

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Факультет готельно-ресторанного та туристичного бізнесу імені проф. В.Ф. Доценка
Кафедра готельно-ресторанної справи

«До захисту в ЕК»

Декан факультету


(підпис)

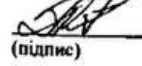
Віта ЦИРУЛЬНІКОВА

(ім'я та прізвище)

« 12 » 06 2023 р.

«До захисту допущено»

Завідувач кафедри


(підпис)

Лариса ШАРАН

(ім'я та прізвище)

« 22 » червне 2023 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
НА ЗДОБУТТЯ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ БАКАЛАВРА

зі спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа»

(код та назва спеціальності)

освітньо-професійної програми «Готельно-ресторанна справа»

на тему: «Особливості управління основними послугами в мережі закладів швидкого обслуговування»

Виконав: здобувач 3 курсу, групи ГС-4-13ск

Громова Анна Олегівна

(прізвище, ім'я, по батькові повністю)


(підпис)

Керівник Олена ШИДЛОВСЬКА

(ім'я та прізвище)


(підпис)

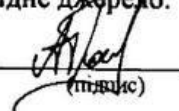
Рецензент Олександра НЕМІРІЧ

(ім'я та прізвище)


(підпис)

Я, як здобувач(ка) Національного університету харчових технологій розумію і підтримую політику університету з академічної доброчесності. Я не надавав(-ла) і не одержував(-ла) недозволеної допомоги під час підготовки цієї роботи. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело.

Здобувач


(підпис)

Київ - 2023р.

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Факультет готельно-ресторанного та туристичного бізнесу імені проф. В.Ф. Доценка

Кафедра готельно-ресторанної справи

Освітній ступінь бакалавр

Спеціальність 241 «Готельно-ресторанна справа»


(шифр і назва)

Освітньо-професійна програма «Готельно-ресторанна справа»

(назва)

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри ГРС

 Лариса ШАРАН

“ 15 ” травня 2023 року

З А В Д А Н Н Я

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧА

Громової Анни Олегівни

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи «Особливості управління основними послугами в мережі закладів швидкого обслуговування»

керівник роботи Шидловська Олена Броніславівна, к.т.н., доцент.

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом вищого навчального закладу від “15” травня 2023 року № 271-КС

2. Строк подання здобувачем роботи 15 червня 2023 року







3. Вихідні дані до роботи основні послуги в мережі закладів швидкого обслуговування

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

Вступ; Розділ 1 «Стан та перспективи розвитку вітчизняних мережевих закладів ресторанного господарства»; Розділ 2 «Аналіз сервісно-виробничого процесу закладу швидкого обслуговування KFC»; Розділ 3 «Практичні рекомендації щодо управління основними послугами в мережі закладів швидкого обслуговування»; Висновки та пропозиції; Список використаної літератури та інтернет-ресурсів; Додатки

5. Перелік графічного матеріалу

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Розділ 1	Шидловська О.Б., доцент	 15.05.23 р.	 26.05.22 р.
Розділ 2	Шидловська О.Б., доцент	 27.05.23 р.	 04.06.23 р.
Розділ 3	Шидловська О.Б., доцент	 05.06.23 р.	 11.06.23 р.

7. Дата видачі завдання 15 травня 2023 року

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

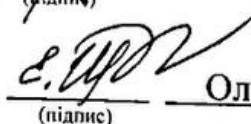
№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	ВСТУП РОЗДІЛ 1 Теоретичний	15.05-26.05.2023	Виконано
2	РОЗДІЛ 2 Аналітичний	27.05-04.06.2023	Виконано
3	РОЗДІЛ 3 Практичний	05.06-11.06.2023	Виконано
4	ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ. СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ ТА ІНТЕРНЕТ-РЕСУРСІВ. ДОДАТКИ	12.06-13.06.2023	Виконано
5	Дооформлення кваліфікаційної роботи	14.06-15.06.2023	Виконано
6	Подання кваліфікаційної роботи на кафедру	15.06.2023	Виконано

Здобувач



Анна ГРОМОВА

Керівник роботи



Олена ШИДЛОВСЬКА

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ
ІНФОРМАЦІЙНА КАРТКА
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ

Здобувача: Громової Анни Олегівни

факультет готельно-ресторанного та туристичного бізнесу

імені проф. В.Ф. Доценка

денна скорочена форма навчання, спеціальність 241 «Готельно-ресторанна справа», освітньо-професійна програма «Готельно-ресторанна справа»

Тема роботи: «Особливості управління основними послугами в мережі закладів швидкого обслуговування»

Керівник роботи: к.т.н, доц. Шидловська О.Б.

Дата захисту “.....” червня 2023 р.

Робота захищена з оцінкою _____

Анотація

У представленій роботі розкрито стан та перспективи розвитку українських мережевих закладів ресторанного господарювання. Проведено їх детальний аналіз та розкрито сутність функціонування системи організації роботи мережі закладів швидкого обслуговування KFC. Розглянуто основні складові сервісно-виробничого процесу закладу швидкого приготування KFC. Надано детальну характеристику всіх компонентів сервісно-виробничого процесу (послуги, виробничий процес, обслуговування) та визначено ефективність використання технологій у закладі швидкого обслуговування KFC. На основі проведеного дослідження, визначено практичні рекомендації щодо управління основними послугами в мережі закладів швидкого обслуговування. Зокрема, розглянуто удосконалення процесу приготування страв у закладі швидкого обслуговування KFC. Розглянуто особливості оптимізації системи замовлення та обслуговування в функціональній системі мережі закладів швидкого обслуговування KFC. На основі проведеного дослідження розкрито

особливості впровадження програми навчання та розвитку персоналу в мережі закладів швидкого обслуговування KFC.

Кваліфікаційна робота викладена на 103 сторінки комп'ютерного тексту та містить 9 таблиць, 14 рисунків, 2 додатки.

Ключові слова: ресторанне господарювання, заклади швидкого обслуговування, сервісно-виробничий процес, розвиток персоналу.

ABSTRACT

The presented work reveals the state and prospects for the development of Ukrainian restaurant chain establishments. Their detailed analysis was carried out and the essence of the functioning of the system of organizing the work of the KFC fast service network was revealed. The main components of the service and production process of the KFC fast food establishment are considered. A detailed description of all components of the service-production process (services, production process, service) is given, and the effectiveness of the use of technologies in the KFC fast-service establishment is determined.

On the basis of the conducted research, practical recommendations for the management of basic services in the network of quick service establishments have been determined. In particular, the improvement of the food preparation process at the KFC fast-service establishment was considered. The peculiarities of the optimization of the order and service system in the functional system of the KFC fast-service chain are considered. On the basis of the conducted research, the specifics of the implementation of the training and development program in the KFC chain of fast-service establishments were revealed.

The qualification work is presented on 103 pages of computer text and contains 9 tables, 14 figures, 2 addition.

Keywords: restaurant management, quick service establishments, service-production process, personnel development.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1 СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНИХ МЕРЕЖЕВИХ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА.....	10
1.1 Аналіз мережеских закладів ресторанного господарства України.....	10
1.2 Дослідження мережі закладів швидкого обслуговування KFC.....	19
РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ СЕРВІСНО-ВИРОБНИЧОГО ПРОЦЕСУ ЗАКЛАДУ ШВИДКОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ KFC.....	23
2.1 Характеристика послуг в закладі швидкого обслуговування KFC.....	23
2.2 Характеристика виробничого процесу в закладі швидкого обслуговування KFC.....	29
2.3 Характеристика процесу обслуговування в закладі швидкого обслуговування KFC.....	38
2.4 Аналіз ефективності використання технологій у закладі швидкого обслуговування KFC.....	45
РОЗДІЛ 3 ПРАКТИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО УПРАВЛІННЯ ОСНОВНИМИ ПОСЛУГАМИ В МЕРЕЖІ ЗАКЛАДІВ ШВИДКОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ.....	58
3.1 Удосконалення процесу приготування страв у закладі швидкого обслуговування KFC.....	58
3.2 Оптимізація системи замовлення та обслуговування в мережі закладів швидкого обслуговування KFC.....	68
3.3 Впровадження програми навчання та розвитку персоналу в мережі закладів швидкого обслуговування KFC.....	78
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	89
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ ТА ІНТЕРНЕТ – ДЖЕРЕЛ	93
ДОДАТКИ.....	98

ВСТУП

Дослідження особливостей управління основними послугами в мережі закладів швидкого обслуговування є актуальним з кількох причин. Зростання популярності закладів швидкого обслуговування в останні роки створює потребу в розумінні того, як оптимізувати їхню діяльність та забезпечити задоволення потреб споживачів.

Одна з основних особливостей управління основними послугами в мережі закладів швидкого обслуговування полягає в ефективному управлінні операційним процесом. Врахування таких факторів, як швидкість обслуговування, якість продукції, організація робочих місць та раціональне використання ресурсів, допомагає забезпечити ефективну та прибуткову роботу закладу.

В закладах швидкого обслуговування якість продукції та обслуговування є критичними факторами для забезпечення конкурентоспроможності. Дослідження мають спрямовуватися на розуміння побажань та потреб споживачів, виявлення їхніх очікувань та впливу на задоволення клієнтів. Також важливо досліджувати процес контролю якості та вдосконалення системи управління якістю для забезпечення постійного поліпшення.

Ефективний персонал є ключовим фактором успіху в цьому секторі. Дослідження повинні спрямовуватися на виявлення оптимальних методів набору, підготовки та управління персоналом. Також важливо досліджувати мотивацію працівників, створення сприятливого робочого середовища та розвиток навичок персоналу.

Дослідження мають спрямовуватися на розуміння переваг та поведінки споживачів, їхніх очікувань та сприйняття бренду закладу. Важливо досліджувати ефективність рекламних кампаній, використання соціальних медіа та інструментів електронної комунікації для привертання та утримання клієнтів.

Сфера закладів швидкого обслуговування швидко розвивається, і для забезпечення конкурентоспроможності необхідно постійно впроваджувати нові

технології, удосконалювати продукцію та послуги, а також адаптуватися до змін споживчих преференцій.

Загальнісно, дослідження особливостей управління основними послугами в мережі закладів швидкого обслуговування є актуальними для покращення ефективності, якості та конкурентоспроможності цього сектору. Врахування цих особливостей допоможе розробити стратегії та практичні рекомендації для покращення управління в закладах швидкого обслуговування та задоволення потреб споживачів.

Дослідження управління основними послугами в мережі закладів швидкого обслуговування привернуло увагу багатьох науковців з різних галузей: Майкл Х. Мессер (досліджує ефективні методи управління франшизами закладів швидкого харчування та надає практичні поради з покращення управління операційним процесом та забезпечення якості послуг), Хосе А. Андерсон (аналізує процеси управління якістю в закладах швидкого обслуговування та пропонує методи для вдосконалення якості продукції та обслуговування), Карен Е. Левінсон (досліджує взаємовідносини між франчайзерами та франчайзи в галузі закладів швидкого обслуговування та аналізує вплив цих відносин на якість послуг і задоволення споживачів), Джеймс Л. Мільс (досліджує різні аспекти управління персоналом в закладах швидкого обслуговування, включаючи набір, підготовку та розвиток персоналу), Джонатан Дж. Руст (досліджує споживчу поведінку та розвиває стратегії маркетингу для закладів швидкого обслуговування).

Мета дослідження полягає у вивченні стану та перспектив розвитку вітчизняних мережевих закладів ресторанного господарства з фокусом на мережу закладів швидкого обслуговування KFC. Основна мета полягає у розробці практичних рекомендацій щодо управління основними послугами в мережі закладів швидкого обслуговування.

Завдання дослідження включають:

- Здійснити аналіз мережевих закладів ресторанного господарства України.
- Провести дослідження мережі закладів швидкого обслуговування KFC.

- Дати характеристику послуг в закладі швидкого обслуговування KFC.
- Охарактеризувати виробничий процес в закладі швидкого обслуговування KFC
- Дослідити процес обслуговування в закладі швидкого обслуговування KFC.
- Проаналізувати ефективність використання технологій у закладі швидкого обслуговування KFC.
- Розробити практичні рекомендації щодо удосконалення процесу приготування страв у закладі швидкого обслуговування KFC.
- Оптимізувати систему замовлення та обслуговування в мережі закладів швидкого обслуговування KFC.
- Проаналізувати впровадження програми навчання та розвитку персоналу в мережі закладів швидкого обслуговування KFC.

Об'єкт дослідження: вітчизняні мережеві заклади ресторанного господарства, з фокусом на мережу закладів швидкого обслуговування KFC в Україні.

Предмет дослідження: управління основними послугами в мережі закладів швидкого обслуговування, зокрема приготування страв, система замовлення та обслуговування, навчання та розвиток персоналу.

Для проведення дослідження про стан та перспективи розвитку вітчизняних мережевих закладів ресторанного господарства та управління основними послугами в мережі закладів швидкого обслуговування, можуть застосовуватися різні методи дослідження: огляд наукової літератури, аналіз документів, спостереження, експертні оцінки.

Теоретична значущість дослідження полягає в тому, що воно вносить нові знання у галузь управління основними послугами в мережі закладів швидкого обслуговування. Дослідження розширює розуміння факторів, що впливають на якість та ефективність надання послуг, а також виявляє проблеми та можливості для покращення управління такими закладами. Відомості, отримані в ході дослідження, можуть бути використані як основа для подальшого теоретичного

аналізу та розвитку концепцій управління послугами в галузі ресторанного господарства.

Практична значущість дослідження полягає в тому, що воно надає конкретні рекомендації та практичні інструменти для управління основними послугами в мережі закладів швидкого обслуговування. Результати дослідження можуть бути використані керівниками та практикуючими фахівцями у ресторанному бізнесі для покращення якості обслуговування, оптимізації виробничих процесів, удосконалення системи замовлення та обслуговування, а також розвитку персоналу.

Отримані рекомендації можуть бути впроваджені в практику мережевих закладів швидкого обслуговування, зокрема в мережі закладів KFC, що сприятиме поліпшенню їхньої діяльності та задоволенню потреб клієнтів. Крім того, дослідження може послужити основою для подальших наукових досліджень у галузі управління послугами та ресторанного бізнесу.

РОЗДІЛ 1

СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНИХ МЕРЕЖЕВИХ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

1.1 Аналіз мережевих закладів ресторанного господарства України

Аналіз мережевих закладів ресторанного господарства України є важливим завданням для розуміння стану та перспектив ринку харчування в країні. Мережеві ресторани є популярними серед клієнтів і займають значну частку на ринку гастрономічних послуг. Вони пропонують широкий вибір страв, різноманітні концепції та обслуговування на високому рівні.

Останні тенденції у розвитку мережевих закладів ресторанного господарства в Україні полягають у зростанні популярності здорового харчування та вегетаріанської кухні. Мережеві ресторани все частіше пропонують меню з натуральними та екологічно чистими продуктами, а також страви для вегетаріанців та веганів [14].

За останні кілька років в Україні спостерігається значний розвиток мережевих закладів ресторанного господарства. Ця тенденція пов'язана зі зміною споживчих преференцій та мод у харчуванні. Ще однією з тенденцій є зростання популярності фаст-фуду та стріт-фуду. Мережеві заклади швидкого харчування активно розвиваються в Україні та пропонують широкий вибір страв швидкого приготування, які можна забрати з собою або з'їсти на місці.

