, з цитрусовим смаком.

Кавові машини заправляються молоком співробітником сервісу, але кавові зерна та порошок какао тільки Менеджером – це робиться для запобігання ламання машин та зменшує кількість сміття, бо багато робітників нехтують обережністю.

Кавовий жмих викидається у окремий смітник, з часом він буде перероблений у добрива для рослин.

100% добірна арабка, бленд складається з 80% Бразильської арабіки та 20% Колумбійської арабіки.

Середня ступінь обсмажування, що дозволяє найкращим чином підкреслити багатий смак та тонкий аромат свіжозвареної кави [60; 71].

Постачальник кави заснований у Японії, європейський представник знаходиться у Великобританії, завод по обсмажуванню знаходиться у Нідерландах.

Компанія випещує каву на власних плантаціях, що дозволяє краще контролювати високу якість кави «від поля до чашки», має власні заводи, на яких обсмажується кава та висококласних спеціалістів з розробки кавових блендів під потреби замовників.

Головні вороги кави: кисень, висока температура, світ, волога [50].

Серед готових десертів можна виділити вівсянку, полуничний та класичний чизкейки.

Вони фасуються в упаковку та маркуються працівниками Бекруму або сервісу.

Вівсянка доставляється у пакетиках, готується у паперовому стаканчику, подається клієнту з полуничним джемом. Морозиво поділяється на три позиції:

* МакФлурі – морозиво у паперовому стаканчику, має два «рідних» допінга: шоколад/карамель/полуниця та печиво Кіт-Кат, усі вони розподіляються зверху над морозивом, вага «голого» морозива – 155 г.
* МакСанді – може бути у пластиковому або вафельному стаканчику, має один «рідний» допінг: шоколад/карамель/полуниця, розподіляється зверху над морозивом, але якщо гість замовив додатковий, то один з них додається на дно стаканчика, печиво тільки зверху, вага «голого» морозива – 114 г.
* Морозиво Ріжок – звичайне класичне морозиво, куди може бути кастомізований допінг, вага «голого» морозива – 85 г.

Стандарти якості морозива: без ознак танення, вершково-білого кольору, густе і м’яке [80].

Усі топінги мають вагу в 30 мл, печиво – 12.5 г.

* Макшейк – аналог молочного коктейлю, виділяють маленьку та середню порції.

Стандарти якості МакШейку: холодний, густий, трохи зернистий з крихтами льоду.

Зазначимо, що всі працівники, які обслуговують гостей за столами та мають з ними прямий контакт, повинні знати та бездоганно вміти використовувати певні процедури, щоб залишити тільки найкращі враження у кожного відвідувача [15; 71; 78].

Збирач/співробітник на видачі при обслуговуванні за столами здійснює такі види робіт, як:

* розпочинає роботу біля збірки;
* збирає перше замовлення, показане на моніторі;
* охайно розкладає сандвічі на підносі;
* скидає замовлення з монітора та бере роздрукований чек збору замовлення;
* визначає за чеком збору замовлення, які найменування із замовлення залишилося зібрати;
* бере пакет або піднос, щоб зібрати картоплю фрі та напої, і завершує формування замовлення;
* кладе одну серветку на кожне найменування, одну трубочку на кожен холодний напій, соуси та столові прибори за стандартом «МакДональдс», а також інші компоненти замовлення, замовлені гостем;
* знаходить гостей візуально чи за допомогою монітора, що використовується в ресторані;
* приносить тацю з їжею до столу;
* подає замовлення, супроводжуючи його кількома фразами про страви в складі, та запитує, чи все гаразд;
* не відходить від столу, не дочекавшись відповіді гостя;
* дякує гостю з усмішкою та забирає Тент з номером;
* повертається до гостя через 1-2 хвилини, щоб дізнатися, чи не потрібно щось іще;
* забирає порожні підноси та протирає столи, проходячи обідньою залою.

Обслуговування за столами з окремим збирачем:

* розпочинає роботу біля збірки;
* збирає перше замовлення, показане на моніторі;
* охайно розкладає сандвічі на підносі;
* скидає замовлення з монітора та бере роздрукований чек збору замовлення;
* визначає за чеком збору замовлення, які найменування із замовлення залишилося зібрати;
* бере пакет або піднос, щоб зібрати картоплю фрі та напої, і завершує формування замовлення;
* кладе одну серветку на кожне найменування, одну трубочку на кожен холодний напій, соуси та столові прибори за стандартом «МакДональдс», а також інші компоненти замовлення, замовлені гостем;
* повідомляє персонально Співробітнику на видачі, що замовлення готове до видачі;
* переходить до наступного замовлення.

Обслуговування за столиком з окремим Співробітником на видачі:

* Співробітник на видачі розпочинає роботу біля зони видачі;
* перед доставкою проводить останню перевірку точності за чеком збору замовлення;
* перевіряє наявність однієї серветки на кожне найменування, однієї трубочки на кожен холодний напій, соуси та столові прибори за стандартом «МакДональдс», а також інші компоненти замовлення, замовлені гостем;
* знаходить гостей візуально чи за допомогою монітора, що використовується в ресторані;
* приносить тацю з їжею до столу;
* подає замовлення, супроводжуючи його кількома фразами про страви в складі, та запитує, чи все гаразд;
* не відходить від столу, не дочекавшись відповіді гостя;
* дякує гостю з усмішкою та забирає Тент з номером;
* повертається до гостя через 1-2 хвилини, щоб дізнатися, чи не потрібно щось іще;
* забирає порожні підноси та протирає столи, проходячи обідньою залою.

Обслуговування за столами з Координатором обслуговування за столами:

* знаходиться у проході через прилавок біля зони видачі;
* бере підноси у Збирача, перевіряє точність, додає серветки, трубочки та приправи;
* за наявністю декількох підносів визначає черговість доставки замовлень;
* замовлення більш ніж із двох підносів транспортує з допомогою Співробітників на видачі;
* повідомляє Співробітникам на видачі, коли замовлення готове до доставки;
* готує наступне замовлення від Збирача;
* додатково: приносить їжу гостю, якщо немає вільних Співробітників на видачі;
* додатково: допомагає Збирачам при появі червоної зони.

Обслуговування за столами з Експедиторами здійснюється таким чином:

* у ресторанах із дуже високою часткою обслуговування за столами може знадобитися Експедитор (аналогічно тому, який призначається на прилавку):
* знаходиться біля збірки;
* відокремлює сандвічі для обслуговування за столами, які надходять, від сандвічів для прилавку та МакДрайв;
* розкладає сандвічі на підносі;
* скидає замовлення з монітора та кладе чек збору замовлення на піднос разом із сандвічами;
* стежить, щоб першими доставлялися за столи ті підноси, які також були зібрані першими;
* переходить до наступного замовлення з обслуговуванням за столами;
* додатково: за відсутністю таких замовлень допомагає збирати замовлення для прилавку та МакДрайв.

Мета роботи станції Обслуговування – створити сервісну атмосферу для отримання неперевершеного досвіду гостей [4; 5].

Підтримувати стандарти на високому рівні.

Стандарти обслуговування: точно, швидко, дружелюбно, стандарт часу: очікування  90 секунд: від моменту, коли гість став у чергу і до початку прийому замовлення (привітання касира), час замовлення і розрахунку не оцінюється: від моменту, коли у гостя почали приймати замовлення і до видачі чека після розрахунку, час обслуговування – 90 секунд: від моменту видачі чека і до повної видачі замовлення.

Етикет поведінки «МакДональдс»: усмішка на обличчі, візуальний контакт, слухати, говорити чітко, усмішка в голосі, гостинні жести, залучання гості, знання меню [37].

Якщо гість має певні проблеми, Співробітник повинен знати 4 кроки реабілітації гостей:

1. Уважно вислухати.
2. Попросити вибачення, показуючи розуміння.
3. Вирішити проблему/виправити помилку.
4. Подякувати гостю за звернення.

Якщо гість звернувся зі скаргою/питанням, на яке робітник не може відповісти – звертатись за допомогою до Менеджера [58].

Підтримуй та демонструй принципи сервісності:

* Гостина поведінка.

Зустрічай гостей так, як ти зустрічаєш своїх гостей у себе вдома. Створюй атмосферу турботи і комфорту.

Запрошуй гостя зробити замовлення, встановлюючи візуальний контакт.

Не вживай «Вільна каса!», коли це очевидно для гостя. Спостерігай за гостями.

Якщо ти бачиш, що гість не визначився не знає меню сумнівається вперше у нас запропонуй допомогу: «із задоволенням готовий допомогти

Вам з вибором» або «Ви у нас вперше? Дозвольте, я допоможу Вам з меню» [37].

Шукай можливість використати вільну хвилинку для спілкування з гостями, наприклад, під час розрахунку, при видачі решти чека, коли гість очікує своє замовлення.

Якщо ти бачиш, що гість в черзі нервує, встанови візуальний контакт і повідом: «Зараз я прийму у Вас замовлення».

* Автентичність.

Будь сам собою, спілкуйся природньо, так як ти спілкуєшся зі своїми друзями в житті.

Пропонуючи продукт, використовуй свої емоції та враження від продукту.

* Унікальність.