Проте, варто зазначити, що зміни в споживчих преференціях та модах у харчуванні не є єдиними тенденціями, які визначають розвиток мережевих закладів ресторанного господарства в Україні. Нові концепції ресторанів також стають все популярнішими в Україні. Наприклад, концепція "фарм-ту-тейбл" заснована на використанні натуральних продуктів від місцевих фермерів та виробників, а концепція "модерніст-кухні" використовує новітні технології та наукові розробки для створення незвичайних та смачних страв [1].

Загалом, розвиток мережевих закладів ресторанного господарства в Україні відбувається швидко та динамічно, сприяючи розширенню вибору та покращенню якості харчування для споживачів.

За даними Державної служби статистики України, у 2022 році середня прибутковість мережевих ресторанів становила 3,2 млн грн на рік. Однак, варто відзначити, що деякі ресторани мають низьку прибутковість через неправильну стратегію ціноутворення та конкуренцію на ринку.

Розмір прибутку може значно варіюватися залежно від розміру та типу мережі ресторанів. Великі мережі можуть мати більшу прибутковість завдяки економії масштабу, більш ефективному управлінню та брендовій відомості. Однак, малі та середні мережі також можуть досягати високої прибутковості завдяки стратегічному розміщенню, унікальному концепту або високоякісному обслуговуванню [13].

За останні роки мережеві ресторани в Україні показують стійке зростання доходів. За даними аналітиків, у 2023 році зростання доходів мережевих ресторанів очікується на рівні 10-15%.

Зростання доходів мережевих ресторанів в Україні може бути пояснене кількома факторами:

1. Гастрономічна культура українців постійно розвивається, і споживачі все більше цінують якісне харчування та нові гастрономічні враження. Це призводить до збільшення попиту на послуги мережевих ресторанів.
2. З'явлення нових трендів у гастрономії, таких як здорове харчування, веганська кухня, фокус на страви з місцевих продуктів тощо, спонукає споживачів вибирати мережеві ресторани, які відповідають їх потребам та вподобанням.
3. Багато мережевих ресторанів активно розширюються та відкривають нові заклади в різних регіонах України. Це дозволяє досягти більшої присутності на ринку та залучити нових клієнтів.

4. Мережеві ресторани вкладають значні зусилля в розвиток маркетингових стратегій, включаючи промоції, програми лояльності, співпрацю з популярними блогерами та впливовими особистостями. Ці заходи допомагають залучити більше клієнтів та збільшити дохід [15].

Загалом, зростання доходів мережевих ресторанів свідчить про стійку популярність гастрономічних послуг українського ресторанного ринку та можливості для подальшого розвитку цього сектора.

Одним з основних видів витрат для мережевих ресторанів є витрати на працю. За даними статистики, середня заробітна плата працівників ресторанів становить 10-12 тис. грн на місяць. Однак, варто відзначити, що деякі ресторани зменшують витрати на працю шляхом зменшення персоналу.

Витрати на працю є значним фактором у фінансовій структурі мережевих ресторанів. Включаються витрати на заробітну плату працівників, включаючи кухарів, офіціантів, барменів, прибиральниць та інший персонал.

Зменшення витрат на працю шляхом зменшення персоналу може бути одним зі способів оптимізації витрат для деяких ресторанів. Проте, варто бути уважним при застосуванні цього підходу, оскільки недостатньо працівників може негативно вплинути на якість обслуговування та задоволення клієнтів.

Оптимізація витрат на працю також може включати ефективне управління робочим графіком та ресурсами. Ресторани можуть використовувати системи планування робочого часу, які допомагають визначити оптимальну кількість працівників для певних періодів та забезпечити належне покриття попиту [2].

Також, деякі ресторани інвестують у навчання та розвиток персоналу, щоб покращити їхні навички та продуктивність. Це може допомогти знизити помилки та покращити ефективність роботи, що в свою чергу може позитивно вплинути на якість обслуговування та задоволення клієнтів.

Необхідно також враховувати регулювання заробітної плати та соціальних виплат, таких як оплата за роботу у неробочий час, надбавки за святкові дні та

інші соціальні вигоди. Ці фактори можуть вплинути на загальні витрати на працю для ресторану.

Загалом, оптимізація витрат на працю потребує балансу між забезпеченням належного рівня обслуговування та мінімізацією витрат [23].

Стратегії ціноутворення є важливим аспектом для мережевих ресторанів і можуть включати різні підходи залежно від цільової аудиторії, позиціонування та бізнес-моделі ресторану. Деякі з них включають:

1. Багато мережевих ресторанів привертають клієнтів за допомогою низьких цін. Це може бути особливо привабливим для бюджетного сегменту споживачів, які шукають доступні гастрономічні пропозиції.
2. Деякі ресторани використовують стратегію, де їхні ціни практично на одному рівні з конкурентами. Це допомагає уникнути надто низьких цін, але все ж зберігає конкурентоспроможність.
3. Деякі мережеві ресторани позиціонують себе як елітні заклади з високою якістю обслуговування та кухнею. Вони встановлюють вищі ціни, щоб підкреслити свою ексклюзивність та преміум-пропозицію.
4. Деякі ресторани пропонують пакетні пропозиції, які включають деяку комбінацію страв або послуг за фіксовану ціну. Це може бути привабливим для клієнтів, які шукають зручні та вигідні варіанти.
5. Деякі ресторани встановлюють різні ціни для різних категорій страв або послуг. Наприклад, вони можуть мати вищі ціни на страви з ексклюзивними інгредієнтами або вишуканим сервісом, тоді як більш прості страви можуть мати більш доступну ціну [11].

Варто враховувати, що кожна з цих стратегій має свої переваги та обмеження. Залежно від ринкових умов, цільової аудиторії та бізнес-моделі ресторану, розробка ефективної стратегії ціноутворення може бути складним завданням. Важливо збалансувати ціни так, щоб залучити клієнтів, забезпечити прибутковість та водночас уникнути надмірної конкуренції на ринку.

Конкуренція на ринку мережевих ресторанів в Україні є значною, оскільки багато ресторанів пропонують схожі послуги та продукти. Це призводить до зростання конкуренції та створює виклики для прибутковості ресторанів [4].

Одним з основних аспектів конкуренції є боротьба за клієнтів. Ресторани змагаються за увагу та лояльність клієнтів, пропонуючи різні акції, знижки, програми лояльності та інші стимули. Здатність залучити нових клієнтів та утримати існуючих стає ключовим фактором успіху.

Крім того, ресторани також змагаються за талановитих працівників. Висока конкуренція на ринку робить процес пошуку та утримання кваліфікованих працівників складним завданням. Ресторани мають залучати та утримувати персонал, пропонуючи конкурентні умови праці та розвиток кар'єри [8].

Конкуренція також впливає на стратегію ціноутворення ресторанів. Багато ресторанів намагаються привернути клієнтів за допомогою низьких цін, що може підірвати прибутковість галузі в цілому. Інші ресторани зосереджуються на преміум-сегменті, пропонуючи ексклюзивні страви та вишуканий сервіс, але ця стратегія може обмежувати широку аудиторію.

Враховуючи конкуренцію на ринку, мережеві ресторани повинні вдосконалювати свої послуги та продукти, залучати увагу клієнтів через інновації та якість обслуговування. Крім того, розробка унікальної брендової концепції та ефективних маркетингових стратегій можуть допомогти ресторанам вирізнитися на фоні конкурентів.

Враховуючи всі ці фактори, мережеві ресторани в Україні можуть бути стійкими та перспективними для інвестування. Однак, для досягнення успіху в цьому конкурентному середовищі необхідно ретельно вивчати ринок, розуміти потреби клієнтів, пропонувати якісні продукти та послуги, а також ефективно управляти витратами та ціноутворенням [12]. Аналіз мережевих закладів ресторанного господарства України показує, що цей сегмент ринку є стійким і перспективним для інвестування. Дослідження фінансових показників та

економічної стійкості мережевих ресторанів надає нам важливі висновки про стан та динаміку цього сектора.

У результаті аналізу прибутковості було встановлено, що середня прибутковість мережевих ресторанів українського ринку становила 3,2 млн грн на рік. Однак, варто відзначити, що деякі ресторани можуть мати низьку прибутковість через неправильну стратегію ціноутворення та конкуренцію на ринку. Тому важливо, щоб ресторани ретельно вивчали ринок та вибирали оптимальну стратегію ціноутворення, що допоможе збільшити їхню прибутковість [11].

Зростання доходів мережевих ресторанів у останні роки є доброю ознакою для цього сектора. За даними аналітиків, очікується зростання доходів на рівні 10-15% у 2023 році в порівнянні з 2022. Це свідчить про постійний попит на гастрономічні послуги та здатність ресторанів привернути клієнтів.

Одним з основних видів витрат для мережевих ресторанів є витрати на працю. Середня заробітна плата працівників становить 10-12 тис. грн на місяць, проте деякі ресторани зменшують витрати на працю шляхом зменшення персоналу. Важливо збалансувати витрати на працю, забезпечуючи якісне обслуговування клієнтів і зберігаючи економічну ефективність.

Конкуренція на ринку мережевих ресторанів в Україні є значною, оскільки багато закладів пропонують схожі послуги та продукти. Це призводить до зростання конкуренції та зменшення прибутковості. Ресторанам необхідно ретельно вивчати конкурентну ситуацію та розробляти унікальні стратегії для залучення та утримання клієнтів [18].

Враховуючи зазначені факти, мережеві ресторани в Україні можуть бути перспективними для інвестування. Однак, важливо бути усвідомленим про конкуренцію на ринку та правильно вибирати стратегію ціноутворення для збільшення прибутковості. Продовжуючи аналізувати та враховувати фінансові показники та економічну стійкість, ресторани можуть зберігати свою

привабливість для інвесторів та успішно функціонувати на ринку ресторанного господарства України.

Зростання потреби відвідування ресторанів швидкого харчування багато в чому обумовлено енергійним і прискореним способом життя населення, який вимагає скорочення часу на вживання їжі. Саме тому запорукою успіху ресторанів швидкого харчування є якісне та швидке обслуговування клієнтів.

Головними лідерами на ринку швидкого харчування залишаються McDonald's, KFC, Burger King і Subway. Слід більш докладно розглянути сильні і слабкі сторони основних гравців, а також їх можливості і загрози завдяки SWOT-аналізу [20].

SWOT-аналіз компаній представлено в Додатку А.

Основними підприємствами-конкурентами KFC у світі є мережеві ресторани швидкого харчування «Burger King», «McDonald's» і «Subway». Розглянемо в якості підприємств-конкурентів - мережі швидкого харчування «KFC» і «Burger King», так як вони активно працюють в тому ж ціновому сегменті ринку, знаходяться в одному і тому ж районі, що і компанія McDonald's. Обидві компанії пропонують конкурентоспроможні ціни і послуги для своїх споживачів (табл. 1).

Таблиця 1.1 – Порівняльна характеристика конкурентів KFC

Фактори	«KFC»	Підприємства-конкуренти	
		McDonald's	«Burger King»
Години роботи	з 9.00 до 23.00	з 9.00 до 23.00	з 7.00 до 24.00
Кількість посадочних місць	95	85	70
Діапазон цін, грн.	130-300	80-300	49-250
Інтер'єр	В американському стилі	Виконано в яскравих червоних і жовтих тонах	Виконано в яскравих червоних тонах

Контингент	Всі групи населення	Всі групи населення	Всі групи населення
Види меню	З вільним вибором страв	З вільним вибором страв, комбіноване, дитяче	З вільним вибором страв
Продукція	Цільне куряче м'ясо	Напівфабрикати	М'ясо на вогні

Джерело: складено автором на основі власних досліджень

Аналізуючи інформацію, наведену в таблиці, стає очевидним, що KFC має міцні позиції на ринку. Індивідуальний підхід до обслуговування кожного клієнта дозволяє працівникам ресторану визначити їхні специфічні вимоги та ефективно їх задовольнити. Це призвело до того, що KFC став провідним претендентом за середнім рахунком. Однак, коли справа доходить до асортименту пропонованих продуктів, KFC не поступається своїм конкурентам.

У наступному розділі ми розглянемо порівняльну матрицю для конкуруючих компаній, складену групою експертів у сфері послуг. Ця робоча група складалася з двох директорів, двох менеджерів і двох працівників ресторану. Кожному критерію конкурентоспроможності було присвоєно вагу за 5-бальною шкалою. У таблиці 1.2 представлені результати для кожного з цих критеріїв [15].

Таблиця 1.2 – Матриця порівняння конкурентів KFC

	Конкурентні переваги	«KFC»	McDonald's	«Burger King»
1.	Впізнаваність бренду	5(×5)	5(×5)	4(×5)
2.	Асортимент додаткових послуг	3(×4)	2(×4)	4(×4)
3.	Асортимент страв	2(×3,5)	1(×3,5)	3(×3,5)
4.	Сервіс	3(×4)	2(×4)	3(×4)
5.	Середня вартість замовлення	3(×2,5)	4(×2,5)	4(×2,5)
6.	Швидкість обслуговування	5(×4)	3(×4)	3(×4)

7.	Комфортність перебування	3(×4)	4(×4)	3(×4)
Всього		95,5	82,5	92,5

Джерело: складено автором на основі власних досліджень

Згідно з даними, представленими в таблиці, KFC займає першу позицію з результатом 95,5, обігнавши своїх конкурентів: «Burger King» з 92,5 балами і «McDonald's» з 82,5 балами. Для кращого візуального розуміння було побудовано змагальний багатокутник, як показано на малюнку 1.1 [10].

Після аналізу отриманих даних стає очевидним, що KFC є безсумнівним переможцем з точки зору швидкості обслуговування, впізнаваності бренду та загального рівня обслуговування клієнтів. Проте за широтою меню, пропонованими додатковими послугами, різноманітністю страв і середньою вартістю замовлення мережа швидкого харчування «Burger King» випереджає KFC.

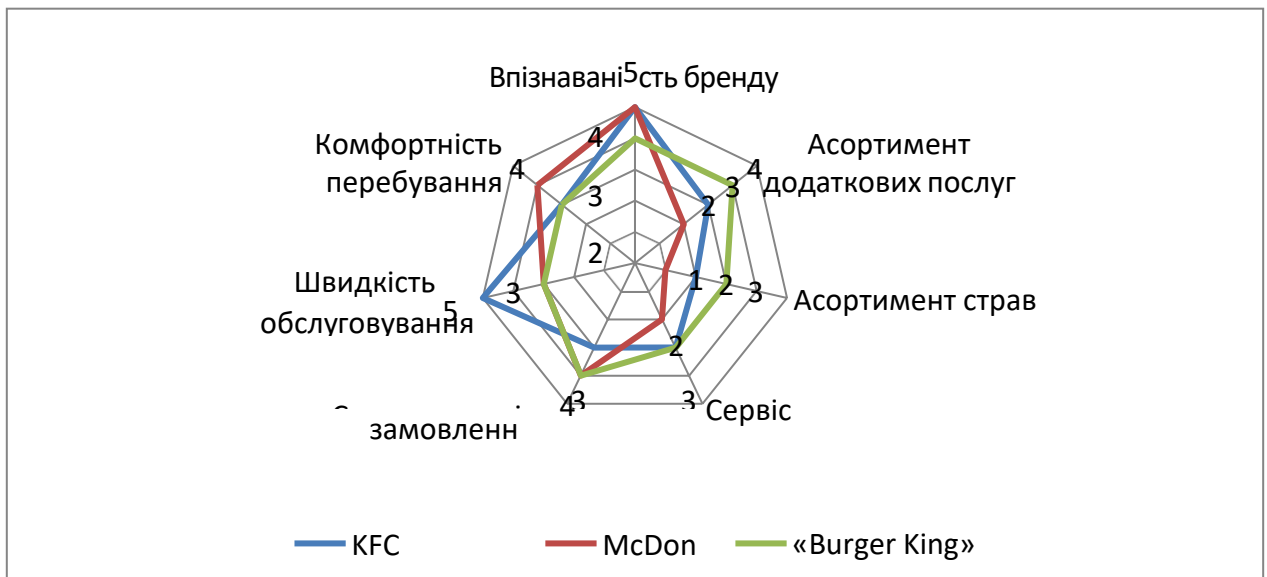


Рис. 1.1 - Багатокутник конкурентоспроможності KFC

Отже, з урахуванням отриманих результатів, можна стверджувати, що KFC має потенціал для подальшого розвитку. Впізнаваність бренду, швидкість обслуговування та комфортність перебування є сильними конкурентними

перевагами, які можуть бути використані для збільшення клієнтської бази та підвищення задоволення клієнтів. Крім того, можливість поліпшення асортименту додаткових послуг може залучити нових клієнтів та збільшити лояльність існуючих клієнтів. Все це створює обіцяючу основу для подальшого розвитку KFC у м. Вишневе [6].

1.2 Дослідження мережі закладів швидкого обслуговування KFC

Міжнародна мережа ресторанів швидкого харчування KFC була заснована в 1952 році в штаті Кентуккі, США. На сьогоднішній день KFC має понад 24 000 ресторанів у 145 країнах світу.

KFC є частиною міжнародної корпорації Yum! Brands, Inc., яка також володіє іншими відомими брендами, такими як Pizza Hut і Taco Bell. У 2019 році чистий прибуток Yum! Brands, Inc. становив \$1,55 млрд.

За даними компанії, у 2019 році оборот KFC склав \$26,2 млрд. У тому ж році KFC була найбільш популярною мережею ресторанів швидкого харчування з продажами у розмірі \$19,2 млрд в США.

KFC активно розвивається в Україні. За даними на 2021 рік, в Україні працює понад 40 ресторанів KFC. Компанія планує далі розширюватись і відкрити нові заклади в різних регіонах України.

Крім того, KFC має різноманітну меню зі смачними стравами, які належать до класичної американської кухні. Популярність компанії пояснюється не тільки смачною їжею, але й швидкістю обслуговування та доступними цінами. Компанія постійно розробляє нові страви та акції, щоб привернути нових клієнтів та задовольнити потреби вже існуючих [13].

KFC активно впроваджує нові технології для поліпшення якості обслуговування та зручності клієнтів. Наприклад, компанія запровадила можливість замовлення їжі онлайн, а також використовує системи самообслуговування та безконтактної оплати. Це дозволяє клієнтам зробити замовлення швидко та зручно, а також уникнути черг.

Таким чином, міжнародна мережа ресторанів швидкого харчування KFC є однією з найбільших та найпопулярніших компаній у своєму секторі. Завдяки широкій мережі ресторанів, різноманітному меню та доступним цінам, компанія привертає увагу мільйонів клієнтів по всьому світу.

Перша пропозиція від KFC складається з панірованих і смажених порцій курки, вкритих сумішшю одинадцяти спецій і трав. Ця унікальна суміш була розроблена самим Сандерсом, і її окремі компоненти залишаються нерозкритими, оскільки вони класифікуються як комерційна таємниця.

Стратегічна мета KFC – стати лідером сектору швидкого обслуговування ресторанного ринку України [19].

Сфера діяльності організації – ресторанний бізнес, з акцентом на швидке, якісне обслуговування та смачне фаст-фуд.

Адміністрування людських ресурсів і кадрової політики в усіх закладах KFC централізовано через єдиний центр. Цей хаб представлений роллю начальника зміни, який відповідає за виконання обов'язків кадровика мережі KFC.

Серед різноманітних функцій система збирає інформацію про співробітників для особистих файлів, а також виконує завдання, пов'язані з найманням і звільненням персоналу за потреби [23].

Основними цілями є:

- Заохочення як професійного, так і особистого розвитку співробітників.
- Формування та виконання комплексної рейтингової системи розподілу посад.
- Заохочення належної спеціалізації працівників є ключовим завданням.
- Процес підвищення кваліфікації посадових осіб включає в себе організацію їх для виконання як адміністративних, так і спеціалізованих ролей у відповідних галузях.

Створення та підтримка системи розподілу винагород має вирішальне значення для успіху організації. Ця система повинна відповідати ієрархічній структурі компанії, а також досягненням кожного співробітника. Критерії

ефективності повинні бути розроблені для всіх співробітників, незалежно від їхньої посади.

Ієрархічна реалізація централізованого контролю за діяльністю, від найвищого рівня до найнижчого, є ключовим аспектом системи. Цей контроль здійснюється регулярно, часто і комплексно.

Мережа KFC насамперед орієнтована на обслуговування соціально активної верстви населення, зокрема студентів та школярів молодшого віку.

З його доступними цінами, унікальною та захоплюючою естетикою та інноваційними концепціями, акціями та угодами мережа KFC пропонує швидке та ефективне харчування [34].

Мережа KFC прагне встановити свою присутність у безпосередній близькості до основного споживача.

Заклад пропонує різноманітний асортимент продуктів, починаючи від сендвічів, кошиків і курки до салатів і комбо-ланчів. Гості можуть поласувати десертами, а також гарячими та холодними напоями. Заклад швидкого харчування задовольняє потреби тих, хто потребує швидкого перекусу під час навчальних перерв чи інших коротких перерв. Відвідувачі можуть відразу оформити замовлення на касі, оскільки там немає обслуговуючого персоналу. Гігієна також дотримана, адже прибирання столиків здійснюється власним персоналом.

Оформлення виконано в сучасному молодіжному стилі [11].

Вирішальним фактором успіху мережі є зручне розташування KFC по відношенню до інших закладів, зокрема, навчальних.

Основне завдання мережі KFC – залучення студентів до свого закладу. Ідея полягає в тому, щоб створити простір, де студенти зможуть обідати та спілкуватися зі своїми однолітками. Для досягнення цієї мети заклад прагне пропонувати нижчі ціни, ніж їхні конкуренти, таким чином зберігаючи свою репутацію доступного студентського закладу.

Сендвічі, комбо-ланчі та салати – основна пропозиція закладу [20].

Директор відповідає за виконання основної функції та контроль за загальним управлінням службами та підрозділами підприємства. Крім того, директор має представницькі обов'язки, які передбачають взаємодію з партнерами та підвищення іміджу ресторану через ініціативи розвитку та вдосконалення.

Відділ економіки здійснює комплексний огляд фінансово-господарської діяльності в грошовому вираженні, формує звітність, складає баланси, веде нарахування заробітної плати працівникам.

Обов'язки менеджера ресторану охоплюють широкий спектр обов'язків, які мають вирішальне значення для безперебійної роботи закладу. До них відноситься допомога менеджеру в адміністративних завданнях, відповіді на телефонні дзвінки, організація зустрічей та співбесід, а також виконання кількох інших важливих функцій. Менеджер ресторану також бере на себе відповідальність за організацію та управління системами ресторану, нагляд за графіком змін і набір відповідного персоналу. Крім того, менеджера ресторану підтримує другий помічник і керівник виробництва, які готові допомогти в щоденних операціях.

Начальник зміни ресторану несе відповідальність за нагляд за всією роботою зміни [4].

У KFC між роботодавцем і працівником укладається трудовий договір, в якому зазначаються обов'язки роботодавця пропонувати роботу відповідно до визначених трудових функцій, забезпечувати умови праці відповідно до чинного законодавства, виплачувати заробітну плату вчасно та в повному обсязі, та дотримуватись правил внутрішнього трудового розпорядку. Працівник, у свою чергу, зобов'язується виконувати трудову функцію, визначену договором, і дотримуватись правил внутрішнього трудового розпорядку організації [31].

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ СЕРВІСНО-ВИРОБНИЧОГО ПРОЦЕСУ ЗАКЛАДУ ШВИДКОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ KFC

2.1 Характеристика послуг в закладі швидкого обслуговування KFC

Компанія KFC, або Kentucky Fried Chicken, надає послуги в галузі харчування. Основна послуга, яку надає KFC, включає виробництво, реалізацію та споживання швидкого харчування, зокрема страв, які базуються на курячому м'ясі.

Компанія зайняла своє місце на ринку стабільністю та якісною продукцією. KFC є у таких містах України:

Кожен ресторан має свою назву, наприклад, "KFC Маяковського", "KFC Осокорки", "KFC Sevastopolska", "KFC CHERRI", тощо.

За такою схемою ми можемо провести аналіз, зосередившись на кількості ресторанів в кожному місті та оцінити їх розподіл:

- Київ: 18 ресторанів
- Харків: 6 ресторанів
- Львів: 3 ресторани
- Дніпро: 4 ресторани
- Одеса: 3 ресторани
- Інші міста (Черкаси, Житомир, Бровари, Хмельницький, Полтава, Вінниця, Суми, Кременчук): 6 ресторанів

Київ має найбільшу кількість ресторанів KFC (18 з 52), що свідчить про активний розвиток мережі в цьому місті. Зокрема, ресторани знаходяться в різних частинах Києва, таких як Маяковського, Осокорки, Позняки, Площа Перемоги, Метро Васильківська, Житомир Глобал, Чернігівська та інші. Це може вказувати на широку популярність мережі KFC серед мешканців столиці.

Харків є другим за кількістю ресторанів містом (6 з 52). Ресторани KFC розташовані в різних районах Харкова, включаючи Університет, Соборності,

Французький бульвар, Мегамолл та інші. Це свідчить про активний розвиток KFC в цьому місті.

Львів, Дніпро та Одеса також мають кілька ресторанів KFC (3 з 52 для кожного міста). Вони розташовані в різних районах цих міст, що може свідчити про відносно стабільний розвиток мережі KFC у цих містах.

Інші міста, такі як Черкаси, Житомир, Бровари, Хмельницький, Полтава, Вінниця, Суми, Кременчук, також мають по одному або два ресторани KFC. Враховуючи розмір цих міст, можна припустити, що KFC розвивається в них відносно добре.

Основні послуги KFC включають:

1. Виробництво страв. KFC готує та виробляє різноманітні страви, основними з яких є курячі страви. Вони використовують свої унікальні рецепти та спеціальні суміші приправ для створення характерного смаку своїх продуктів.

2. Реалізація швидкого харчування. KFC має мережу ресторанів, де клієнти можуть замовити та придбати різні страви. Ресторани KFC зазвичай пропонують різні варіації курячого м'яса, такі як стріпси, крильця, курячі кусочки, бургери тощо, а також супи, салати, гарніри та напої.

3. Споживання. Клієнти можуть насолоджуватися стравами KFC в ресторанах, а також забрати їх з собою або скористатися послугою доставки. KFC створює зручні умови для споживання їжі, забезпечуючи чисті та комфортні зони для клієнтів.

4. Додаткові послуги. Крім основної послуги харчування, KFC може надавати додаткові послуги, такі як програма лояльності, акційні пропозиції, спеціальні меню для дітей, послуги кетерінгу для проведення заходів, послуги обслуговування клієнтів тощо.

Загалом, KFC надає послуги виробництва, реалізації та споживання швидкого харчування з акцентом на курячі страви. Додаткові послуги можуть варіюватися залежно від регіону та конкретного ресторану KFC.

Нижче наведені описи елементів FUSION:

1. Станція прийому замовлення:

Касир приймає замовлення від гостя, створюючи перше враження протягом п'яти секунд. Він пропонує додаткові страви, перевіряє замовлення на моніторі і повідомляє гостю суму замовлення. Касир вручає гостю чек з номером замовлення і направляє його до зони видачі готових замовлень.

2. Станція збору замовлень:

Пакер збирає замовлення згідно з правилами послідовності збору, враховуючи компоненти страв та сервіруючи їх згідно з правилами сервірування. Він виділяє замовлення на моніторі, збирає компоненти та позначає номер замовлення на пакеті. Після збору замовлення він передає його ранеру.

3. Ранер:

Ранер отримує підніс зі зібраним замовленням від пакера та здійснює останній етап збору, включаючи картоплю, десерти та напої. Він передає повністю зібране замовлення презентору.

4. Станція напоїв та десертів:

Працівник збирає напої та десерти замовлення відразу після появи їх назви на моніторі. Він передає готові напої та десерти в накопичувач і видаляє замовлення з монітора.

5. Станція видачі замовлень:

Презентор отримує замовлення від ранера, перевіряє коректність зібраного замовлення та видає його гостю. Він вітає гостя, звіряє номер чека з номером замовлення, пропонує допомогу та дякує за візит. Презентор також відповідає на запитання гостей та розповідає про акції та формат ресторану.

6. Кіоски:

Обслуговування замовлень через кіоски має займати не більше 75 секунд. Гість робить замовлення самостійно, після чого збір та видача замовлення здійснюються протягом вказаного часу.

Ці елементи FUSION описують процес обслуговування в ресторані KFC та дозволяють швидко та ефективно збирати та видачу замовленням гостям.

В додаток до описаних елементів FUSION, ресторан KFC також має лінію драйву. Лінія драйву є спеціальним режимом обслуговування, де гості можуть зробити замовлення та отримати його, не виходячи з автомобіля.

Основна мета лінії драйву - забезпечити швидке та зручне обслуговування гостей, які перебувають у своїх автомобілях. Для досягнення цієї мети, ресторан KFC встановлює певні Ключові показники ефективності (КПЕ), щоб оцінити продуктивність лінії драйву. Основні КПЕ лінії драйву включають:

1. Час обслуговування. Це час, який потрібно від гостя зробити замовлення до отримання його у вікні лінії драйву. Ресторан KFC прагне зменшити цей час до мінімуму, щоб забезпечити швидке обслуговування.

2. Точність замовлення. Це показник, який вимірює, наскільки точно виконується замовлення гостя. Ресторан KFC стежить за тим, щоб замовлення були виконані без помилок, з правильними стравами та кількістю.

3. Кількість замовлень на лінії драйву. Це показник, який вимірює загальну кількість замовлень, які обслуговуються на лінії драйву. Ресторан KFC працює над збільшенням цієї кількості, щоб задовольнити потреби гостей та підвищити продуктивність.

4. Задоволення гостей. Ресторан KFC звертає особливу увагу на задоволення гостей, які використовують лінію драйву. Задоволення гостей вимірюється через опитування та зворотний зв'язок, щоб забезпечити високу якість обслуговування та покращити досвід гостей.

Ці КПЕ допомагають ресторану KFC встановити стандарти ефективності та якості обслуговування на лінії драйву. Ресторан постійно працює над вдосконаленням цих КПЕ, щоб забезпечити найкращий досвід для гостей та збільшити продуктивність своєї лінії драйву.

Завдяки швидким результатам обслуговування, задоволенню потреб споживачів, KFC включила кілька бізнес-стратегій, щоб забезпечити однаково поблажливий досвід. Їх смак і свіжість продуктів не схожа на жодну іншу франшизу на ринку, і навіть незважаючи на те, що вони продаються за нижчою

ціною, споживачі отримують збалансовану, здорову їжу з однаковою кількістю смаку.