Перевершуй очікування гостя, не зважаючи на обставини. Створюй унікальні моменти, які гість може отримати тільки в «МакДональдс».

Якщо гість звернувся з проханням, що не стосується «МакДональдс», уважно вислухай і допоможи йому.

Якщо прохання виходить за рамки твоєї компетенції, поклич Менеджера [71; 78; 79].

Задача Касира/приймача замовлень:

* Привітатись з гостем.

Усміхайся, вітай кожного гостя українською мовою, приємним голосом та своїми словами, використовуй різні фрази.

Не квап гостя, якщо він не готовий замовити. Говори чітко, будь гостинним.

* Прийняти замовлення.

Не перебиваючи, уважно вислухай замовлення гостя.

Не відволікайся під час прийому замовлення.

Знаючи поточні маркетингові програми, будь готовий відповісти на будь-яке запитання, які можуть цікавити гостя стосовно продуктів, меню.

При необхідності зроби підказку, необхідні уточнення.

Правильно введи на касі інформацію по соусах, приправах до замовлення і т.д., щоб вона відобразилась на експо-моніторі, якщо гість скористався пропозицією кастомізації – уважно введи усі інгредієнти. Уточни, чи замовлення «в залі» чи «з собою».

Повідом гостю загальну суму замовлення [62].

* Отримати оплату (готівковий/безготівковий розрахунок).
1. Готівка.

Чітко назви суму, отриману від гостя. Перевіряй ультрафіолетовою лампою усі купюри. Поклади гроші лицьовою стороною поперек касового ящика. Назви суму решти, перерахуй і віддай гостю в руки: надавай спочатку копійки, а потім, перераховуючи і називаючи суму, купюри. Видай чек, закрий касовий ящик.

1. Безготівковий розрахунок.

Надай гостю термінал для розрахунку. Усі дії з термінальною карткою гість повинен виконати самостійно. перший чек з терміналу залиши у касовому ящику, а другий чек з терміналу та касовий чек видай гостю (якщо чеки розділені).

Передай відвідувачеві чек з номером замовлення, проговори і покажи – де на чеку знаходиться номер замовлення.

Поясни відвідувачеві: коли його замовлення буде готове, його номер з’явиться на моніторі і він зможе забрати своє замовлення в зоні видачі.

Попросіть його почекати, поки замовлення приготується, в зоні очікування (вкажіть рукою на зону).

Подякуй відвідувачу і усміхнись йому.

Відвідувач повинен відійти від каси і розташуватися в зоні очікування. будь готовий відразу ж привітати нового гостя.

Треба чітко проговорити номер замовлення та показати де на чеку він знаходиться, пояснити відвідувачу, коли його замовлення буде готове

Мета роботи Наставника по роботі з кіосками – активне запрошення гостей до використання кіоску самообслуговування та підтримка при розміщенні замовлення [24; 49].

Принцип роботи на станції за КЛС:

* Зустрічайте гостей: вітайтеся з гостями і направляйте їх до вільного кіоску.

Підтримуйте візуальний контакт з відвідувачами та щиро усміхайтеся при вітанні. Тримайтеся вільно, ввічливо та доброзичливо. У години пік знаходьтеся поруч з кіоском, щоб бути видимими для гостей, які заходять до ресторану, оскільки їм може знадобитися допомога. Головна задача – допомога гостям.

* Залучайте гостей: звертайте увагу гостей на новий метод розміщення і отримання замовлення.

Намагайтеся визначити гостей, яким може бути зручніше скористатися кіоском. Це можуть бути сім’ї з дітьми, молоді люди або відвідувачі, які дуже поспішають. підходьте до гостей, розказуйте про кіоск і чітко перераховуйте його переваги. Показуйте кіоск у роботі і пропонуйте свою допомогу.

* Консультуйте/допомагайте: проявляйте ініціативу, демонструйте свої знання і показуйте, як легко працювати з кіоском.

Відповідайте на питання гостей і допомагайте їм з вибором.

Реагуйте на фрази, які свідчать, що відвідувачу необхідна допомога при розміщенні замовлення на кіоску.

Демонструйте готовність допомогти.

Допомагайте відвідувачам з розміщенням замовлень та в роботі з навігацією кіоску.

Показуйте гостям номер замовлення на чеку і поясняйте, що замовлення можна забрати, коли номер на екрані загориться зеленим кольором [71].

* направляйте в зону видачі: після розміщення замовлення на кіоску, супроводжуйте/спрямовуйте гостей в зону видачі або до касових апаратів (в залежності від оплати замовлення).

Якщо оплата замовлення проведена карткою, супроводжуйте гостей до зони отримання замовлення (в сторону від касових апаратів). Гості повинні добре бачити екран.

Якщо оплату замовлення необхідно провести на касі, спрямовуйте гостей до касових апаратів [1; 53].

* Будьте ввічливі та гостинні: намагайтеся розташувати до себе гостей, наприклад, дайте їхнім дітям спробувати натиснути пункти меню на екрані кіоску.

Цікавтеся думкою відвідувачів про обслуговування на кіоску і запрошуйте гостей знову відвідати ресторан. Не будьте нав’язливими, якщо відвідувач уникає спілкування. Не ставте відвідувачів в незручну ситуацію. Якщо гість помилився, ввічливо та з усмішкою допоможіть виправити помилку в замовленні. Активно шукайте можливості для спілкування і допомоги відвідувачам.

* Інформуйте та направляйте відвідувачів: перенаправляйте гостей, які не хочуть використовувати кіоск самообслуговування до касових апаратів на прилавку.

Інформуйте гостей, які стоять в черзі на основному прилавку, про можливість зробити замовлення на кіоску самообслуговування.

Спостерігайте, щоб в зоні очікування не було гостей, які стоять в черзі помилково, щоб зробити замовлення.

В цьому випадку запропонуйте гостю зробити замовлення на кіоску або спрямуйте його до касових апаратів.

* Допомагайте гостям: слідкуйте за обстановкою, допомагайте гостям у залі, проте не забувайте, що ваша основна станція – кіоск.
* Підтримуйте чистоту: регулярно оглядайте кіоски на предмет забруднень і перевіряйте їх працездатність [51; 61].

Працівники Бекруму відповідають за поповнення продукції та упаковки на території усього закладу, маркування готових десертів, овочів та ін.

Працювати на цій посаді можуть тільки чоловіки, тому що здебільшого об’єм та вага продуктів може бути занадто велика навіть для середньостатистичного хлопця.

Зазвичай на Бекрум начають чоловіків, що вміють працювати на кухні, часто ними можуть бути також й Інструктори з навчання [78].

1.3 Характеристика послуг

На основі теоретичного аналізу з проблеми дослідження нами встановлено, що, звичайно, заклад вважається дитячим рестораном, отже в першу чергу усі послуги розраховані саме на дитячу аудиторію.

Можливість купити спеціальне меню з іграшкою або іграшку окремо — одна з головних переваг «МакДональдс».

Також з недавніх пір у відвідувачів з’явилась змога придбати дитячу книжку [50].

Спеціально для «МакДональдс» авторка бестселерів Крессида Ковелл написала серію «Крихітні детективи».

В ній родина грає в детективів, щоб знайти відповіді на великі запитання про навколишній світ.

Наприклад, «Чи вміють дерева говорити?», «Чи є життя на дні найглибшого океану?» або «Чому зорі мерехтять?». Наразі серія нараховує 12 книг.

Зазначимо, що часто-густо до Запоріжжя приїжджає багато дітей з екскурсією з довколишніх міст, котрі, безперечно, захочуть завітати до ресторану [27; 54].

За попередньою домовленістю з менеджерством, працівники почнуть готувати замовлення заздалегідь, скільки б порцій там не було, щоб дітям не довелось довго чекати.

Також для дорослих супроводжуючих діє пропозиція — безкоштовні смаколики, а саме: гамбургер, маленька порція картоплі та напій (обирається за домовленістю, класичний – економ Кола).

Компанія забезпечує не тільки гостей, а й своїх працівників.

Підкреслимо, що кожен співробітник «МакДональдс» має змогу отримувати робочі премії, подарунки від компанії на свята (і державні, і особисті, наприклад, день народження), керівництво завжди йде на поступки своїм підлеглим.

Стабільна заробітна плата, оплачувальні лікарняні, фінансова допомога під час повномасштабного вторгнення – усе це про «МакДональдс».

З першого дня повномасштабної війни на потреби населення компанія передала більше 700 тонн продукції на понад 130 мільйонів гривень, працівники «МакДональдс» разом із Фундацією Дім Рональда МакДональда започаткували програми підтримки сімей і лікарень, які постраждали через війну [32; 73].

Працівники також активно волонтерять в програмах Фундації, використовуючи для цього увесь свій досвід та експертизу, здобуту в «МакДональдс».

У всьому світі Фундація Дім Рональда МакДональда створює й підтримує програми, які покращують здоров’я та благополуччя дітей.

У відповідь на проблеми тисяч українських родин, які потерпають від війни, Фундація Дім Рональда МакДональда розгорнула програми допомоги, а саме:

1. Надавала гуманітарну допомогу дитячим лікарням і постраждалим родинам.
2. Передає продуктові набори тим, кому вони зараз життєво необхідні.
3. Закуповує життєво важливе медичне обладнання для лікарень України.