Індустрія послуг – це галузь, яка створює послуги, а не матеріальні об'єкти. Галузями, що виробляють товари, є сільське господарство, гірничодобувна промисловість, обробна промисловість і будівництво; кожен з них створює якийсь матеріальний об'єкт. Економісти поділяють всю економічну діяльність на дві великі категорії: товари та послуги. Сфери послуг включають усе інше: банківську справу, зв'язок, оптову та роздрібну торгівлю, усі професійні послуги, такі як інженерія, розробка комп'ютерного програмного забезпечення та медицина, некомерційну економічну діяльність, усі побутові послуги та всі державні послуги, включаючи оборону та управління правосуддям. Економіка з домінуванням сфери послуг характерна для розвинених країн. У менш розвинутих країнах більшість людей зайняті в основних видах діяльності, таких як сільське господарство та видобуток [42].

В основному сектор послуг складається з 5 компонентів.

1. Готелі та ресторани
2. Транспорт, зберігання та зв'язок
3. Фінанси, страхування, нерухомість і бізнес-послуги
4. Державне управління та оборона
5. Соціальне та особисте обслуговування [45].

У процесі розвитку самої індустрії послуг в останнє десятиліття спостерігається загальна тенденція збільшення диверсифікації та вдосконалення послуг. Механізмом, що функціонує за цією тенденцією, є інновації, які можна визначити як два типи, один з яких є технічними інноваціями, а інший – управлінськими інноваціями. Це ідентифікація також вказує на два шляхи модернізації традиційних послуг, тобто технічне вдосконалення та вдосконалення управління. Перше означає, що постачальник послуг, наприклад фірма, що надає послуги, може запроваджувати передові технології, такі як інформаційні технології та високі технології, щоб трансформувати свою

застарілу апаратну структуру. Останнє означає, що постачальник послуг може реформувати свої старі операційні та організаційні режими, імпортуючи сучасний досвід управління та спеціалізовані таланти. Ці два типи трансформації та вдосконалення можуть бути реалізовані окремо або одночасно для конкретного постачальника послуг.

Приклад: ресторан Mac Donald запровадив спеціальне розбите меню під час сезону Рамасан. Це управлінська інновація. Система онлайн-замовлень KFC є технологічною інновацією [15].

Розвиток нових технологій за останнє десятиліття призвів до значного прогресу в сфері послуг. Застосування нової технології було ефективним і за допомогою технічних засобів клієнт міг отримати послуги вдома.

Приклад: Клієнт може замовити в KFC все, що захоче, через Інтернет, і замовлення буде виконано протягом півгодини.

Внутрішнє поширення бізнесу прискорилося, і за останнє десятиліття багато нових постачальників послуг вийшли на нові місцеві ринки.

Послуга, що надається продуктом, яка відіграє значну роль у продажу товарів. Послуга, що надається під час продажу або продажу, безпосередньо впливає на ринки товарів. Тому постачальники послуг більше турбуються про послуги, ніж про товари. Оскільки послуги, які надаються разом із товарами, не можуть задовольнити клієнта, це безпосередньо вплине на продажі [37].

Менеджер верхнього рівня, який керує цим процесом трансформації, називається операційним менеджером. Таким чином, робота з управління операціями (ОМ) складається з усіх видів діяльності, пов'язаних із перетворенням ідеї продукту в готовий продукт, а також тих, що пов'язані з плануванням і контролем систем, які виробляють товари та послуги. Іншими словами, операційні менеджери керують процесом, який перетворює входи на виходи.

2.2 Характеристика виробничого процесу в закладі швидкого обслуговування KFC

Фактори виробництва є важливими складовими елементами діяльності закладу швидкого обслуговування KFC. Компанія зосереджує свою увагу на чотирьох основних факторах, які сприяють ефективному функціонуванню та досягненню успіху.

Першим фактором є природні ресурси. KFC активно співпрацює з постачальниками, щоб забезпечити високу якість своїх продуктів. Компанія обирає найсвіжіші та найсмачніші інгредієнти, такі як куряче м'ясо, спеції та інші складові, щоб створити неповторний смак своїх страв.

Другим важливим фактором є праця. Компанія KFC ставить на перше місце своїх працівників, які готові забезпечити високий рівень обслуговування. Висококваліфікований персонал KFC надає швидке та доброзичливе обслуговування, забезпечуючи приємний досвід для кожного клієнта [39].

Третім фактором є капітал. Компанія KFC інвестує в сучасне обладнання та технології, що допомагають у поліпшенні продуктивності та ефективності виробничого процесу. Використання автоматизованих систем замовлення та оплати, електронних пристроїв для виклику персоналу та інших інноваційних рішень дозволяє забезпечити швидке обслуговування та зробити процес замовлення більш зручним для клієнтів.

Останнім, але не менш важливим фактором є підприємницькі навички та управління. Успіх компанії KFC залежить від ефективного управління всіма аспектами виробництва та бізнесу. Компанія постійно аналізує та вдосконалює свої стратегії, залучає талановитих менеджерів та розробляє інноваційні підходи, щоб відповідати потребам ринку та задовольняти смакові уподобання своїх клієнтів [33].

Завдяки цим факторам виробництва, компанія KFC досягає успіху на ринку швидкого обслуговування. Її зобов'язання якісної продукції, високого рівня

обслуговування та постійного вдосконалення робочих процесів допомагають залучати та задовольняти мільйони клієнтів у всьому світі.

Крім основних факторів виробництва, KFC також приділяє велику увагу екологічним аспектам. Компанія активно працює над зменшенням впливу своєї діяльності на навколишнє середовище. Вона впроваджує енергоефективні рішення, використовує стійкі матеріали та промислові процеси з мінімальним викидом відходів.

Компанія також займається соціальною відповідальністю, підтримуючи різні благодійні програми та спонсорує спортивні та культурні події. Вона активно працює над покращенням умов праці для своїх співробітників та забезпечує їм можливість для професійного розвитку [15].

Виробничий процес в закладі швидкого обслуговування KFC є добре структурованим і організованим. Від отримання свіжих інгредієнтів до приготування страв та обслуговування клієнтів - кожен крок процесу контролюється та виконується з високою уважністю до деталей. Компанія дотримується стандартів якості та безпеки, щоб забезпечити найкращий досвід споживачів.

Варто детально розглянути процес приготування деяких страв у KFC Черрі.

Панірувальник бере пакет з необхідною кількістю м'яса і розрізає його ножицями, додаючи продукт у корзину. Запаніроване м'ясо потім струшується декілька разів, щоб видалити надлишок паніровки. Потім запаніроване м'ясо опускається в панірувальну суміш згідно з формулою паніровки, яка відповідає конкретному продукту. Запаніроване м'ясо перекладається в іншу сітку та опускається у воду, після чого знову струшується і обвалюється в муці згідно з формулою паніровки.

Після цього м'ясо викладається на сітки і смажить у фритюрі. В ресторані KFC є кілька фритюрів, таких як Winston для негострого м'яса та Pitco для гострого м'яса, а також для смаження картоплі та інших виробів.

Після смаження м'ясо витягається з фритюру і викладається у тепловий шкаф з температурою 85 градусів.

В ресторані є спеціальні полиці з таймерами зберігання, на яких працівник кухні ставить запаніроване м'ясо. Час зберігання залежить від типу м'яса: ноги і крила - 90 хвилин, філе - 45 хвилин, стріпси - 30 хвилин, байтси - 20 хвилин.

У ресторані також є окрема робоча поверхня для приготування салатів, де овочі підтримуються при температурі 1-5 градусів. Замовлення відображаються на екранах, і працівники готують їх.

Для підготовки булок і твістерів використовуються вертикальний тостер для булок і горизонтальний тостер для твістерів та тостів. У ресторані також є морозильна камера для зберігання продуктів, таких як картопля, пиріжки, картопляник та нагетси.

Готові сендвічі складаються у біни і ставляться на таймер зберігання. Час зберігання в бінах становить 10 хвилин для бургерів і 1 годину для пиріжків.

Усі продукти, які потребують певної температури зберігання, мають бути негайно, протягом 15-20 хвилин, розміщені в відповідних умовах!

Усі охолоджені продукти приймаються відповідно до вимог, зазначених на етикетці виробника, але при температурі не вище +5 °С. Усі заморожені продукти приймаються відповідно до вимог, зазначених на етикетці виробника. Всі сухі інгредієнти приймаються відповідно до умов зберігання, зазначених на етикетці виробника.

Для всіх упакованих продуктів, які надійшли від постачальників, строк придатності та умови зберігання вказані на упаковці / етикетці.

Перед початком процедури розморожування курячих напівфабрикатів у холодильній камері, підготуйте наступні матеріали:

- Термометр з виносним щупом.
- Піддони алюмінієві або полікарбонатні лотки висотою 5 см.
- Пластикові контейнери.
- Маркер або самоклеючі етикетки та перманентний маркер.

Стандарти:

- Курячі напівфабрикати розморожуються в герметичній упаковці виробника на піддонах або в лотках.

- Можна розміщувати на одному піддоні або в одній лотці або гострі напівфабрикати (гострі крила, філе Зінгер, гострі стріпси) або оригінальні (філе Класик, оригінальні стріпси, ніжки).

- Кожна упаковка повинна мати етикетку з найменуванням продукту, датою і часом початку розморожування, датою і часом закінчення розморожування, температурою розмороженого продукту і терміном придатності. Не клейте одну етикетку на лоток або піддон, якщо в ньому знаходиться лише один вид напівфабрикату (наприклад, тільки філе Класик).

- Рекомендований час розморожування для філе, стріпсів, байтсів - 18 годин, для шматків, ніжок, крил - 24 години, але не більше 72 годин для всіх курячих напівфабрикатів.

Холодильна камера забезпечить необхідний термін розморожування, якщо будуть дотримані такі умови:

- 1/3 обсягу камери має містити вже розморожену курку для використання у поточний день.

- 1/3 обсягу камери має містити курку, що була завантажена попередньої доби, для використання наступного дня.

- 1/3 об'єму камери заповнюється замороженим продуктом, який передбачається використовувати у наступні дні.

- Перші 18/24 години не потрібно перевіряти температуру курячого напівфабрикату, що розморожується. Після цього необхідно перевіряти температуру кожні 3 години.

- Розморожувати курячі напівфабрикати необхідно до того моменту, поки температура всередині продукту не досягне +1°C.

Перш ніж розпочати процес розморожування курячих напівфабрикатів у холодильній камері, слід дотримуватись наступних кроків:

1. При митті рук використовуйте теплу воду, антибактеріальне мило та дотримуйтеся правил гігієни.

2. За допомогою відкаліброваного термометра перевірте температуру у холодильній камері (+1°C до +5°C).

3. Вийміть пакети заморожених курячих напівфабрикатів з коробки та розмістіть їх на лотках або піддонах в один шар.

4. На етикетках позначте назву напівфабрикату, дату та час початку розморожування. Можна роздрукувати відповідні етикетки або написати на них маркером.

5. Протріть місце для наклеювання етикетки паперовою серветкою та приклейте етикетку на кожен пакет з продуктом.

6. Через 18/24 години виміряйте температуру продукту за допомогою термометра з виносним щупом, помістивши його між двома пакетами. Якщо температура досягла +1°C, перевірте наявність кристалів льоду у кожному пакеті. Якщо кристалів льоду не виявлено, шматки м'яса м'які, легко відокремлюються один від одного і кістка (якщо є) легко прощупується, то курячі напівфабрикати розморозились. Якщо температура не досягла +1°C, повторно виміряйте температуру через 3 години.

7. Після завершення процесу розморожування, запишіть на етикетках дату та час закінчення розморожування, температуру продукту та строк придатності, що становить 48 годин (+1°C до +5°C) після закінчення розморожування. Можна роздрукувати відповідні етикетки або написати на них маркером. У разі помилки на етикетці, наклейте нову етикетку поруч і перекресліть помилкову.

8. Перемістіть розморожені курячі напівфабрикати у чисті, дезинфіковані, харчові пластикові контейнери.

Перед початком розморожування підготуйте наступне обладнання та матеріали:

- Пластиковий контейнер (висота контейнера для розморожування повинна перевищувати рівень рідини).

- Чисті решітки або підставка для обробних дощок.
- Чисті контейнери.
- Самоклеючі етикетки та ручка або маркер.
- Засіб для миття та дезінфекції.
- Паперові серветки.

Якщо відсутній контейнер необхідної висоти, можна встановити перевернуту гастроємність на дно раковини і поставити на неї контейнер для розморожування курячих напівфабрикатів. Вийміть заморожені пакети з курячим напівфабрикатом з морозильної камери, дотримуючись правил ротації, і покладіть їх у контейнер. На мийку наклейте етикетку. Зазначте найменування напівфабрикату, кількість пакетів, дату і час початку розморожування. У разі розморожування декількох видів продукції наклейте етикетку для кожного виду окремо.

Повністю відкрийте кран з холодною водою та злейте воду до того моменту, поки її температура не досягне значення, не вище +15 °С. Наповніть контейнер з курячими напівфабрикатами водою, спрямувавши струмінь води від пакетів. Залиште кран з водою відкритим протягом усього процесу розморожування. Кожні 30 хвилин контролюйте температуру води в контейнері, щоб вона не перевищувала +15 °С. Якщо температура води перевищує 15 °С, додавайте шматочки льоду, щоб підтримувати безпечну температуру.

Через 1,5 години перевірте пакет з курячим напівфабрикатом на наявність кристалів льоду. Якщо кристали льоду присутні, продовжуйте розморожування ще приблизно 30 хвилин. Якщо кристалів льоду не виявлено і шматки м'яса м'які, легко відокремлюються один від одного і кістка (якщо присутня) легко прощупується, курячі напівфабрикати вважаються розмороженими.

Після завершення процесу розморожування перекладіть курячі напівфабрикати в чисті, продезинфіковані харчові пластикові контейнери. Якщо під час розморожування у воді пошкоджено герметичність пакета (зайва волога

або витік рідини), такий продукт не можна використовувати, а пакет слід викинути.

Промаркуйте кожен пакет і протріть місце для наклеювання етикетки паперовою серветкою. Перепишіть на кожен етикетку інформацію з загальної етикетки, наклеєної на мийку (найменування продукту, дату і час початку розморожування). Додайте дату і час закінчення розморожування, а також термін придатності - 4 години (+1 °C до +5 °C), включаючи період розморожування. Можна роздрукувати відповідну кількість етикеток на маркері. У разі помилки на етикетці наклейте нову етикетку поруч і перекресліть помилкову.

Після завершення розморожування очистіть і продезинфікуйте контейнер, мийку/раковину.

Жир, що використовується для готування продуктів KFC, повинен бути на 100% рослинного походження. Якість та консистенція наших продуктів, які готуються у фритюрі, значно залежать від якості жиру, отриманого з рослинних джерел.

Процес роботи з фритюром включає такі етапи:

1. Підтримка якості жиру. Щодня в фритюр необхідно додавати, як мінімум, 10-15% свіжого жиру, щоб забезпечити його якість та продовжити строк його служби.
2. Освітлення та фільтрація. Освітлення означає постійну циркуляцію жиру через фільтр протягом певного періоду часу. Фільтрація включає прокачування жиру з жарочного баку через фільтр та повернення його назад до жарочного баку лише один раз. Це дозволяє очищати та промивати жарочний бак. Жир підлягає освітленню двічі на день: протягом 15 хвилин під час ранкового запуску та протягом 15 хвилин після годин пік середини дня (обід), коли також проводиться чищення жарочного баку. Для освітлення використовується фільтрований порошок "Magnesol".
3. Чищення фритюрного апарата. Проведення регулярного чищення фритюрного апарата для підтримки його гігієни та працездатності.