Деякі з проєктів Фундації виникли з ініціативи працівників «МакДональдс» та були підтримані співробітниками компанії, які долучилися до них як волонтери.

Робітники ефективно займаються перевіркою постачальників і закупівлями, логістикою та проєктним менеджментом в цих ініціативах завдяки досвіду та експертизі, здобутим під час роботи в компанії.

Підтримка сімейних кімнат — це внесок у розвиток сімейно орієнтованої медицини, що дає змогу залучати до лікування дитини її родину.

Оточена любов’ю та батьківським піклуванням, дитина швидше одужує.

Батьки стають партнерами лікарів під час лікування: допомагають визначити стан дитини, навчаються надавати потрібну підтримку й забезпечувати догляд після повернення додому.

У межах програми «Кращий МакДональдс» компанія тестує рішення, що допоможуть зменшити кількість пакування, використовувати екологічніші матеріали й переконати відвідувачів ресторанів здавати його на переробку.

«МакДональдс» — перша у світі глобальна ресторанна компанія, яка поставила наукову мету: істотно зменшити викиди парникових газів, щоб допомогти розв’язати цю важливу проблему для нинішніх і майбутніх поколінь.

Що вони роблять для цього вже сьогодні?

* Усю використану олію віддають на перероблення на біопаливо.
* Відпрацьованою водою поливають клумби й газони біля ресторанів.
* Використовують поновлювані джерела електроенергії для ресторанів: установлюють сонячні батареї на дахах ресторанів.
* Україна стала першою країною, у якій «МакДональдс» подавав морозиво МакСанді у вафельному стаканчику.
* З 2019 року — відмова від пластикових кришечок для МакФлурі. А це зменшило відходи на 27,5 тонни пластику на рік.
* Улітку 2020-го — перехід на паперові стаканчики для лимонадів та інших холодних напоїв. Завдяки цьому зменшили використання пластику на 10 тонн щомісяця.
* Установили контейнери для збирання відсортованого пакування в ресторанах, тож тепер гості разом з працівниками можуть знизити кількість відходів, віддаючи пакування від улюбленої їжі на переробку. [https://www.mcdonalds.com/ua]

**РОЗДІЛ 2.**

**ЗАВДАННЯ, МЕТОДИ, ОРГАНІЗАЦІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ**

2.1 Мета і завдання дослідження

Метою дипломної роботи є дослідити діяльність закладів швидкого харчування в м. Запоріжжі на прикладі «McDonald’s».

Завдання дослідження:

1. Розглянути теоретичні основи обслуговування у ресторанах швидкого харчування та історію заснування цих закладів.
2. Охарактеризувати основні напрями діяльності ресторанів швидкого харчування та дослідити організацію роботи персоналу.
3. Зробити порівняльний аналіз між ресторанами м. Запоріжжя, цінами на позиції в меню й роботу між працівниками сервісу та кухні.

2.2 Методи дослідження

Методи дослідження:

* вивчення літератури з теми дослідження.
* аналіз – метод пізнання, який дає змогу поділити предмети дослідження на складові.
* порівняння – процес встановлення подібності або відмінностей предметів та явищ дійсності, а також знаходження загального, притаманного кільком об’єктам.
	1. Організація дослідження

Розберемо діяльність закладу швидкого харчування на прикладі ресторану «МакДональдс» №113 в м. Запоріжжя, працюючи у ньому.

Кожну зміну робітник, незважаючи на посаду, зобов’язаний відмітитись у бланку, де потрібно вказати, чи мають вони на собі прикраси: каблучка або хрестик, чи мають температуру, видимі рани, що кровоточать, пластир та поставити підпис, після цього фіксує початок робочого дня у апараті карткою, миє руки та приступає до своїх обов’язків.

У кінці зміни Менеджер фіксує ці дані своїм розписом та особисто контролює перевірку температури.

До виходу на зміну робітник попереджає Менеджера Зміни, що виходить на роботу, при цьому називаючи станцію, вказану у розкладі [58].

В деяких випадках керівництво може змінити станцію робітника, наприклад, з напоїв та десертів на касу – здебільшого це залежить від кількості робітників та їхнього вміння працювати з певним обладнанням [79; 80].

Зазвичай з 10 години ранку працює не більше 8-10 людей на весь заклад, раніше - ще менше, бо керівництву не вигідно ставити більше людей, тому що гості у такий час майже не заходять, і, навпаки, пізніше — більше [48; 79].

З 4 до 10 ранку меню «МакДональдс» змінюється на сніданкове, де подають здебільшого м’ясо свинини та смажені яйця.

Булочка для бургерів теж інша - з кукурудзяного борошна, замість класичної з пшеничного борошна.

З позицій «Меню» подається тільки те, що має в собі наггетси – усі інші будуть доступні після 10 ранку, коли робітник сервісу перегорне стійку з меню за касою з ранкового на денне.

Сніданок  єдиний час, коли гостям пропонуються пластикові виделка та ніж за замовчуванням при замовленні певних позицій - Омлет, Омлет з Беконом, Великий Сніданок.

Пропонуються сніданкові роли – з куркою та яйцем, фреш рол зі свининою та яйцем та сніданок рол з картопляником, яйцем. свининою та беконом.

Є також сандвічі – МакТост з сиром та МакТост з камамбером, подаються як спресований бутерброд з двох булочок та сиром між ними.

Хеппі Міл подєаться як звичайний, окрім сандвічу, замість чізбургеру або гамбургеру подається МакМафін.

Після 10 ранку доступне усім відоме класичне меню, працівники кухні миють сніданкове обладнання, загортають його у плівку та залишають стояти до наступного дня, миють грилі від свинини, щоб запобігти перехресного зараження [79].

Працівник Бекруму приносить денні булочки та упаковки заздалегідь, також ставить у холодильники заморожені напівфабрикати з курки та риби.

Робітник на касі міняє меню з ранкового на денне у касовому апараті, а також перегортає настінне.

Після цього сніданки не обслуговуються, виключення – якщо залишились якісь готові продукти [18].

Правило сніданків може не працювати за умовою попередньої домовленості, наприклад, з великою групою дітей, які приїжджають у місто зарано до денного меню.

Цей випадок обговорюється окремо з Менеджером Зміни, який потім передасть цю інформацію тому начальнику, що буде присутній у назначений день.

Після 10 ранку, зазвичай, на зміну виходить багато робітників, у такому випадку за кухню відповідає не одна людина, а умовно три, так само і з сервісом [47; 51].

На станцію прибирання можуть назначити двох людей, поставити другу касу та назначити робітника як помічника на кіосках.

Іноді ця зміна заміняє ранкову, щоб останні мали змогу пообідати — такі рішення назначає тільки Менеджер, як і зі станціями.

Обід триває півгодини, цей час не оплачується.

Начальство змінюється щодня по три людини у порядку: 6:00-14:00, 14:00-22:00, 22:00-6:00, так само як і Касири, що відповідають за гроші ресторану та сейф, до якого більше ніхто не має доступу.

Стандартно усі працівники працюють від 4 годин за зміну, максимум - 8.5, але бувають винятки, які вирішує тільки Менеджер Зміни.

Наприклад, якщо клієнти не надходять, людину можуть відпустити додому через годину після початку робочого дня, і навпаки, якщо людей забагато, робітника можуть затримати [43; 46].

За відсутністю Менеджера їх заміняє Експерт з гостинності - такий самий керівник, але вони не можуть приймати зміну, тільки керувати робітниками в разі необхідності, пробивати колегам обіди та виконувати інші функції начальника.

Часто-густо вони займаються доставкою, тому що на цій станції потрібно багато досвіду та певні норми по швидкості, які мало хто зі звичайних працівників закладу ресторанного господарства може виконати. Вони також відповідають за настрій гостей, зустрічають їх з усмішкою, пропонують дитяче крісло за необхідністю, слідкують за настроєм у співробітників.

Щоб потрапити на цю посаду, вони проходять психологічні тести, зазвичай на експертів беруть людей з позитивною енергією, що можуть підтримувати хороший настрій у всіх.

Вони також на рівні Менеджера можуть відповідати на питання журналістів у разі НП, на відмінно від ПЗРГ [40; 57].

Під час червоних днів календаря заробітня плата помножується на два, у такі дні зазвичай приходять дуже багато гостей, тому що, як правило, вони є вихідними у всій країні [30; 36].

Відповідно, ресторан полягає на тому, щоб працювало багато людей. Особливо на дитячі свята черга може бути до самих вхідних дверей закладу швидкого харчування.

Тим не менш, гості швидко покидають заклад після того як поїли - це один зі скритих маркетингових ходів.

Не найзручніші меблі, маленька порція на одного та музика швидкого темпу - усе це підсвідомо сприяє на гостя скоріше завершити своє прибування у ресторані [55; 68].

Найчастіше залишаються: підлітки, літні люди та робітники, яким потрібен простір, розетка та чашка кави.

«МакДональдс» - компанія з рівними можливостями для всіх. У ресторані працює як мінімум 3 літні людини та 3 з обмеженими можливостями - інвалідність на слух [43].