4. Видалення відходів. Видалення відпрацьованого жиру та інших відходів, які утворюються під час роботи з фритюром.

Основні правила безпеки при роботі з жиром включають:

- Завжди використовуйте Засоби індивідуального захисту (ЗІЗ).

- Зауважте фактори, які можуть впливати на якість та строк використання жиру, такі як вода, повітря, миючі засоби, сіль, підвищена температура та нагар.

Підготовка панірувальної суміші:

Панірувальна суміш "Original Recipe":

- 11,34 кг панірувального борошна KFC
- 1 пакет (908 г) приправи OR-KFC
- 1 пакет (1162 г) солі
- 1 пакет (340 г) молочно-яєчної суміші KFC

Панірувальна суміш "Hot&Spicy":

- 11,34 кг панірувального борошна KFC
- 1 пакет (198 г) гострих спецій для паніровки Hot&Spicy

Процедура приготування:

1. Мийте руки перед початком роботи.
2. Двічі просіюйте залишки панірувальної суміші від попереднього дня.
3. Потрібна кількість свіжої панірувальної суміші має бути змішана та просіяна перед використанням (зібрати, підняти і збільшити розпушеність, повторити процес просіювання двічі).

4. Підготуйте воду (температура води повинна бути нижче 26°C).

Продовжуйте просіювати панірувальну суміш та замінійте воду після кожного циклу панірування. Якщо панірувальна суміш стає зернистою, змінійте її частіше.

Меню KFC пропонує різноманітні страви, включаючи наступні позиції:

1. KFCіквел: Це нова версія класичного рецепту KFC, яка містить ніжні шматочки курячого філе в хрусткій паніровці.

2. Твістери: Це популярний вибір серед відвідувачів KFC. Твістери - це смачні ролики з курячого філе, салату, соусу та інших додатків, всі обгорнуті в м'яку тортілью.

3. Бургери: Меню KFC включає різноманіття бургерів, таких як класичний курячий бургер або бургер зі свинячої котлети. Вони містять соковите куряче філе, свіжі овочі та смачні соуси, всі збережені в м'якому булочці.

4. Бакети: Бакети - це комплексні страви, які містять кусочки курячого м'яса, приготовані за оригінальним або гострим рецептом KFC. Вони часто подаються з картоплею Фрі та іншими сторонніми стравами.

5. Соковита курка: KFC славиться своєю соковитою та хрусткою куркою. У їх меню ви знайдете різноманітні варіанти, включаючи курячі крила, курячі ніжки та курячі грудки.

6. Картопля та снеки: KFC пропонує свіжозготовлену картоплю Фрі, яка відома своїм хрустким золотистим зовнішнім виглядом і ніжним серединкою. Також у меню є різноманітні снеки, такі як моцарелла-стікси та кукурудзяні колоски.

7. Соуси: KFC пропонує різні види соусів, включаючи класичний барбекю, кисло-солодкий, гірчичний та інші, які додають смаку до страв.

8. Холодні напої: В меню KFC є широкий вибір холодних напоїв, таких як газовані напої, лимонади, соки та морси.

9. Гарячі напої: Для тих, хто вперше хоче зігрітися, KFC також пропонує гарячі напої, включаючи каву, чай та гарячий шоколад.

10. Морозиво: У KFC ви можете насолоджуватися свіжим морозивом у різних смаках, включаючи ваніль, шоколад та полуницю.

11. Десерти: В меню також є солодкі десерти, такі як пиріг з яблуками або шоколадний пудинг, які доповнюють ваш обід чи вечерю.

12. Мілкшейк: Це популярний напій у KFC, який містить молоко, морозиво та різні смакові добавки, такі як шоколад, ваніль, полуниця тощо.

Загалом, меню KFC пропонує багато смачних варіантів курячих страв, снєків, напоїв і десертів, щоб задовольнити смаки різних людей.

Усі ці характеристики виробничого процесу сприяють успіху закладу швидкого обслуговування KFC. Компанія постійно працює над вдосконаленням своїх процесів, впроваджує нові технології та стратегії, щоб задовольняти зростаючі потреби клієнтів та залишатись конкурентоспроможною на ринку швидкого харчування [24].

2.3 Характеристика процесу обслуговування в закладі швидкого обслуговування KFC

Гість, який відвідує наш ресторан, розраховує на чудове обслуговування відповідно до стандартів CHAMPS. Враження гостя починають формуватися, коли він входить до ресторану або під'їжджає до вікна автороздачі, де його вітає член команди. Якщо ви вчасно привітаєте гостя, він відчує себе бажаним. «Момент істини» - це основні етапи обслуговування Гостя (привітання, прийом і оплата замовлення, вручення замовлення, прощання та подяка), кожний з яких дозволяє команді ресторану вплинути на враження гостя [23].

Касир в KFC є одним з ключових працівників закладу швидкого обслуговування і відповідає за реалізацію продукції та обслуговування клієнтів на касі. Основні обов'язки касира в KFC включають:

1. Прийом замовлень: приймає замовлення від клієнтів, враховує їхні побажання та пропонує доступні варіанти страв і напоїв з меню.

2. Реєстрація замовлень: вводить замовлення клієнтів в касову систему, точно вказуючи види страв, кількість, додаткові складники та специфічні побажання щодо приготування.

3. Розрахунок з клієнтами: обробляє платежі клієнтів, приймає готівку або оплату карткою і повертає здачу або видає чек.

4. Обслуговування клієнтів: надає швидке та ввічливе обслуговування клієнтам, відповідає на їхні запитання щодо меню, акцій, допомагає з вибором та надає необхідну інформацію.

5. Забезпечення точності та швидкості: повинен працювати ефективно, дотримуючись процедур прийому замовлень та розрахунків, забезпечуючи точність і швидкість обслуговування.

6. Збереження грошових коштів: відповідає за збереження готівки в касовому апараті та дотримання правил безпеки та контролю грошових операцій.

7. Підтримка чистоти та порядку: допомагає підтримувати чистоту та порядок в робочому місці, зокрема на касовому пункті, забезпечуючи належну гігієну та організацію робочого простору.

8. Взаємодія зі співробітниками: спілкується з іншими членами команди KFC, зокрема з кухарями та обслуговуючим персоналом, для забезпечення гармонійної роботи всього закладу.

Касир в KFC відіграє важливу роль у забезпеченні якісного обслуговування клієнтів та збереженні репутації компанії [34].

KFC є одним з найпопулярніших закладів швидкого харчування, який відомий своїми смачними стравами з курятини. Кожен день тисячі людей відвідують ресторани KFC з різних країн світу, очікуючи насолодитися неповторними смаками та отримати високоякісне обслуговування.

Гості KFC очікують, що їхнє перебування в закладі буде супроводжуватися приємною атмосферою та швидким обслуговуванням. Вони хочуть мати можливість вибирати з різноманітного меню, яке пропонує широкий вибір курячих страв, супернижний курочку, крихітні хрумкі стріпси та смачні бургери. Гості очікують, що продукти будуть свіжими та приготовленими з увагою до деталей, зберігаючи унікальний рецепт оригінального смаку KFC.

Крім того, гості KFC бажають отримати чудове обслуговування від привітного та доброзичливого персоналу. Вони очікують швидкого оброблення своїх замовлень, точності в розрахунках та уваги до їхніх особистих побажань. Гості хочуть відчувати, що їхнє задоволення і комфорт є пріоритетом для команди KFC [24].

Усе це створює очікування гостей KFC, які компанія завжди прагне виправдати та перевершити. KFC пропонує унікальний досвід швидкого харчування, де гості можуть насолоджуватися смаком своїх улюблених страв, насичених солодкими спеціями, та відчувати себе ласкаво зустріненими кожного разу, коли вони відвідують ресторан KFC.

Спілкування з гостем в KFC складається з чотирьох основних кроків, які допомагають забезпечити якісне та приємне обслуговування:

1. Привітання і ласкаве зустрічання. Перший крок - це привітання гостя з посмішкою і ласкавими словами. Це створює дружню атмосферу та позитивний настрій, дозволяючи гостю почуватися вітаємим і комфортним.

2. Послух і зрозуміння замовлення. Уважне слухання і зрозуміння замовлення гостя - це важливий крок для задоволення його потреб. Касир повинен бути уважним до деталей замовлення, запитувати про особливі побажання та враховувати їх при обробці замовлення.

3. Чітка комунікація. Касир повинен чітко та ввічливо спілкуватися з гостем, надавати інформацію про акції, меню та інші деталі, які можуть бути корисними для гостя. Важливо використовувати зрозумілу мову і уникати складних термінів, щоб гість міг легко зрозуміти інформацію.

4. Подяка і прощання. Останній крок - це подяка гостю за його відвідування та прощання. Касир повинен висловити вдячність за вибір KFC та побажати гостю приємного дня або продовження гарного настрою [11].

Ці чотири кроки сприяють створенню приємного спілкування з гостем, враження про якість обслуговування та позитивного досвіду від відвідування KFC.

Трикутник продажів - це важлива концепція, яка використовується в закладі швидкого обслуговування KFC для забезпечення успішного та ефективного процесу продажу. Цей трикутник включає три основні елементи(рис 2.1), які взаємодіють між собою і впливають на результати продажів (рис.2.2).



Рис. 2.1. - Трикутник продажів

Гість замовляє ніжки, в трикутнику - це основне блюдо. До нього ми зробимо уточнення: Соус сирний до ніжок?

Щоб перейти до наступної вершини, якщо Гість сам не замовив гарнір, то ми робимо конкретну пропозицію страви: Стандартну картоплю на гарнір?

І тут ми знову робимо уточнення: Соус теріякі?

Наступна вершина - напій: Пепсі?

Запропонувавши напій, у нас є ще одна можливість зробити додаткову пропозицію. Це може бути сироп в напій або десерт.

Рис. 2.2 - Результати продажів

Стандарти швидкості є важливою частиною ділової культури і процесу обслуговування в закладі швидкого обслуговування KFC. Компанія покладає великий акцент на ефективність та оперативність обслуговування, щоб забезпечити задоволення своїх клієнтів.

У KFC встановлені конкретні стандарти швидкості, які дотримуються у всіх ресторанах мережі (рис.2.3). Ці стандарти включають:

1. Час обробки замовлення. KFC визначає максимальний час, який повинен бути витрачений на обробку замовлення клієнта. Це означає, що персонал повинен бути швидким та ефективним у прийнятті та готуванні замовлення, щоб мінімізувати час очікування клієнтів.

2. Час обслуговування. KFC встановлює стандартний час, який має бути витрачений на обслуговування кожного клієнта. Це включає час, який клієнт проводить у черзі, час прийняття замовлення, час приготування та видачі їжі. Мета полягає в тому, щоб забезпечити швидку обробку замовлень та мінімізувати час очікування.

3. Обслуговування за розкладом. KFC дотримується встановленого розкладу роботи, щоб забезпечити доступність обслуговування для клієнтів протягом робочого часу. Ресторани KFC працюють з певними годинами роботи, і це дозволяє клієнтам звертатися за обслуговуванням у встановлені години.

4. Стандарти якості. Крім швидкості, KFC також покладає великий акцент на якість продуктів та обслуговування. Забезпечення високої якості є одним із стандартів компанії, і всі працівники KFC зобов'язані дотримуватись цих стандартів [22].

Дотримання стандартів швидкості дозволяє KFC забезпечувати ефективно та оперативно обслуговування клієнтів, зменшувати час очікування та підвищувати загальне задоволення гостей. Компанія постійно працює над вдосконаленням своїх процесів, щоб забезпечити виконання стандартів швидкості і забезпечити високу якість обслуговування.

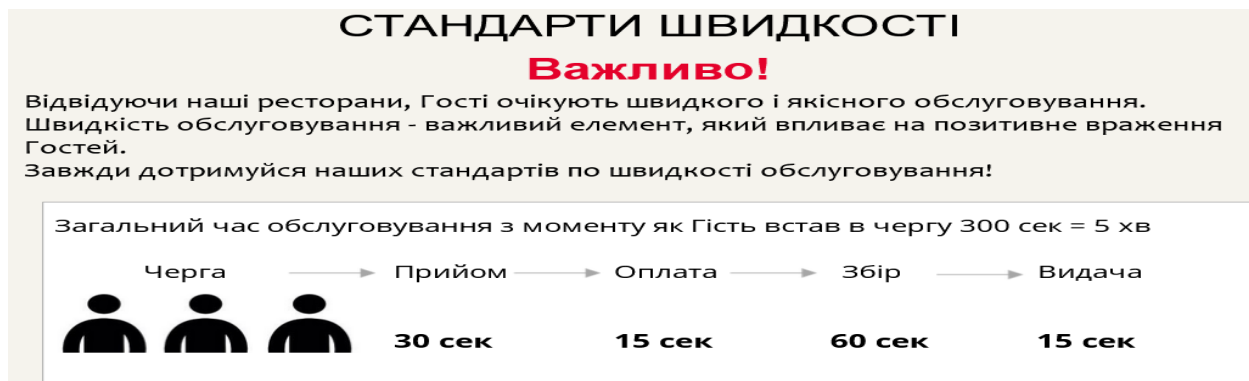


Рис. 2.3 - Стандарти швидкості

Варто сказати про сервірування столу.

Перед початком сервірування столу у закладі KFC, необхідно підготувати всі необхідні кондimenti. Це можуть бути серветки, столові прибори (ложка, виделка), солодкий і гострий соуси, мариновані огірки та інші додатки. Кондimenti розкладаються на окрему тарілку або в спеціальній контейнері, забезпечуючи зручний доступ для гостей.

Після підготовки напоїв, таких як кока-кола, соки або вода, необхідно розмістити їх на відведеному для цього місці. Це може бути спеціальний стілець або лічильник, де гості можуть самостійно налити собі напій за потребою [18].

У закладі KFC часто пропонують різноманітні види салатів, такі як капустаний салат або салат зі свіжих овочів. Салат розкладається на окрему тарілку або у контейнер, забезпечуючи його свіжість та привабливий вигляд.

Гарячі страви, такі як курячі крильця, стріпси або бургери, після приготування мають бути правильно упаковані для подачі. Це може бути паперовий пакет або картонна коробка з логотипом KFC. Після упакування гарячі страви розміщуються на тарілці або в спеціальному подносі для подачі.

У закладі KFC також пропонуються різноманітні десерти, наприклад, морозиво або пиріжки. Десерт розміщується на окремій тарілці або у контейнері, забезпечуючи його привабливий вигляд і легкий доступ для гостей

Якщо гість замовив напій, такий як кава, чай або газований напій, його можна розмістити на спеціальній талі або упакувати в паперовий стаканчик для зручного перенесення [6].

Картопля фрі або інші супутні страви зазвичай розміщуються на таці або окремій тарілці. При цьому, логотипи KFC мають бути звернені до гостя, щоб створити привабливий вигляд страви.

Кожен із цих кроків є важливим для забезпечення якісного обслуговування та задоволення гостей у закладі KFC. Виконання цих стандартів допомагає створити приємну атмосферу та забезпечити, що кожен гість отримує своє замовлення швидко і якісно.

Під час збирання замовлення, гарячі та холодні страви та напої розташовуються у різних частинах підносу. Це допомагає зберегти гарячі страви гарячими, а холодні - холодними. При упаковці замовлення "на винос", гарячі та холодні страви упаковуються в окремі пакети.

Напій ставиться на тацю під праву руку гостя, щоб йому було зручніше взяти тацю та донести напій до столика.