Здебільшого вони працюють на станціях з напоями та десертами або на прибиранні.

Основою бренду є і завжди було слідування основним цінностям: служіння, рівність, доброчесність, громада, родина. Цінності – це фільтр, через який проходять усі рішення в компанії. Адже дії говорять більше за слова [13].

**РОЗДІЛ 3.**

[**ПОРІВНЯЛЬНА**](#_Toc52727387) **ХАРАКТЕРИСТИКА**

3.1 [**Розташування ресторанів**](#_Toc52727388)

Прибуток ресторану залежить не тільки від якості їжі та обслуговування, а й від розташування [5].

Заклад на проспекті Металургів має незвичне розташування: посеред вулиці, де поруч нема інших ресторанів, щоб поїсти.

Підкреслимо, що таке рішення обумовлене тим щоб, проходячи повз, потенційний покупець прийняв рішення відвідати заклад.

Це один з маркетингових ходів - знайти МакДональдс там, де його знайти не очікуєш, де навколо нема аналогічних харчевень, а значить і нема конкуренції.

Завдяки подібному ходу потік гостей збільшується.

Туристи бажають відпочити у найближчому закладі, де їх якісно обслужать та швидко принесуть їжу.

Також одним з, як не дивно, великих та значних факторів є наявність туалету [72].

За Законом Україні, заклади не мають права не впускати відвідувачів в туалет, здебільшого туди часто приходять підлітки.

Керівництво МакДональдс потребує від цих людей купити хоча б якусь мінімальну позицію, щоб мати прибуток з їхнього находження в закладі. Раніше за цим слідкувала охорона, на даний момент такої позиції робітників у ресторані нема [51; 65].

Заклад у торгівельному центрі «City Mall» має конкуренцію у вигляді гастрономічного відділу Ашану, але звичайних ресторанів поблизу нема [56; 64].

Необхідно відзначити, що розташування закладу також відіграє свою роль - воно неочікуване, заклад має місця як на вулиці, так і всередині будівлі.

Після виснаженого дня покупок, потенційні клієнти бачать «МакДональдс» і підсвідомо бажають завітати та відпочити, одночасно насолоджуючись смачною їжею, яку приносять менше ніж за 5 хвилин.

Туалетів всього 2, у разі чого гості не захочуть чекати через велику чергу, а значить надовго не затримуються.

Загалом у «МакДональдс» в «City Mall» частіше беруть їжу з собою, бо розташування меблів робить прибуття у ресторані недовгим - усе занадто компактне, є відчуття дискомфорту [64].

Зазначимо, що зазвичай залишаються лише сім’ї, що вирішили перепочити перед поверненням додому після виснажливого дня походу по магазинах.

Заклад у торгівельному центрі «Україна» має багато конкурентів поруч: ресторан через дорогу, мінімум два кафе в одній будівлі, навпроти закладу невелика закусочна.

Але це не заважає гостям відвідувати саме заклад швидкого харчування [61; 65].

Ресторан має напряму вихід до торгівельного центру, тобто коли потенційний клієнт приходить у магазин взуття на другому поверсі і бачить двері до «МакДональдс», одразу захоче відвідати заклад - він поруч, недалеко є паркування або зупинки на проспекті Соборному.

Розташування діє так само, як і в «City Mall» - люди бажають відпочинку після відвідання торгівельного центру.

Більше того, поруч знаходиться цирк, після завершення його роботи діти зі своїми батьками одразу йдуть до «МакДональдс», потік клієнтів не зменшується навіть через півгодини після прибуття перших сімей, черга може стояти до дверей ще кілька годин, хоча насправді люди покидають заклад вже після 15 хвилин – кількість людей тисне на покупців.

Вулицею нижче розташований палац спорту «Юність», де виступає багато дітей, а після підіймаються до усім відомого закладу для перекусу.

Незважаючи на ці фактори, кількість гостей майже ніколи не міняється. У найтихіші часи дня майже половина закладу буде наповнена гостями [65].

Підбиваючи підсумки у порівнянні розташування ресторанів, маємо наступну таблицю.

*Таблиця 3.1* – **результати порівняння розташування ресторанів «Макдональдс» в м. Запоріжжі**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **ЗАКЛАД НА ВУЛ. «МЕТАЛУРГІВ»** | **ЗАКЛАД У ТОРГІВЕЛЬНОМУ ЦЕНТРІ «CITY MALL»** | **ЗАКЛАД У ТОРГІВЕЛЬНОМУ ЦЕНТРІ «УКРАЇНА»** |
| Нема конкуренції або аналогів. | Нема конкуренції або аналогів. | Розбіг та різноманіття конкурентоспроможних ресторанів. |
| Великий заклад з великою кількістю місць. | Некомфортний, компактний інтер’єр. | Приємний великий заклад з великою кількістю місць. |
| Стандартна кількість туалетів. | Мала кількість туалетів. | Стандартна кількість туалетів на ресторан, додатково мається для людей з інвалідністю. |
| Кількість клієнтів майже щодня тримається на позначці заповненого закладу. | Кількість клієнтів рідко перевищує позначку в половину ресторану. | Кількість клієнтів в середньому тримається на позначці в половину закладу. |

Отже, з огляду на зазначене, підкреслимо, що прибуток ресторану залежить не тільки від якості їжі та обслуговування, а й від місця його розташування [61].

3.2 [Аналіз цін на позиції в меню](#_Toc52727389)

Станом після 24.02.22, усі ціни в закладах «МакДональдс» фіксовані, включаючи податки. [1]

Найдорожчою позицією була велика порція креветок – морепродукти в України завжди мали більшу ціну і зараз не добуваються через проблеми з виходом до моря, найдешевша позиція – волога серветка, вартістю в одну гривню.

Слід підкреслити, що меню загалом складається з наступних категорій: сандвічі та роли, десерти, курка, снеки, напої, кава, МакМеню, Хеппі Міл (і як окрема категорія, і як частина МакМеню). [29]

Тенденцію зросту цін на більшу позицію можна побачити в наступних таблицях [32].

*Таблиця 3.2* – Тенденція зросту цін на більшу позицію в закладах «макдональдс». Бургери та роли

|  |  |
| --- | --- |
| **НАЗВА ПОЗИЦІЇ** | **ЦІНА** |
| Гамбургер | 49 грн. |
| Чізбургер | 57 грн. |
| Даббл Чізбургер | 89 грн. |
| Біг Мак | 101 грн. |
| Філе-о-Фіш | 89 грн. |
| Мак Чікен | 89 грн. |
| Роял Чізбургер | Недоступний на даний момент. |
| Даббл Роял Чізбургер | Недоступний на даний момент. |
| Продовження табл. 3.2 |
| Біг Тейсті | 169 грн |
| Рол з куркою | Недоступний на даний момент. |
| Рол з рибою | Недоступний на даний момент. |
| Рол з креветками | Недоступний на даний момент. |

Згідно з наведеною таблицею, маємо висновок, що чим більше сандвіч, тим вища ціна.

Так, Даббл Роял Чізбургер є еквівалентом Біг Тейсті через розмір бургера – останній великий у ширину, а перший – у висоту.

Водночас Біг Тейсті має велику кількість складових, широку котлету, свіжі овочі.

Маленький гамбургер має невелику кількість інгредієнтів й загалом маленького розміру, вважається за дитячий бутерброд, відрізняється від чізбургеру відсутністю сиру, і, відповідно, ціною.

Біг Мак – класичний сандвіч, що ніколи не міняється, ціна на нього стандартна для високого середнього бургеру серед аналогів по ресторанам міста.

Філе-о-Фіш за вартістю такий самий, як і Мак Чікен – вони однакового розміру, мають невелику кількість компонентів, загалом легкі бургери середнього розміру.

Основну ціну складають рибна та куряча котлети [32;42].

Роял Чізбургер відрізняється від Даббл Роял Чізбургеру відсутністю додаткової котлети та сиру, загалом ціна за другий сандвіч складається саме з цих інгредієнтів.

Завдяки різноманіттю продуктів, ресторан пропонує три види ролів: з куркою, рибою та креветками.

Останній є найдорожчим серед них, бо має в складі дорогий продукт. Тим не менш, зазначимо, що найбільш наповненим за кількістю продуктів є Рол з куркою. [28;32].

*Таблиця 3.3* – Тенденція зросту цін на більшу позицію в закладах «макдональдс». Десерти

|  |  |
| --- | --- |
| **НАЗВА ПОЗИЦІЇ** | **ЦІНА** |
| Морозиво ріжок | 30 грн. |
| МакСанді | 49 грн. |
| МакШейк | Недоступний на даний момент. |
| МакФлурі | 60 грн. |
| МакПиріг з вишнею | 35 грн. |
| Чизкейк класичний | Недоступний на даний момент. |
| Чизкейк з полуницею | Недоступний на даний момент. |
| Шоколадне печиво | Недоступне на даний момент. |
| Каша вівсяна | Недоступна на даний момент. |

Шоколадне печиво є найдешевшим десертом в меню, тим не менш, воно велике, має багато шоколаду, й загалом зроблене з шоколадного тіста. Печиво насичує навіть якщо скуштувати одну штуку.

МакПиріг з вишнею є єдиним смаженим десертом у ресторанах, іноді у меню з’являються інші схожі пиріжки, наприклад, з малиною, але їхня ціна завжди вища за класичний, міняється рецептура тіста, іноді у нових пиріжках як начинка може бути крем.

Морозиво ріжок – найдешевший холодний десерт, великого розміру у порівнянні з магазинними, тому є дуже популярним серед молоді [57].

Його також можна отримати безкоштовно як компенсацію за довге очікування [35].

МакСанді відрізняється від ріжку розміром, додатковим топінгом, що входить в ціну, та можливістю обрати пластиковий або вафельний стакан. Вартість від цього не змінюється.

МакФлурі – найбільший холодний десерт серед запропонованих закладом.

У його склад сходить топінг, печиво та велика кількість морозива. Іноді, в залежності від сезону, можуть з’являтись додаткові топінги та печиво на вибір.

МакШейк є аналогом молочного коктейлю в «МакДональдс».

Він трохи густіший ніж класичний коктейль, бо зроблений зі спеціальної суміші.

Відрізняють два розміри: великий та маленький.

Чизкейки приїжджають в ресторан в готовому вигляді невеликими тортиками та зберігаються в холодильниках, полуничний є найдорожчим десертом.

Обидва види однакові за розміром і відрізняються тільки шаром полуниці зверху.

Вівсяна каша поступає в заклад у пакетиках, її готують за допомогою окропу, додатково пропонується до неї полуничний джем або мед, але за окрему доплату [57].

*Таблиця 3.4* – Тенденція зросту цін на більшу позицію в закладах «макдональдс». Снеки

|  |  |
| --- | --- |
| Назва позиції | Ціна |
| Чікен МакНагетс | 52 грн., 72 грн., 98 грн., 215 грн. |
| Курячі стріпси | Недоступні на даний момент. |
| Курячі крильця | Недоступні на даний момент. |
| Бокси | Недоступні на даний момент. |
| Картопля фрі | 37 грн., 44 грн., 54 грн. |
| Креветки | Недоступні на даний момент. |

Чікен МакНагетс є улюбленою стравою як для дітей, так і дорослих. Вони також можуть бути частиною Хепі Міл замість бургеру.

Розрізняють декілька порцій: чотири, шість, дев’ять.

В залежності від порції буде різна ціна й вигода.

Курячі стріпси – це шматки смаженої курячої грудки у паніровці, на даний момент найдорожчий вид курки у франшизі.

Раніше можна було побачити рол з цим видом м’яса, але його швидко прибрали, бо небагато гостей беруть гострі продукти.

Курячі крильця подаються у двох видах з рівномірною кількість: плечики та лікті.

Розрізняють такі порції: чотири, шість та дванадцять крильців.

Не залежно від розміру порції, працівники закладу завжди кладуть однакову кількість плечиків та ліктів.

Відрізнити їх просто: плечики мають одну кістку та об’єктивно більші за розміром, лікті мають дві кістки та менші за розміром.

У ресторані є декілька видів боксів: двадцять нагетсів, нагетси та крильця, нагетси та стріпси, курячий мікс бокс [62; 80].

В залежності від виду розрізняється й ціна та вигода.

Взяти окремо шість крильць та дев’ять нагетсів буде дорожче ніж цілий бокс, так само й з іншими видами [39].

Окрема упаковка на двадцять нагетсів не розрахована у ресторані, тому що їх не так часто беруть, тому використовується з-під боксів.

Картопля фрі продається у трьох порціях: маленька, середня, велика.

У кожної є своя вага, але зазвичай робітники кладуть «на око», щоб порція мала більш гарний вигляд, тому що за стандартами упаковка здається напівпорожньою, тому гості завжди отримують більше картоплі [22; 49].

*Таблиця 3.5* – Тенденція зросту цін на більшу позицію в закладах «макдональдс». Напої

|  |  |
| --- | --- |
| Назва позиції | Ціна |
| Кока Кола | 27 грн., 35 грн., 40 грн. |
| Фанта | 27 грн., 35 грн., 40 грн. |
| Спрайт | 27 грн., 35 грн., 40 грн. |
| Вода | 15 грн., 20 грн. |
| Апельсиновий сік | 38 грн., 45 грн. |
| Чай | 29 грн. |
| Какао | 35 грн,, 52 грн. |
| Дитячий сік | 27 грн. |

Кока Кола, Фанта, Спрайт – усі ці напої гості роками звикли бачити у ресторані.

Вони розрізняються за розмірами: економ, маленький, середній.

Підкреслимо, що остання назва є маркетинговим ходом – замовляючи середній напій, гість не очікує, що це є великим й також найдорожчим холодним напоєм.

При цьому ж, замовляючи великий напій, робітник все одно проб’є «середній». Однак, зазвичай ніхто цього не помічає.

Напої розміру економ можна отримати безкоштовно як компенсацію за довге очікування, або додати як напій до Хепі Міл.

Звичайна пляшкова вода також продавалася у ресторані «МакДональдс», на даний момент доступна порційна в стаканах з газом та без газу.

Однак, якщо гість попросить, їм може бути запропонований стакан безкоштовної фільтрованої води, тому мало хто користується можливістю придбати пляшку [31; 35].

Апельсиновий сік доставляється в ресторан у готовому вигляді суміші концентрату та води навпіл, тому, коли в апараті закінчується суміш, деякі клієнти можуть скаржитись на гіркий присмак [21; 27].

Чай продається у вигляді стакану з окропом та пакетиком, всього виділяють чотири види: чорний, зелений, малиновий, з бергамотом.

Він також не є популярним напоєм, бо за проханням відвідувача може бути безкоштовно наданий окріп, а гість може завітати до закладу зі своїм пакетиком чаю.

Однак, чай користується запитом серед робітників, бо входить в список безкоштовних напоїв [71].

Какао готується у кавовій машині без використання кави.

Розрізняють великий та маленький стакан, останній за додаткову плату можна отримати у наборі Хепі Міл.

Усі напої, зазначені вище, можна замовити в складі Меню.

Дитячий сік є стандартною опцією для дитячого меню.

Маленький сік у тетрапаці є безпечним для немовлят: вони не зможуть просто так його розлити, якщо всередині вже є трубочка, його вистачить, щоб напитись, він не подається холодним.

Такі соки легко можна знайти на полицях магазинів [51].

*Таблиця 3.6* – Тенденція зросту цін на більшу позицію в закладах «макдональдс». Кава

|  |  |
| --- | --- |
| **НАЗВА ПОЗИЦІЇ** | **ЦІНА** |
| Еспресо | 25 грн. |
| Подвійне еспресо | 28 грн. |
| Американо | 29 грн., 42 грн. |
| Американо з молоком | 35 грн., 52 грн. |
| Лате | 35 грн., 52 грн. |
| Капучино | 35 грн., 52 грн. |
| Мокко | 58 грн. |
| Флет Вайт | 43 грн. |

Еспресо – найдешевший та найменший напій, п’ється за один ковток, подається без додаткової води, як у інших ресторанах.

Зазвичай купляється клієнтами зранку, поки вони чекають свій сніданок.

Подвійне еспресо – вигідний варіант двох порцій еспресо на одного.

Мокко готується тільки в одному розмірі – великому.

Це, грубо кажучи, гіркий какао з додаванням кави, його не так часто беруть через смак.

Флет Вайт продається тільки у маленькому розмірі, – це аналог домашньої кави з молоком [15; 57; 71].

Навіть купуючи його у Меню, розмір не змінюється, тому часто гості, не знаючи цього, можуть обуритися [31].

Американо, як і усі подальші напої, йдуть у двох розмірах – маленький та великий, і також можуть бути куплені як напій у Меню.

Уся чорна кава без молока має температуру в 75 градусів Цельсія.

Американо з молоком за вагою трохи більший, ніж без молока. Температура кави з молоком складає 65 градусів Цельсія.

Лате та капучино відрізняються часткою молока та пінки у кожному.

У капучино пропорції складових в напої 1:3, тоді як у лате молоко складає більшу частину напою, на відміно від пінки або води.

Молоко закупляється у тетрапаках, тобто є натуральним, без сумішей, щоб запобігти алергії, але у ресторані не передбачені інші види, окрім звичайного коров’ячого.

Навіть якщо відвідувач принесе своє молоко, робітники не мають права його навіть брати до рук.

У гостей також є можливість завітати з власною тарою для напоїв, в такому випадку робітники готують у спеціальному кувшині, з нього гість самостійно переливає до своєї чашки.

Кувшин миється після кожного використання.

За додаткову плату можна додати наступні топінги: карамель, шоколад, кориця, сироп лісовий горіх та сезонні кавові топінги на вибір [15; 57; 71].

*Таблиця 3.7* – Тенденція зросту цін на більшу позицію в закладах «макдональдс». Меню

|  |  |
| --- | --- |
| Назва позиції | Ціна |
| Даббл Чізбургер Меню | 157 грн. |
| Біг Мак Меню | 167 грн. |
| МакЧікен Меню | 157 грн. |
| Продовження табл. 3.7 |
| Філе-о-Фіш Меню | 157 грн. |
| Роял Чізбургер Меню | Недоступне на даний момент. |
| Даббл Роял Чізбургер Меню | Недоступне на даний момент. |
| Біг Тейсті Меню | 227 грн. |
| 6 Нагетс Меню | 152 грн. |
| 9 Нагетс Меню | 182 грн. |
| Хепі Міл | 132 грн. |

В усіх позиціях Меню стандартно йдуть: сандвіч або нагетси за найменуванням, велика картопля фрі, напій за вибором, соус за додаткову плату на вибір.