Кондименти розташовуються в кутку підносу ближче до гостя, під його праву руку, для зручності гостя [42].

Усі страви та напої, такі як курка в коробках або сандвічі, розміщуються на підносі з логотипом до гостя, щоб гість міг прочитати інформацію, представлену на упаковках.

Якщо замовлення невелике, воно розташовується на підносі так, щоб зберігалася рівновага. У випадку дуже великого замовлення, можна розмістити його на кількох тацях. Важливо, щоб усе на таці було розміщено правильно і акуратно, уникати падіння страв та напоїв.

Тацю з замовленням слід подати гостю таким чином, щоб йому було зручно взяти. Дотримання цього правила забезпечує комфорт та зручність гостя під час перенесення замовлення до столика [44].

Обслуговування в закладі швидкого обслуговування KFC має важливе значення для задоволення гостей і створення позитивного враження про бренд. За допомогою ретельно розроблених стандартів та процедур, KFC забезпечує швидке та якісне обслуговування своїх клієнтів.

Протягом процесу обслуговування, співробітники KFC дотримуються встановлених правил, виконують свої обов'язки відповідно до стандартів компанії. Вони підходять до гостей з увагою, ввічливістю та професіоналізмом, намагаються задовольнити їх потреби та забезпечити приємний досвід від відвідування KFC.

Команда KFC також приділяє особливу увагу деталям, таким як правильне розташування страв та напоїв на підносі, орієнтація логотипів до гостя, зручна подача таці. Ці маленькі, але важливі деталі сприяють зручності і комфорту гостей під час обслуговування.

Всі ці фактори разом роблять обслуговування в KFC високоякісним і задовольняють очікування гостей. Інтеграція професійних навичок співробітників, стандартів якості та уважного ставлення до деталей сприяє створенню позитивного образу KFC як закладу, який надає якісне та швидке обслуговування своїм гостям [30].

Таким чином, KFC виявляє високу працездатність та відданість у забезпеченні якісного обслуговування, що допомагає підтримувати свою позицію як одну з провідних мереж закладів швидкого харчування у світі.

2.4 Аналіз ефективності використання технологій у закладі швидкого обслуговування KFC

Аналіз ефективності використання технологій у закладі швидкого обслуговування є важливою складовою стратегії розвитку та оптимізації бізнесу. Завдяки постійному розвитку і впровадженню нових технологій, заклади швидкого обслуговування, такі як KFC, мають можливість прискорити обробку замовлень, покращити якість обслуговування та підвищити задоволення клієнтів.

Однією з ключових складових аналізу ефективності є оцінка впливу автоматизації процесів на роботу закладу швидкого обслуговування. Використання технологій, таких як автоматизовані каси, самообслуговування та

електронні системи замовлення та оплати, можуть сприяти прискоренню обробки замовлень і зменшенню очікування для клієнтів. Також важливо проаналізувати вплив інтеграції з системами управління, які охоплюють управління запасами, персоналом та замовленнями. Це може допомогти оптимізувати процеси у закладі швидкого обслуговування та зменшити витрати.

Крім того, поліпшення клієнтського досвіду є невід'ємною частиною аналізу ефективності. Впровадження програм лояльності, мобільних додатків для замовлення та оплати, а також використання електронних пристроїв для виклику обслуговуючого персоналу можуть покращити задоволення клієнтів, збільшити повторні візити та покращити комунікацію з ними [29].

Нарешті, аналіз даних про використання технологій надає цінну інформацію про ефективність та результативність впроваджених рішень. Аналіз продажів, трендів замовлень, продуктивності персоналу та використання ресурсів дозволяє виявити слабкі місця та можливості для поліпшення.

Розглянемо ефективність використання технологій у закладі швидкого обслуговування KFC в місті Вишневе. Детально проаналізуємо кожен згаданий технологію та її вплив на процеси, клієнтський досвід та результативність закладу.

KFC використовує різні технології для автоматизації процесів і поліпшення обслуговування клієнтів. Нижче розглянемо кілька прикладів технологій, що застосовуються у KFC у місті Вишневе.

KFC використовує автоматизовані каси, які дозволяють клієнтам самостійно оформляти замовлення. На цих касах розміщені екрани зі списком доступних продуктів та меню. Клієнти можуть вибрати потрібні їжу та напої, додати додаткові складники або замінити їх. Після оформлення замовлення клієнт може оплатити його безпосередньо на автоматизованій касі. Це сприяє прискоренню процесу замовлення, зменшенню очікування та робить процес більш зручним для клієнтів [37].

KFC може також мати самообслуговувальні станції, де клієнти можуть самостійно скласти своє замовлення. Ці станції включають екрани, де клієнти можуть вибрати свої улюблені продукти, вибрати додаткові опції та специфікації. Після оформлення замовлення клієнт може оплатити його та отримати квиток або код, який потрібно пред'явити для отримання замовлення. Це дозволяє клієнтам самостійно керувати процесом замовлення та забрати його без очікування в черзі.

KFC може мати мобільний додаток або онлайн-платформу, де клієнти можуть замовити їжу перед приходом у ресторан. Це дозволяє клієнтам попередньо вибрати продукти, замовити їх та визначити час, коли вони хочуть отримати замовлення. Клієнти можуть також здійснити оплату електронною платіжною системою через додаток або онлайн. При приході до ресторану клієнти можуть просто забрати своє замовлення без додаткової очікування. Це забезпечує зручність та ефективність обслуговування для клієнтів [36].

Аналіз ефективності використання цих технологій може включати оцінку таких показників:

- Час обслуговування. Вимірювання часу, який клієнти проводять на оформлення замовлення та отримання продуктів. Порівняння часу, коли використовуються технології самообслуговування або автоматизовані каси, з традиційними касовими точками.
- Точність замовлень. Оцінка точності замовлень, отриманих за допомогою технологій самообслуговування або автоматизованих кас. Виявлення кількості помилкових замовлень та порівняння з традиційними методами.
- Задоволення клієнтів. Збір фідбеку від клієнтів щодо використання технологій і їх впливу на задоволення. Оцінка вподобань клієнтів, їхньої спроможності орієнтуватися у системі та загальної задоволеності обслуговування [12].

Важливо пам'ятати, що реальна ефективність технологій буде залежати від конкретних умов та робочих процесів в кожному ресторані KFC у Вишневе.

Інтеграція з системами управління є важливою частиною ефективного функціонування закладу швидкого обслуговування, такого як KFC. Давайте розглянемо кожен пункт інтеграції з системами управління та їх вплив на оптимізацію процесів:

- Інтеграція з системами управління запасами дозволяє автоматизувати процеси замовлення і контролю за запасами продуктів. KFC може мати систему, яка відстежує рівень запасів продуктів у реальному часі, враховуючи замовлення, поставки та споживання. Аналіз ефективності управління запасами може включати оцінку точності прогнозування, зменшення витрат на надмірні запаси та забезпечення наявності продуктів для задоволення попиту.
- Інтеграція з системами управління персоналом допомагає ефективно керувати графіками роботи, оплатою праці та навчанням персоналу. KFC може мати систему, яка автоматизує процеси планування робочого графіка, реєстрації робочого часу та обробки заробітної плати. Аналіз ефективності управління персоналом може включати оцінку зменшення часу адміністративних процедур, зниження витрат на робочу силу та покращення задоволеності персоналу.
- Інтеграція з системами управління замовленнями дозволяє оптимізувати процеси прийому та обробки замовлень. KFC може мати систему, яка автоматично передає замовлення з кас або інших джерел до кухні для приготування та виконання замовлення. Аналіз ефективності управління замовленнями може включати оцінку скорочення часу обробки замовлень, зменшення помилок та поліпшення задоволення клієнтів.

В цілому, інтеграція з системами управління сприяє оптимізації процесів у закладі швидкого обслуговування. Аналіз ефективності цих систем допомагає виявити потенційні покращення, зменшити витрати та підвищити задоволення клієнтів. Конкретні аспекти та результати аналізу будуть залежати від впроваджених технологій та контексту роботи KFC у Вишневе [11].

Заклади швидкого обслуговування, такі як KFC, можуть використовувати програми лояльності для залучення і утримання клієнтів. Це можуть бути програми на основі карток або мобільних додатків, які надають клієнтам переваги, знижки, бонуси або безкоштовні призи за їх вірність та регулярні візити. Аналіз ефективності включатиме оцінку активності клієнтів у програмі, зростання продажів, збільшення кількості повторних відвідувань та залучення нових клієнтів.

Розробка мобільних додатків для замовлення та оплати стала популярним рішенням для поліпшення клієнтського досвіду. Це дозволяє клієнтам зручно замовляти їжу зі своїх смартфонів, обирати пункт самовивозу або доставку, переглядати меню та акції, а також оплачувати замовлення онлайн. Аналіз ефективності включатиме оцінку зростання обсягів замовлень, часу, витраченого клієнтами на оформлення замовлення, зниження помилок та задоволення клієнтів [37].

У деяких закладах швидкого обслуговування, клієнти можуть використовувати електронні пристрої, такі як кнопки або панелі, для виклику обслуговуючого персоналу. Це дозволяє клієнтам зручно і швидко звернутися до персоналу, коли вони потребують допомоги, запитують додаткову інформацію або бажають зробити замовлення, яке необхідно оформити особисто. Аналіз ефективності включатиме оцінку часу відгуку персоналу на виклики, задоволення клієнтів, які звернулися за допомогою, та зменшення часу очікування.

Одним з ключових аспектів аналізу ефективності є оцінка задоволення клієнтів. Це може включати проведення анкетування або опитування клієнтів щодо їхнього досвіду в закладі швидкого обслуговування, включаючи якість обслуговування, швидкість отримання їжі, якість страв, атмосферу та інші фактори. Аналіз результатів допоможе виявити потреби та проблеми клієнтів, а також знайти способи їх вирішення для поліпшення загального клієнтського досвіду.

Важливим показником ефективності технологій є збільшення кількості повторних візитів клієнтів. Використання зручних технологій, таких як програми лояльності та мобільні додатки, може спонукати клієнтів повертатися знову і знову до закладу швидкого обслуговування. Аналіз ефективності включатиме оцінку зростання кількості повторних відвідувань, відсотка повторних клієнтів та їх залученості до програм лояльності [43].

Технології також можуть використовуватися для покращення комунікації з клієнтами. Наприклад, електронні системи надсилають клієнтам повідомлення про акції, спеціальні пропозиції та новини. Крім того, соціальні медіа та онлайн-платформи дозволяють клієнтам залишати відгуки, коментарі та задавати питання, що сприяє активній взаємодії між закладом та клієнтами. Аналіз ефективності включатиме оцінку активності клієнтів в комунікації, якість відповідей та загальне задоволення клієнтів з комунікації з закладом швидкого обслуговування.

В першу чергу, важливо збирати дані про використання технологій в закладі швидкого обслуговування KFC. Це може включати дані про продажі, замовлення, використання автоматизованих систем, програм лояльності та інші аспекти, пов'язані з використанням технологій.

Аналіз продажів дозволяє визначити, які продукти або послуги найбільш популярні серед клієнтів. Це може включати оцінку рівня продажів різних страв, їх популярності в різний час дня або дні тижня, а також виявлення трендів і змін у споживчому попиті [44].

Аналіз трендів замовлень дозволяє виявити зміни в уподобаннях та звичках клієнтів. Це може включати виявлення популярних комбінацій замовлень, зростання або зменшення популярності певних страв, а також зміни в замовленнях під час акцій або спеціальних подій.

Аналіз продуктивності персоналу дозволяє оцінити ефективність роботи працівників. Це може включати вимірювання часу обслуговування клієнтів,

швидкості підготовки замовлень, кількості помилок або повернень, а також загальної продуктивності працівників.

Аналіз використання ресурсів, таких як інгредієнти, сировина, енергія та інші матеріали, може допомогти виявити ефективність їх використання. Це може включати оцінку рівня відходів, витрат на інгредієнти, енергоефективності технологічного обладнання та інших аспектів, пов'язаних з використанням ресурсів.

Аналіз даних дозволяє виявити слабкі місця в процесах та можливості для поліпшення. Наприклад, можна ідентифікувати проблемні етапи в обробці замовлень або помилки в системі оплати, що потребують удосконалення. Також можна виявити нові потреби та пріоритети клієнтів, що відкривають можливості для впровадження нових технологій та покращень [46].

Аналіз даних в цих напрямках дозволяє отримати інформацію про ефективність та результативність використання технологій у закладі швидкого обслуговування KFC. Він допомагає приймати обґрунтовані рішення для поліпшення процесів, збільшення задоволення клієнтів та оптимізації витрат.

Аналіз ефективності використання технологій у закладі швидкого обслуговування KFC дозволяє зробити важливі висновки про вплив технологій на роботу закладу та задоволення клієнтів. Застосування автоматизованих кас, самообслуговування та електронних систем замовлення та оплати сприяє покращенню швидкості обробки замовлень та зменшенню часу очікування для клієнтів. Інтеграція з системами управління, такими як управління запасами, персоналом та замовленнями, допомагає оптимізувати процеси та знижувати витрати.

Поліпшення клієнтського досвіду є однією з ключових переваг використання технологій. Впровадження програм лояльності, мобільних додатків для замовлення та оплати, а також використання електронних пристроїв для виклику обслуговуючого персоналу забезпечують зручність та задоволення

клієнтів, що призводить до збільшення повторних візитів та покращення комунікації з ними [32].

Аналіз даних про використання технологій надає цінну інформацію про ефективність впроваджених рішень. Враховуючи дані про продажі, тренди замовлень, продуктивність персоналу та використання ресурсів, можна ідентифікувати слабкі місця та можливості для подальшого поліпшення.

Для дослідження ставлення клієнтів до KFC Cherry, варто проаналізувати відгуки споживачів.

Для аналізу ставлення клієнтів до KFC Cherry було проаналізовано 107 відгуків. Результати аналізу позитивних і негативних відгуків можна представити у вигляді діаграми, що відображає співвідношення цих двох типів відгуків.

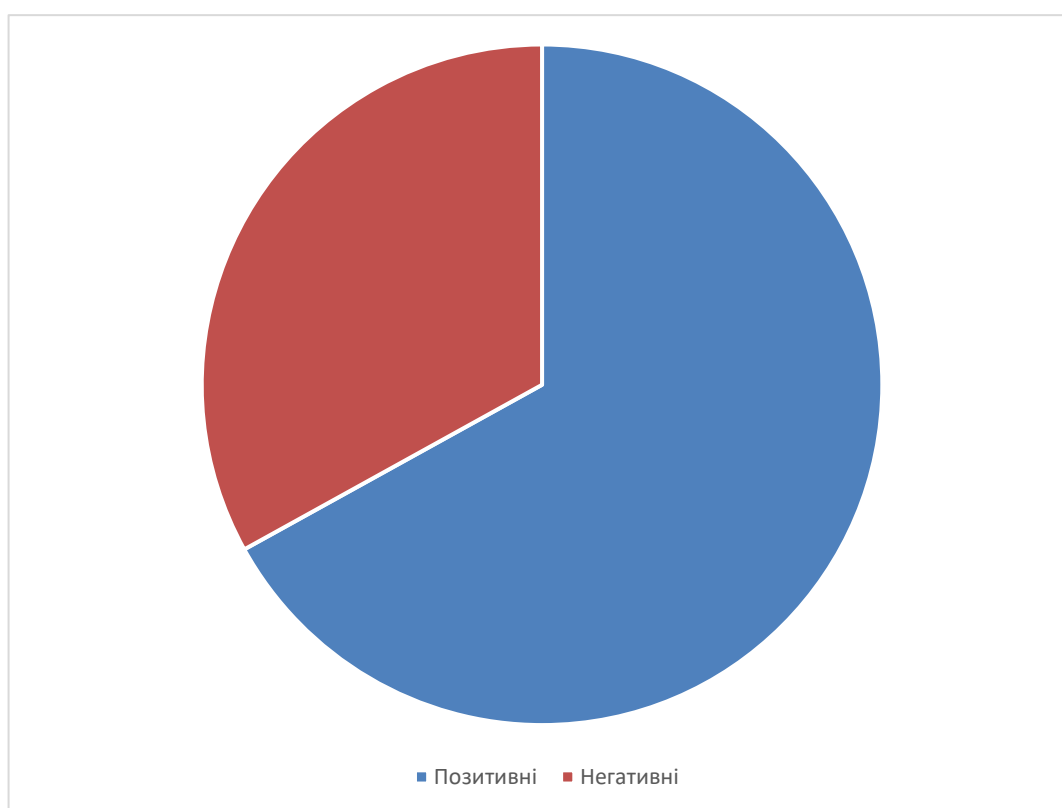


Рис. 2.1 - Співвідношення позитивних і негативних відгуків про KFC Cherry

На діаграмі можна побачити, що з 107 відгуків, позитивних відгуків було, наприклад, 75, а негативних - 32.