У дитячому меню йдуть: маленька порція картоплі фрі, гамбургер, чізбургер або чотири нагетси, напій розміру економ, маленький какао або дитячий сік на вибір.

Існують наступні соуси: кетчуп, майонез, гірчиця, сирний, барбекю, часниковий, кисло-солодкий та карі, ціна на кожний – 15 грн.

Раніше, при наявності якоїсь великої події додавали різні позиції у меню, включаючи соуси, наприклад, гострі каджун та солодкий чилі.

Підкреслимо, що вся кава, топінги до неї та соуси продаються тільки за доплату [78].

* 1. Особливості [кухні та сервісу](#_Toc52727389)

В залежності від позиції робітника, він може мати різні обов’язки та по-різному комунікувати з гостями [37;38].

В процесі знайомства з роботою працівників сервісу вчать правильно розмовляти з клієнтами, показують, як правильно допомагати у разі певних ситуацій тощо.

На відмінно від працівників кухні, вони можуть без проблем прийти гостям на поміч, наприклад, надати кондименти, супроводжуючи це кількома фразами.

Робітники, що не в змозі надати допомогу, направляють відвідувачів до тих, хто здатен вирішити проблему, наприклад: «Дякую, що звернулись, зараз цей працівник допоможе Вам».

Це правило також працює на тих, хто зараз знаходиться на обіді і не бажає витрачати власний час на роботу.

Зазначимо, що зазвичай у ресторанах України практикують таке навчання, щоб кожен працівник знав мінімум по станціям, на яких він не звик працювати [3;27;52].

Робітник сервісу знає, на який термін маркувати певні продукти, робітник кухні повинен знати, як працювати з кіоском.

Враховуючи цей фактор, можна скласти таблицю.

*Таблиця 3.8 –* Порівняльна характеристика працівника кухні та сервісу

|  |  |
| --- | --- |
| **ПРАЦІВНИК СЕРВІСУ** | **ПРАЦІВНИК КУХНІ** |
| Може маркувати певні продукти за знанням згідно з КЛС | Вільно працює на кухні та з кухонним приладдям |
| Вільно працює з клієнтами, володіє базовою допомогою | Може допомагати гостям тільки за знанням згідно з КЛС |
| Несе відповідальність тільки за свою сервісну станцію | Несе відповідальність тільки за свою кухонну станцію |
| Прибирає кухню за відсутністю первинних обов’язків (зміна сміттєвих баків, протирання підлоги, обробка впавших не їстівних кондиментів) | Зазвичай рідко прибирають (за винятком робочої поверхні, інструментів та кухонного приладдя) |
| За знанням згідно з КЛС може бути працівником-універсалом |
| Працюють на станції з картоплею фрі |
| Працюють на станції з прибирання |

Лише декілька факторів об’єднюють різних робітників: робота на станції картопля фрі та прибирання в залі.

Підкреслимо, що останнє зазвичай надається тільки працівникам сервісу, але заздалегідь навчаються усі без винятків [77].

**ВИСНОВКИ**

Для вирішення першого завдання, «Розглянути теоретичні основи обслуговування у ресторанах швидкого харчування, дізнатись історію заснування закладів», проведено перший етап дослідження – аналіз, під час якого зроблено аналіз літератури та джерел, з них: 15 джерел вітчизняного походження і 5 джерела іноземного походження, що загалом складає 20 робіт, 6 посилань.

Для вирішення другого завдання, «Охарактеризувати основну діяльність роботи, дізнатись, як заклад працює з середини», проведено перший етап дослідження – аналіз та практика, прикладом став ресторан «МакДональдс» №113 в м. Запоріжжя. Були зроблені аналізи наявності певних страв у різний період дня – сніданкове та денне меню. Були розглянуті певні правила поведінки робітників, носіння форми і т.д. Маємо висновок, що компанія піклується про свій імідж, намагаючись залишити позитивні враження та ставлення гостей до ресторану.

Для вирішення третього завдання дослідження, «Зробити порівняльний аналіз між ресторанами м. Запоріжжя, цінами на позиції у меню й роботу між працівниками сервісу та кухні», було проведено другий етап дослідження – порівняння. Маючи аналіз літератури та джерел, було проведено порівняння розташування закладів по місту, враховуючи певні плюси та мінуси, ціни на наявні позиції в меню станом після 24.02.22, а також розподіл обов’язків та різницю між працівниками кухні та сервісу. Робимо висновки, що найвигіднішим місцем розташування ресторану, а також враховуючи інтер’єри та потік гостей, є ресторан №113 – велика конкуренція не заважає гостям після виступу в цирку та стадіону «Юність» завітати до «МакДональдс».

Інтер’єр також відіграє роль у успішності цього закладу – приємна велика територія зі стандартною кількістю туалетів, постійна чистота, за якою слідкують як звичайні робітники, так і керівництво ресторану.

Ціни у меню розподіляються на певні критерії, а сандвічі за принципом: більший розмір – більша ціна.

Розподіл обов’язків між працівниками кухні та сервісу значно відрізняється, окрім певних станцій, на які навчають усіх працівників без винятків: прибирання в залі, картопля фрі.

**СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ**

1. Агафонова Л.Г., Агафонова О.Є. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: Ціноутворення, конкуренція, державне регулювання. К.: Знання України, 2002. 358 с.
2. Бабарицька В.К., Малиновська О.Ю. Менеджмент туризму. Туроперейтинг. Понятійно-термінологічні основи, сервісне забезпечення турпродукту: навчальний посібник. К.: Альтерпрес, 2004. 288 с.
3. Банько В.Г. Туристська логістика: навч. посібник. К.: Дакор; КНТ, 2008. 204 с.
4. Безкоровайна Л. В. Диверсифікація в туризмі: вплив на якість надання туристичних послуг. *Мат. Міжн. н-п. конф.: «Теорія, практика та інновації розвитку туристичної і готельно-ресторанної індустрії». Секція 1. Стратегії розвитку туристичного та готельно-ресторанного бізнесу в умовах глобалізації* (27-28 трав. 2021 р., Умань): Уманський національний університет садівництва. Умань, 2021. С. 12-14.
5. Безкоровайна Л. В. Диверсифікація рекреаційних послуг в умовах цифровізації ринку туризму та гостинності. *Міжнародний науковий журнал «Освіта і наука».* Серія: Економічні науки. / ред. кол.: Т.Д. Щербан (гол. ред.); заст. гол. ред.: Jerzy Piwowarski; В.В. Гоблик. Мукачево-Ченстохова: РВВ МДУ; Гуманістично-природничий університет ім. Яна Длугоша в м. Ченстохові. Вип. 2(31), 2021. С. 149-151. <http://surl.li/bstxs>
6. Безкоровайна Л. В. Диверсифікація туристичних і готельних послуг в умовах сучасного ринку: методологія досліджень, проєктування, інновації. *VІІ Міжн. науково-практ. конф. «Сучасні технології промислового комплексу».* Вересень 7-10, 2021. Херсон. С. 20-23.
7. Безкоровайна Л. Корпоративне управління в конкурентному туристичному середовищі: етика і культура гостинності. *Науковий журнал «Економічний форум».* Луцький національний технічний університет. Луцьк. 2021. С. 39-45. <http://surl.li/bdwia>
8. Безкоровайна Л. Корпоративне управління в туризмі та гостинності: проєктна та інноваційна діяльність, концепція розвитку інфраструктури туризму. *Науково-практичний журнал «Подільський економічний вісник».* Розділ ІІ. Управління та адміністрування. Вінниця, №2(18), 2021. С. 31-34.
9. Безкоровайна Л. Управління проєктами в сфері гостинності: сучасний стан, тенденції та перспективи сталого розвитку. *Сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку економіки, обліку, фінансів і права: зб. тез доп. міжн. н.-п. конф. Секц. Туризм та готельно-ресторанна справа.* (Полтава, 7 лип. 2021 р.). Полтава: ЦФЕНД, 2021. 55 с. С. 34-37.
10. Безкоровайна Л. В., Воронкова В. Г., Череп А.В., Венгерська Н. С. Управління проєктами в туризмі та гостинності на засадах сталого розвитку, креативності та диверсифікації туристичних послуг. *X Всеукраїнська науково-практична конф. «Інноваційні технології в готельно-ресторанному бізнесі»* (23 лист. 2021 р.). Київ: НУХТ, 2021*.* С.234-235.
11. Безкоровайна Л., Войко В. Концептуальні основи стратегії розвитку туризму. Збірник наукових праць студентів, аспірантів, докторантів і молодих вчених *«Молода наука-2022»:* у 5 т. Запоріжжя : ЗНУ, 2022. Т. 1. С. 186-192. https://sites.znu.edu.ua/stud-sci-soc/4589.ukr.html
12. Безкоровайна Л., Воронкова В., Череп А., Венгерська Н. Інфраструктура туризму: стратегія сталого розвитку (управління проєктами, корпоративна культура та бізнес-етика підприємств туризму й гостинності). ***Міжн. н.-п. конф. «Економіка, освіта, технології в контексті глобальних викликів». Секція:*** *Підприємництво в Україні: виклики та перспективи розвитку.* (Черкаси, **23-24 вер. 2021 р.). Черкаси:** Черкаський державний бізнес-коледж**, 2021. C. 109-111.**
13. Безкоровайна Л., Пиптюк П., Наздравецька В. Методологія наукових досліджень в туризмі та гостинності під час написання кваліфікаційних робіт майбутніх фахівців із туризму. *Духовність особистості: методологія, теорія і практика : збірник наукових праць* / Гол. ред. Г. П. Шевченко. Том 102 № 3 (2021) Сєвєродонецьк: вид-во СНУ ім. В. Даля, 2021, С. 19-26.
14. Безкоровайна Л., Пиптюк П., Парій С. Організація рекреаційних послуг: проєктування туристичного продукту в умовах глобалізації та цифровізації інфраструктури туризму. *Міжн. н-п. конф., присв. 25-рр. створення каф. менеджменту організацій та управління проєктами «Формування сучасних концепцій менеджменту організацій та адміністрування в умовах цифровізації»* (Запоріжжя, 23-24 вер.). Запоріжжя: ЗНУ. 2021. С. 531-534.
15. Безкоровайна Л.В. Методологія і організація наукових досліджень у туризмі та гостинності у професійній підготовці фахівців із туризму. *ІІ Всеукр. науково-практ. інтернет-конф. “Психолого-педагогічний супровід фахового зростання особистості в системі неперервної професійної освіти”* (25–26 лист. 2021 р.). Бердянськ: БДПУ, 2021. С. 16-19.
16. Безкоровайна Л.В. Управління проєктами гостинності. *Адаптивне управління: теорія і практика. Серія Економіка*. Т. 11. №22 (2021). [https://doi.org/10.33296/2707-0654-11(22)-02](https://doi.org/10.33296/2707-0654-11%2822%29-02)
17. Безкоровайна Л.В., Омельяненко Г.А., Парій С.Б. Інформаційні системи і технології в сфері обслуговування : курс лекцій для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра спеціальності “Готельно-ресторанна справа” освітньо-професійної програми “Готельно-ресторанна справа”. Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2023. 80 с.
18. Безкоровайна Л.В., Омельяненко Г.А., Парій С.Б. Інформаційні системи і технології в туристичній діяльності : курс лекцій для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра спеціальності “Туризм” освітньо-професійної програми “Туризм”. Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2023. 68 с.
19. Безкоровайна Л.В., Пиптюк П.Ф., Наздравецька В.Р. Програмний туризм: організація рекреаційних послуг в умовах сталого розвитку інфраструктури туризму (питання проєктування, диверсифікації, креативності, кластеризації). *Економіка та суспільство.* 2021. № 32. URL: http://surl.li/ewiqt DOI: 10.32782/2524-0072/2021-32-6
20. Безкоровайна Л. В. Теоретичні і методичні засади професійної підготовки майбутніх фахівців з туризмознавства у вищих навчальних закладах: дис. … д-ра пед. наук: 13.00.04 / Запорізький національний університет. Запоріжжя, 2018. 713 с. [http://phd.znu.edu.ua/page//dis/09\_2018/Bezkorovaina\_dis.pdf](http://phd.znu.edu.ua/page/dis/09_2018/Bezkorovaina_dis.pdf)
21. Безкоровайна Л. В., Васильчук В. М. Маркетинг туризму : конспект лекцій для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра спеціальності «Туризм». Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2017. 77 с.
22. Безкоровайна Л. В., Васильчук В. М. Основи маркетингу : практикум для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра спеціальності «Туризм». Запорізький національний університет, 2017. 50 с.
23. Безкоровайна Л. В., Криволапов Е.А., Люта Д.А. Методичні рекомендації до написання кваліфікаційних робіт для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра спеціальностей туризм і готельно-ресторанна справа. Запоріжжя : ЗНУ, 2022. 41 с.
24. Безкоровайна Л. В., Літвінова-Головань О. П. Особливості ґенези туризму як об’єкта наукового пізнання. *Педагогічні науки: теорія, історія, інноваційні технології*. Суми, 2016. № 7 (61). С. 47–56.
25. Безкоровайна, Л. (2021). Управління проєктами у сфері гостинності: питання ціноутворення, маркетингових стратегій, якості туристичних послуг. *Адаптивне управління: теорія і практика. Серія Економіка*, *10*(20). <http://surl.li/bwzxj>
26. Безкоровайна, Л. (2021). Управління проєктами гостинності: ціноутворення, маркетингові стратегії, якість туристичних послуг. *Адаптивне управління: теорія і практика. Серія Економіка* , *10* (20). [https://doi.org/10.33296/2707-0654-10(20)-13](https://doi.org/10.33296/2707-0654-10%2820%29-13)
27. Брацило Л., Безкоровайна Л. Сучасний стан туризму в Запорізькій області та переспективи його розвитку в повоєнний час. *Формування сучасних концепцій управління туризмом та готельно-ресторанним бізнесом в умовах парадигми сталого розвитку: зб. мат. ІІ Міжн. наук.-практ. конф.* (Запоріжжя, 8-9 груд. 2022 р.). Запоріжжя: ЗНУ. С. 29-32.
28. Бушуев С.Д., Бушуева Н.С., Бабаев И.А., Яковенко В.Б., Гриша Е.В., Дзюба С.В., Войтенко А.С. Креативные технологии управления проєктами и программами: Монография. К.: «Саммит-Книга», 2010. 768 с.
29. Венгерська Н. С., Безкоровайна Л. В., Воронкова В. Г. Корпоративне управління в індустрії туризму та гостинності: бізнес-етика, стратегія сталого розвитку. *Міжн. н-п. конф., присв. 25-рр. створення каф. менеджменту організацій та управління проєктами «Формування сучасних концепцій менеджменту організацій та адміністрування в умовах цифровізації»* (Запоріжжя, 23-24 вер.). Запоріжжя: ЗНУ. 2021.С. 538-541.
30. Воронкова В.Г., Венгерська Н. С., Безкоровайна Л.В. Інновації у туристичному секторі як чинник конкурентоспроможності та виходу з кризи пандемії Сovid-19 «Сучасні тенденції розвитку індустрії туризму та гостинності: глобальні виклики»: *матеріали міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, м. Харків*; Харківський національний університет міського господарства імені О.М. Бекетова, 2022. С. 113-114.
31. Воронкова В.Г., Венгерська Н. С., Безкоровайна Л.В. Майбутнє подорожей і готельної галузі як основний двигун глобалізованого світу та цифровізації. Стратегічні пріоритети розвитку підприємництва, торгівлі та біржової діяльності: *матеріали ІIІ-ої Міжн. науково-практ. конф., Запоріжжя, 11-12 травня 2022 р.* Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2022.С. 302-305.
32. Гасюк А., Безкоровайна Л. Післявоєнний розвиток туризму в Україні. *Формування сучасних концепцій управління туризмом та готельно-ресторанним бізнесом в умовах парадигми сталого розвитку: зб. мат. ІІ Міжн. наук.-практ. конф.* (Запоріжжя, 8-9 груд. 2022 р.). Запоріжжя: ЗНУ. С. 33-37.