За результатами аналізу можна припустити, що KFC Cherry загалом має добре ставлення серед клієнтів, оскільки кількість позитивних відгуків переважає кількість негативних. Причинами цього можуть бути якісна продукція, задовільне обслуговування, атмосфера ресторану або інші фактори, які задовольняють потреби клієнтів.

Проте, для більш детального розуміння ставлення клієнтів до KFC Cherry, необхідно аналізувати додаткові аспекти відгуків, такі як конкретні коментарі та їх зміст. Це допоможе отримати більш повний уявлення про причини задоволення або незадоволення клієнтів та виявити можливі області для поліпшення[49].

Після аналізу негативних відгуків клієнтів, отримані результати можна представити у вигляді діаграми, яка відображає об'єкти, щодо яких були висловлені негативні коментарі. Наприклад:

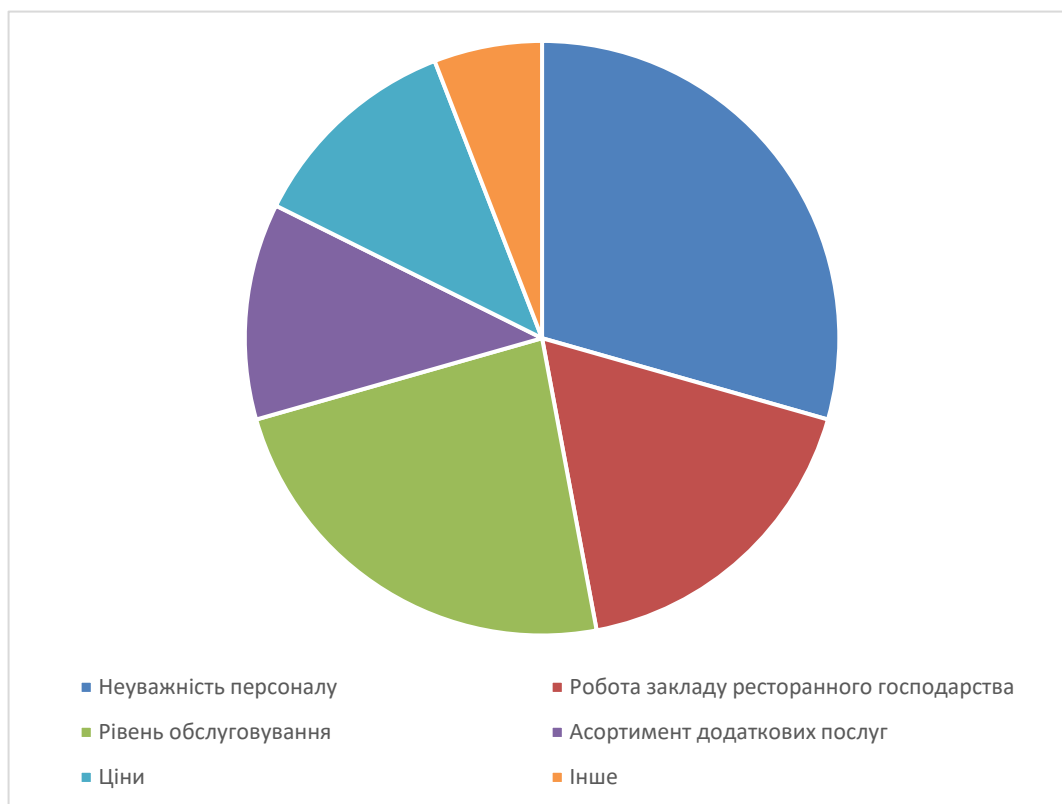


Рис. 2.2 - Об'єкти негативних відгуків клієнтів про KFC Cherry

Діаграма показує основні категорії, за якими клієнти висловлювали негативні коментарі щодо KFC Cherry. Важливо деталізувати кожну категорію, зазначаючи конкретні проблеми, які були згадані клієнтами:

1. Неуважність персоналу. Клієнти вказували на ситуації, коли персонал був недбалим, непрофесійним або неуважним до їхніх потреб. 10 людей (31.25%)

2. Робота закладу ресторанного господарства. Клієнти згадували питання, пов'язані зі станом інфраструктури, чистотою ресторану, комфортом приміщення тощо. 6 людей (18.75%)

3. Рівень обслуговування. Деякі клієнти відзначали поганий рівень обслуговування, довгий час очікування або неефективну комунікацію зі стороною персоналу. 8 людей (25%)

4. Асортимент додаткових послуг. Деякі клієнти висловлювали незадоволення обмеженим вибором або якістю додаткових послуг, таких як доставка, пакування, програми лояльності тощо. 4 людини (12.5%)

5. Ціни. Деякі клієнти коментували, що вони вважають ціни в KFC Cherry занадто високими в порівнянні з якістю продукції та обслуговуванням. 4 людини (12.5%)

6. Інше. Категорія "інше" включає коментарі, які не вписуються у жодну з вищезазначених категорій. Тут можуть бути згадані питання, які були унікальними для певних клієнтів або не були широко поширеними. 2 людини (6.25%) [49].

Розподіл позитивних відгуків є таким:

1. Смак. Ця категорія має значну кількість відгуків, оскільки багато людей залишають позитивні коментарі про смак страв у KFC Cherry. Вона складає значну частку від загальної кількості відгуків, можливо більше половини.

2. Різноманітність меню. Ця категорія також може мати вагому кількість відгуків, оскільки KFC Cherry пропонує широкий вибір страв.

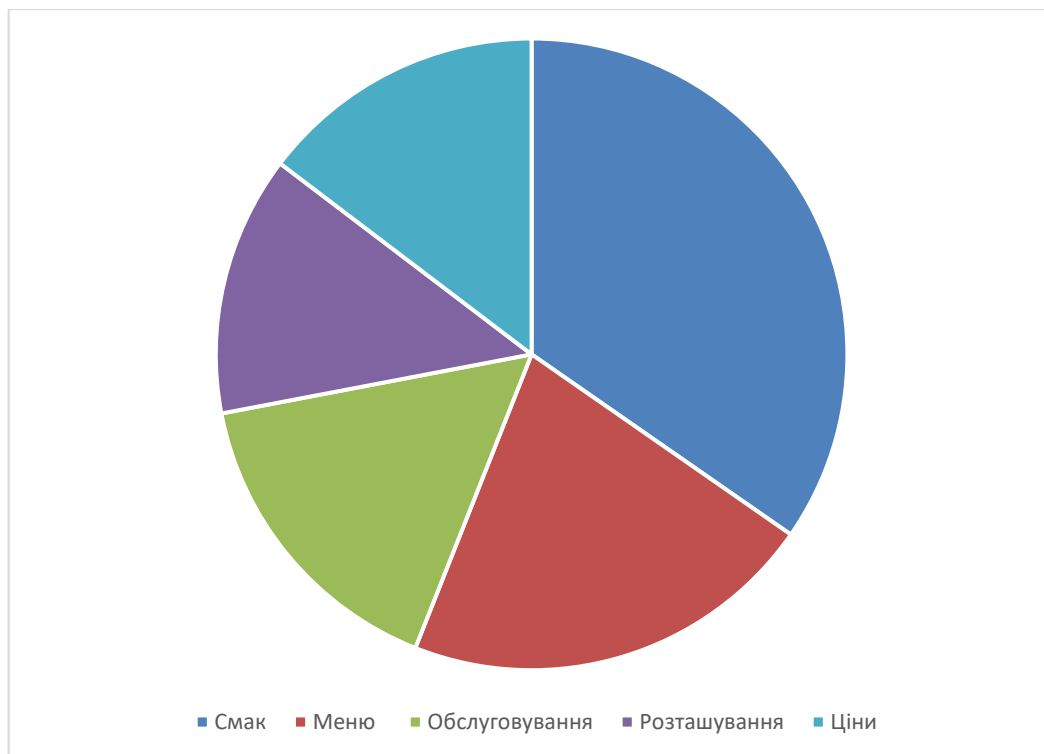


Рис. 2.3 - Позитивні відгуки

3. Швидке обслуговування: Хоча швидкість обслуговування також позитивно оцінюється, вона може мати меншу кількість відгуків порівняно з попередніми двома категоріями. Однак, все ж можна очікувати, що ця категорія становитиме значну частку загальних відгуків.

4. Зручність розташування. Ця категорія може мати помірну кількість відгуків, оскільки зручність розташування може бути важливою для деяких клієнтів, але не є основним фактором оцінки KFC Cherry.

5. Доступна цінова політика. Подібно до попередньої категорії, ця може мати помірну кількість відгуків. Хоча доступна цінова політика є привабливою, не всі відгуки можуть спеціально коментувати її.

Засновуючись на наданих даних про кількість людей, які згадують кожен категорію у своїх відгуках, ми можемо проаналізувати кожен категорію окремо:

1. Смак. За вказаними даними, 26 людей з 75 (приблизно 34,7%) відзначили смачний смак страв у KFC Cherry. Це може вказувати на те, що багато клієнтів задоволені смаком їжі.

2. Різноманітність меню. Згідно з наданими даними, 16 людей з 75 (приблизно 21,3%) зазначили різноманітність меню як позитивний аспект. Це підтверджує, що деякі клієнти цінують великий вибір страв.

3. Швидке обслуговування. За наданими даними, 12 людей з 75 (приблизно 16%) відмітили швидке обслуговування як позитивний фактор. Це свідчить про те, що деяким клієнтам важливо, щоб їх замовлення були оброблені швидко та ефективно.

4. Зручність розташування. За наданими даними, 10 людей з 75 (приблизно 13,3%) зазначили зручне розташування ресторану як позитивний аспект. Це може вказувати на те, що деяким клієнтам важливо, щоб ресторан був легко доступним і зручно розташованим.

5. Доступна цінова політика. За наданими даними, 11 людей з 75 (приблизно 14,7%) згадали доступну цінову політику як позитивний аспект. Це свідчить про те, що деяким клієнтам подобається, що ціни в KFC Cherry вважаються помірними і доступними.

Враховуючи ці дані, можна зробити висновок, що найбільш популярними аспектами KFC Cherry серед наданих відгуків є "Смачний смак" та "Різноманітність меню". Швидке обслуговування, зручне розташування і доступна цінова політика також отримали позитивні відгуки, але у меншій кількості.

На підставі проведеного аналізу можна зробити висновок, що використання технологій у закладі швидкого обслуговування KFC в місті Вишневе має позитивний вплив на швидкість обслуговування, якість послуг та задоволення клієнтів. Інтеграція з системами управління, поліпшення клієнтського досвіду та аналіз даних стають важливими факторами для досягнення успіху та конкурентоспроможності у сфері швидкого обслуговування [22].

Рекомендації на основі результатів аналізу включають подальше вдосконалення технологічних рішень, удосконалення систем управління та забезпечення стабільного зростання клієнтської бази.

Крім того, необхідно продовжувати моніторинг та аналіз даних для постійного оновлення стратегій та поліпшення процесів у закладі швидкого обслуговування KFC.

РОЗДІЛ 3

ПРАКТИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО УПРАВЛІННЯ ОСНОВНИМИ ПОСЛУГАМИ В МЕРЕЖІ ЗАКЛАДІВ ШВИДКОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ

3.1 Удосконалення процесу приготування страв у закладі швидкого обслуговування KFC

Удосконалення процесу приготування страв у закладі швидкого обслуговування KFC включає різні аспекти.

Схема процесу приготування страв у закладі швидкого обслуговування KFC, зокрема в м. Вишневе, може бути удосконалена наступними питаннями:

1. Оптимізація поставки інгредієнтів.
2. Оптимізація процесу обсмаження або готування страв.
3. Подача та упакування страв [21].

Для удосконалення процесу приготування страв на основі KFC м. Вишневе, рекомендується провести детальний аналіз кожного кроку, впровадити нові технології та автоматизацію, якщо це можливо, і забезпечити тренування персоналу для роботи з новими процедурами та обладнанням.

На рис 3.1. представлено забезпечення закладу свіжими інгредієнтами.

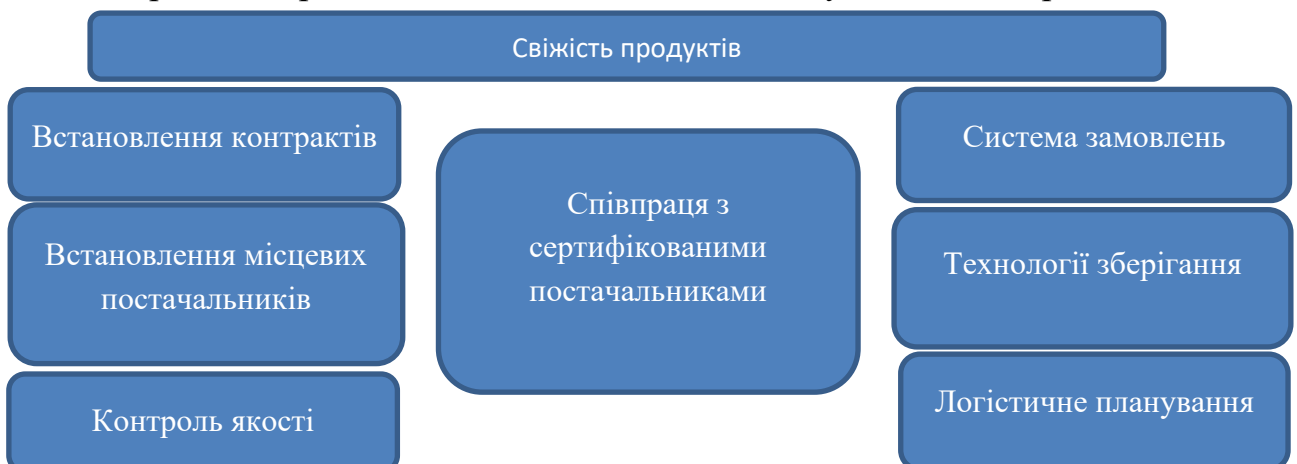


Рис. 3.1 - Забезпечення свіжості продукції у KFC в м. Вишневе.

Впровадження цих заходів допоможе забезпечити постачання свіжих інгредієнтів у закладі швидкого обслуговування KFC та зберегти високу якість страв.