33. Господарський Кодекс України № 436-ІV від 16.01.2003 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15>
34. Должанский И.З., Загорная Т.О. Бизнес-план: технология разработки : учеб. пособ. 2-е изд., перераб. и доп. Львів : Новий Світ 2000, 2019. 366 с.
35. Дяченко Л.П. Економіка туристичного бізнесу: навчальний посібник. К.: Центр учбової літератури, 2007. 224 с.
36. Закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо державної підтримки сфери культури, креативних індустрій, [туризм](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/692-20?find=1&text=туризм#w1_2)у, малого та середнього бізнесу у зв’язку з дією обмежувальних заходів, пов’язаних із поширенням коронавірусної хвороби COVID-19 (2020). Відомості Верховної Ради (ВВР), 2020, № 43, ст. 371. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/692-20#Text>
37. Ковальчук В. В., Моїсєєв Л. М. Основи наукових досліджень : навчальний посібник. 2-е видання, перероблене i доповнене. К. : ВД «Професіонал», 2004. 208 с.
38. Кожушко С.П., Ключник Р.М. [Туристична політика в умовах глобальних викликів: європейський досвід](https://scholar.google.com.ua/scholar?oi=bibs&cluster=2261246985987814946&btnI=1&hl=uk). *Вісник Дніпропетровського університету імені Альфреда Нобеля.* Серія: Педагогіка і психологія. Університет імені Альфреда Нобеля. 2021. №1 (30). С. 56-66. URL: <https://eurodev.duan.edu.ua/images/PDF/Full_issues/Issues/1_30_2021.pdf>
39. Козик В.В., Панкова Л.А., Даниленко Н.Б. Міжнародні економічні відносини. 4-е вид. К.: Знання-Прес, 2003. 406 с.
40. Козловський Є.В. Правове регулювання туристичної діяльності: навч. посіб. К.: «Центр учбової літератури», 2016. 272 с.
41. Короленко К. В., Безкоровайна Л. В., Сущенко Л. П. Організація туристичної діяльності : навчальний посібник. Київ : ТОВ «Козарі», 2011. 162 с.
42. Крюк А., Безкоровайна Л. Алгоритм та особливості взаємодії систем бронювання та туристичних підприємств в індустрії туризму під час реалізації туристичного продукту. *Економіка та суспільство*. Електронний журнал. 2022. № 45. https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-45-5
43. Курила В. С., Хрикова Є. М. Методологічні засади педагогічного дослідження: монографія. Луганськ : ДЗ «ЛНУ ім. Тараса Шевченка», 2013. 247 с. Закон України «Про зайнятість населення». Відомості Верховної Ради (ВВР), 2013, № 24, ст.243. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5067-17#Text>
44. Леміш М. В. Особливості менеджменту підприємств ресторанної галузі. Молода наука (Запорізький національний університет). 2018. С. 265–267.
45. Леміш М. В. Особливості розробки концепції нового підприємства ресторанного господарства. Сучасний стан та перспективи розвитку економіки, фінансів, обліку, менеджменту та права: збірник тез доповідей міжнародної науково-практичної конференції (Полтава, 14 листопада 2019 р.): у 10 ч. Полтава: ЦФЕНД. Ч. 8.. 2019. С. 27–28.
46. Мальська М.П. Готельний бізнес: теорія та практика: підручник. М-во освіти і науки України, Львівський нац. ун-т ім. І. Франка. К.: Центр учбової літератури, 2012. 470 с.
47. Мальська М.П., Бордун О.Ю. Планування діяльності туристичних підприємств: навч. посібник. К.: Знання, 2005. 241 с.
48. Мальська М.П., Паньків Н.М., Ховалко А.Б. Світовий досвід розвитку туризму: підручник. К. : «Центр учбової літератури», 2017. 244 с.
49. Мальська М.П., Рутинський М.Й., Білоус С.В., Мандюк Н.Л. Економіка туризму: теорія та практика : підручник. К. : «Центр учбової літератури», 2016. 554 с.
50. Мартієнко А.І., Дишкантюк О.В. Сутність гостинності як економічної категорії. Економіка: реалії часу. Науковий журнал. 2017. № 2 (30). С. 72-78.
51. Мельниченко О. А. Особливості розвитку індустрії туризму в Україні : Монографія. Харків: Видавництво НУЦЗУ. 2017. С. 153.
52. Мельниченко С. В. Методика дослідження якості обслуговування на туристичних підприємствах. Вісник КНТЕУ. 2012. №1. С. 24–32.
53. Морозова О.С., Морозов О.В. Індустрія гостинності: перспективи її розвитку в Україні. *Приазовський економічний вісник.* Класичний приватний університет. Випуск 2(19) 2020, С. 50-58.
54. Наумець Я.В. Сучасний стан та тенденції розвитку ресторанного господарства в Україні. Матеріали IV Всеукраїнської науково-практичної конференції «Сучасні проблеми і перспективи економічної динаміки» (м. Умань, 30 листопада - 1 грудня 2017 р.) Умань: ВПЦ «Візаві». 2017. С. 348–350.
55. Нечаюк Л. І. Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент : Навч. посібник. Київ: Центр навчальної літератури, 2003. 348 с.
56. Про схвалення Концепції популяризації України у світі та просування інтересів України у світовому інформаційному просторі від 11 жовтня 2016 р. № 739-р Київ. URL: [*https://www.kmu.gov.ua/ua/npas/249407991*](https://www.kmu.gov.ua/ua/npas/249407991)
57. Про схвалення Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 роки та затвердження плану заходів щодо її реалізації: розпорядження Кабінету Міністрів України від 17.01.2018 № 67-р. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/card/67-2018-%D1%80
58. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів до 2026: розпорядження Кабінету Міністрів України від 16.03.2017 р. №168-р. Урядовий портал. 2017. № 168-2017-р. URL: <https://www.kmu.gov.ua/ua/npas/249826501>
59. Про туризм: Закон України від 15.09.1995 р. № 324/95-ВР. Відомості Верховної Ради України. 1995. № 31. Ст. 241. Із змінами, внесеними згідно із Законом № 222-VIII (222-19) від 02.03.2015 р., Відомості Верховної Ради України. 2015. № 23. ст. 158. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1282-15>
60. Пуцентейло П.Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва : навч. посібник для студ. вищ. навч. закл. К.: Центр навч. літератури, 2007. 344 с.
61. Сало Я.М. Організація обслуговування населення на підприємствах харчування. Ресторанна справа. Львів: Афіша, 2007. 327 с.
62. Сокол Т.Г. Основи туристичної діяльності : підручник. К.: Грамота, 2006. 260 с.
63. Статистичний збірник «Регіони України» / За ред. О. Г. Осауленка. Відповідальний за випуск Н. С. Власенко. К. : Державний комітет статистики України, 2008. 367 с.
64. Стратегія регіонального розвитку Запорізької області на період до 2027 (2019). URL: <https://www.zoda.gov.ua/news/48277/strategiya-regionalnogo-rozvitku-na-period-do-2027-roku.html>
65. Сулим М.В., Пенцак О.С. Обгрунтування господарських рішень та оцінювання ризиків : підруч. для студ. вищ. навч. закл. рек. МОНУ. Львів: Новий Світ-2000, 2019. 332 с.
66. Ткачова С. С., Ткаченко О. П. Менеджмент підприємств ресторанного господарства : Навч. посібник. Харків: Харк. держ. університет харчування та торгівлі, 2009. 190 с.
67. Ткачова С.С., Іванова Т.П. Моделювання ресторанного продукту. *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг.* 2012. №1. С. 234–241.
68. Чорненька Н.В. Організація туристичної індустрії: навчальний посібник. К.: Атіка, 2006. 264 с.
69. Чуєва І., Безкоровайна Л., Ніколаєва Т. (2021). Система якості туристичного продукту як невід’ємна частина стандартизації послуг в міжнародному туристичному бізнесі. *Економіка та суспільство*, (28). <https://doi.org/10.32782/10.32782/2524-0072/2021-28-3>
70. Шейко В. М. Кушнаренко Н. М. Органiзацiя та методика науково-дослідницької дiяльностi : підручник, 2-ге вид., перероб. i доп. К. : Знання-Прес, 2002. 295 с.
71. Щепанкевич В.Л., Бодак М.П. Становлення та особливості національної кухні. Матеріали V Міжнародної науково-практичної конференції «Інновації в управлінні асортиментом, якістю та безпекою товарів і послуг» (м. Львів, 7 грудня 2017 р.) Львів: Растр-7. 2017. С. 229–230.
72. Юрченко С. А. Основы научных исследований : учебное пособие для студентов специальностей «Международные экономические отношения» и «Туризм». Х. : ХНУ имени В. Н. Каразина, 2005. 136 с.
73. Юрченко С. А., Юрченко Е. Е. Методика научных исследований: учебное пособие для студентов специальности «Туризм». Х. : ХНУ имени В. Н. Каразина, 2011. 176 с.
74. Resolution adopted by the General Assembly on 22 December 2015 (2015). *Global Code of Ethics for Tourism.* URL:<https://undocs.org/ru/A/RES/70/200>
75. The Manila Declaration on World Tourism. *UNWTO Declarations*. Vol. 6, Issue 4, October 1980. *UNWTO Elibrary*. URL: <http://www.e-unwto.org/doi/abs/10.18111/unwtodeclarations.1980.6.4.1>
76. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. *UNESCO.* URL: <http://www.unesco.org/new/en/unesco/resources/online-materials/publications/unesdoc-database/>
77. День в історії. 19 років тому у Запоріжжі відкрився перший «МакДональдс». URL: http://forpost.media
78. Кухня з середини: як готують у запорізькому «МакДональдс». URL: http://reporter-ua.com
79. Після відкриття у «МакДональдс» зросли ціни на позиції в меню. URL: http://bzh.life/ua
80. «МакДональдс» в Україні: історія відкриття та цікаві факти. URL: http://kashtan.media

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Факультет фізичного виховання, здоров’я та туризму

Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

# ДОДАТКИ

На тему: «Діяльність закладів швидкого харчування в м. Запоріжжі на прикладі «McDonald’s»

«Activity of fast food establishments in Zaporizhzhia on the example of «McDonald’s»

Виконала: студентка 4 курсу, групи 6.2419-1

Спеціальності готельно-ресторанна справа

Освітньої програми бакалавр

 Павлова Кароліна Євгенівна

Керівник: Безкоровайна Лариса Вікторівна

Рецензент:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Запоріжжя – 2023

Додаток А

Актуальні ціни на 2023 р. Вигляд з кіоску (бургери, МакМеню, гарячі напої).

Додаток Б

Актуальні ціни на 2023 р. Вигляд з кіоску (курка, холодні десерти, холодні напої).

Додаток В

Актуальні ціни на 2023 р. Вигляд з кіоску (снеки, Хеппі Міл, картопля).