Можлива установка прямих поставок з фермерських господарств або локальних постачальників для забезпечення свіжих інгредієнтів у закладі швидкого обслуговування, такого як KFC. Прямі поставки з фермерських господарств та локальних постачальників мають деякі переваги:

1. Постачання продуктів безпосередньо від фермерів або локальних постачальників дозволяє отримувати свіжі продукти безпосередньо з ферми або виробника. Це може позитивно позначитись на якості та смакових якостях інгредієнтів.
2. Встановлення прямих поставок з фермерських господарств або локальних постачальників сприяє підтримці місцевої економіки та сприяє розвитку місцевих сільськогосподарських господарств та підприємств.
3. Установка прямих поставок дозволяє уникнути додаткових посередників у ланцюзі постачання, що може знизити вартість інгредієнтів та забезпечити кращий контроль якості [14].

Однак, при встановленні прямих поставок з фермерських господарств або локальних постачальників, є деякі фактори, які слід враховувати:

1. Важливо визначити, чи зможуть фермерські господарства або локальні постачальники задовольнити потреби закладу великого обсягу поставок. Перед встановленням прямих поставок варто обговорити потенційні обсяги поставок з потенційними постачальниками.
2. Забезпечення високої якості інгредієнтів від фермерських господарств або локальних постачальників вимагає встановлення якісних стандартів і контролю якості. Важливо узгодити ці стандарти з постачальниками та регулярно перевіряти якість поставок.

3. Установка прямих поставок може вимагати певного рівня організації та логістики для координації замовлень, доставки та зберігання інгредієнтів. Варто враховувати цей аспект та розробити ефективну систему логістики.

Установка прямих поставок з фермерських господарств або локальних постачальників може бути важливим кроком у забезпеченні якості та свіжості інгредієнтів у закладі швидкого обслуговування KFC [15].

Окремо варто відзначити процес підготовки сировини (рис.3.2).



Рис. 3.2 - Процес підготовки сировини

Встановіть чіткі стандарти та процедури для підготовки сировини. Це включає стандартні рецепти, час маринування, техніки нарізки овочів тощо. Стандартизація допоможе забезпечити однакову якість та ефективність процесу.

Забезпечте належне тренування персоналу, щоб вони ефективно та швидко виконували підготовчі процеси. Навчіть їх оптимальним технікам нарізки овочів та ефективним методам маринування.

Постійно аналізуйте та оцінюйте процес підготовки сировини, шукаючи можливості його удосконалення. Впроваджуйте нові технології, методи та

практики, що допоможуть знизити час та зусилля, а також покращити якість та ефективність [11].

Ці підходи можна застосувати для спрощення та прискорення процесу підготовки сировини у закладі швидкого обслуговування KFC, допомагаючи забезпечити швидку обробку та високу якість страв.

Автоматизовані системи подачі та упаковки. Ці системи включають автоматичні конвейєри та машини для подачі готових страв та їх упаковки. Вони допомагають знизити час і зусилля, витрачені на ручну підготовку та упакування страв [23].

Використання автоматизованих пристроїв дозволяє покращити швидкість та ефективність процесу обробки сировини в закладі швидкого обслуговування KFC, забезпечуючи постійну якість та зменшення людського фактору. Важливо збалансувати автоматизацію з потребами закладу та забезпечити належне навчання персоналу для роботи з автоматизованими пристроями.

Використання спеціалізованого обладнання для автоматичного нанесення смакових добавок є можливим і може значно спростити процес приготування страв у закладі швидкого обслуговування, такому як KFC.

Сучасні технології дозволяють використовувати автоматизовані системи нанесення смакових добавок на продукти. Ці системи можуть бути програмовані для точного дозування та розподілу добавок на поверхню продуктів. Деякі з цих систем можуть працювати на основі ваги або оптичних датчиків, що дозволяє точно контролювати кількість і розподіл добавок [10].

Переваги використання спеціалізованого обладнання для автоматичного нанесення смакових добавок включають (рис.3.3).

Обладнання може забезпечити точне дозування смакових добавок, що дозволяє досягти постійної якості та смаку страв. Автоматичне нанесення допомагає скоротити час, витрачений на ручне нанесення добавок, та забезпечує швидкий та однорідний процес. Зменшення втрат і витрат на смакові добавки, оскільки точне дозування дозволяє економити матеріали. Автоматична система

дозволяє уникнути контакту персоналу з добавками, забезпечуючи високі стандарти гігієни та безпеки продуктів.

Застосування спеціалізованого обладнання для автоматичного нанесення смакових добавок може покращити ефективність та якість процесу приготування страв у закладі швидкого обслуговування, такому як KFC.

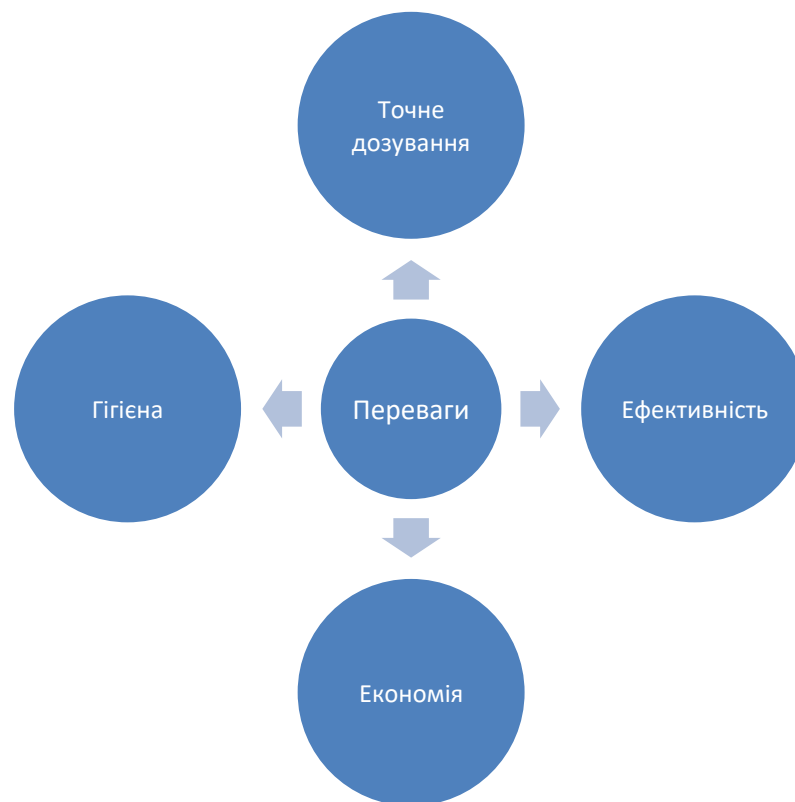


Рис. 3.3 - Переваги автоматизованого обладнання

В сучасних закладах швидкого обслуговування, включаючи KFC, можна використовувати спеціалізоване обладнання для автоматичного нанесення смакових добавок. Це обладнання допомагає спростити та прискорити процес нанесення добавок на страви, забезпечуючи постійну якість та точність.

Спеціалізоване обладнання для автоматичного нанесення смакових добавок може мати різні форми та функціональні можливості. Деякі пристрої можуть мати систему дозування та розподілу добавок за заданими параметрами, що дозволяє досягти однорідного нанесення на кожен страву. Інші можуть мати

програмовані налаштування для контролю кількості добавок або швидкості нанесення [8].

Переваги використання спеціалізованого обладнання для автоматичного нанесення смакових добавок включають:

1. Точне дозування. Обладнання може забезпечити точне дозування добавок, що дозволяє досягти постійної якості та смаку страв.

2. Ефективність. Автоматичне нанесення допомагає зберегти час та зусилля персоналу, прискорюючи процес приготування страв.

3. Однорідність. Обладнання забезпечує рівномірне розподілення добавок на поверхні страв, забезпечуючи однаковий смак у кожному приготовленому блюді.

4. Економія. Застосування автоматичного обладнання дозволяє ефективно використовувати добавки, уникнути втрат та зменшити витрати.

Застосування спеціалізованого обладнання для автоматичного нанесення смакових добавок допомагає покращити ефективність та якість процесу приготування страв у закладі швидкого обслуговування, забезпечуючи однаковий смак та вигляд кожного блюда [14].

Існує кілька способів скорочення часу обсмаження або готування страв без втрати якості. Одним з них є використання нових технологій, таких як повітряне фритюрування.

Повітряне фритюрування є методом готування, який використовує гаряче повітря замість глибокого занурення продуктів у олію. Цей процес дозволяє отримати хрустку зовнішню шару, схожу на результат фритюрування, з меншим використанням олії та скороченням часу готування.

Переваги використання повітряного фритюрування включають:

1. Швидше приготування. Повітряне фритюрування може скоротити час приготування порівняно з традиційним глибоким фритюруванням. Це особливо корисно для закладів швидкого обслуговування, таких як KFC, де швидкість обслуговування грає важливу роль.

2. Зменшення вживання олії. Повітряне фритювання вимагає значно менше кількості олії порівняно з традиційним фритюванням у глибокому жирі. Це дозволяє знизити калорійність страв та зменшити вплив на здоров'я.

3. Збереження текстури та смаку. Повітряне фритювання допомагає зберегти текстуру та смак страви, забезпечуючи хрусткість зовнішнього шару, яка є характерною для фритюваних страв [31].

Однак, важливо зазначити, що впровадження повітряного фритювання вимагає спеціалізованого обладнання, яке може бути витратним. Також, не всі страви підходять для цього методу готування, тому потрібно ретельно підібрати меню та продукти.

Усе враховуючи, використання нових технологій, таких як повітряне фритювання, може допомогти знизити час готування страв без втрати якості, що важливо для оптимізації процесу приготування у закладі швидкого обслуговування, такому як KFC.

В сучасних закладах швидкого обслуговування, включаючи KFC, використовуються автоматизовані системи для швидкої підготовки та упакування замовлень. Ці системи допомагають покращити ефективність та точність процесу подачі страв клієнтам [41].

Автоматизовані системи підготовки та упакування замовлень зазвичай включають наступні компоненти (рис 3.4):



Рис. 3.4 - Автоматизовані системи підготовки

Ці системи використовуються для підготовки страв, наприклад, готування м'яса, фритюрування, підігріву та інших процесів. Вони можуть бути програмовані для виконання певних операцій з високою швидкістю та точністю.

Ці системи використовуються для дозування та упакування страв у зручний для клієнтів формат. Вони можуть автоматично наносити соуси, додавати приправи, складати страви у контейнери або пакети, що спрощує та прискорює процес упакування замовлень.

Ці системи включають POS-термінали, які дозволяють оформляти замовлення, автоматично передавати їх до кухні та відстежувати статус замовлення в режимі реального часу. Вони сприяють швидкій та ефективній організації процесу прийому та обробки замовлень [46].

Для забезпечення швидкої та ефективної організації процесу подачі страв клієнтам важливо врахувати деякі фактори:

1. Проектування оптимальної кухні. Кухня повинна бути організована таким чином, щоб зменшити шляхи руху персоналу та мінімізувати перешкоди.

Розміщення обладнання та матеріалів повинне бути логічним і зручним для операторів.

2. Використання чіткої системи замовлень. Важливо мати ефективну систему прийому замовлень та їх передачі до кухні. На щастя, KFC в м. Вишневе має саме таку систему, що дозволяє якнайшвидше обробляти замовлення.

3. Тренування персоналу. Персонал повинен бути навчений ефективним методам роботи в кухні та з системами підготовки та упакування замовлень. Це допоможе знизити час обробки замовлень та забезпечити швидку подачу страв.

4. Система контролю якості: Важливо мати систему контролю якості, яка перевірятиме якість приготовлених страв, а також швидкість та точність обслуговування [12].

Застосування автоматизованих систем та правильна організація процесу можуть значно прискорити подачу страв клієнтам у закладі швидкого обслуговування, забезпечуючи швидкість, ефективність та якість обслуговування.

За допомогою добре організованої системи постачання та складу, KFC м. Вишневе може забезпечити швидке отримання свіжих інгредієнтів. Наприклад, вони можуть мати прями поставки з фермерських господарств або локальних постачальників, що допомагає знизити час підготовки інгредієнтів.

KFC м. Вишневе використовує оптимальні методи та процедури приготування страв, що дозволяє їм досягати швидкості приготування від 5 до 8 хвилин. Наприклад, використання спеціалізованого обладнання для обсмаження або повітряного фритюрування може спростити та прискорити процес готування [8].

KFC м. Вишневе має ефективну систему прийому та обробки замовлень, що допомагає знизити час обслуговування до 1-2 хвилин. Використання автоматизованих систем обробки замовлень, таких як POS-термінали, сприяє швидкій передачі замовлень до кухні та мінімізує час обробки.

Час очікування на приготування страв у KFC м. Вишневе зазвичай становить 10-15 хвилин. Однак, застосування автоматизованих систем для швидкої підготовки та упакування замовлень може допомогти скоротити цей час, забезпечуючи швидкість та ефективність процесу.

Загалом, KFC м. Вишневе використовує різні стратегії та технології, щоб забезпечити швидкий процес приготування та обслуговування страв без втрати якості. Автоматизація, оптимізація процесів та ефективне управління дозволяють їм забезпечувати задоволення клієнтів швидким та якісним обслуговуванням.

На основі аналізу KFC м. Вишневе можна зробити висновок, що в закладах швидкого обслуговування велика увага приділяється удосконаленню процесу приготування страв. Застосування автоматизованого обладнання та нових технологій допомагає прискорити та спростити процеси підготовки сировини, обсмаження та готування страв, а також підготовки та упакування замовлень [6].

Організація потоку руху персоналу та інгредієнтів на кухні, розміщення обладнання та робочих місць має важливе значення для ефективності процесу приготування. Також важливим елементом є контроль якості, який включає перевірку якості інгредієнтів, методи контролю якості приготованих страв та процедури відстеження відхилень.

Застосування цих підходів допомагає KFC м. Вишневе забезпечувати швидку підготовку та подачу своїх страв без втрати якості. Оптимізація процесів приготування сприяє поліпшенню ефективності та задоволенню потреб клієнтів.

Загалом, KFC м. Вишневе використовує сучасні методи та технології для удосконалення процесу приготування страв, забезпечуючи високу якість продукції та задоволення клієнтів [14].

3.2 Оптимізація системи замовлення та обслуговування в мережі закладів швидкого обслуговування KFC

Оптимізація системи замовлення та обслуговування в мережі закладів швидкого обслуговування, зокрема у KFC м. Вишневе, є важливим аспектом для забезпечення ефективності та задоволення клієнтів.

Наявність апаратів самообслуговування в закладі дозволяє клієнтам самостійно скласти замовлення та провести оплату без прямого залучення персоналу. Це може значно зменшити час обслуговування та дозволить клієнтам більш швидко отримувати свої замовлення.

Вдосконалення апаратів самообслуговування є важливим кроком у поліпшенні системи замовлення та обслуговування в мережі закладів швидкого обслуговування, зокрема в KFC м. Вишневе. Наведені покращення вже є в системі самообслуговування KFC, що є чудовим кроком для забезпечення зручності та швидкості обслуговування клієнтів. Проте, щоб ще більше покращити самообслуговування, можна розглянути наступні аспекти:

1. Розширення функціоналу додатків. Розробка мобільних додатків з додатковими функціями, наприклад, можливість замовлення столика або здійснення замовлення з доставкою на домашню або робочу адресу. Це дозволить клієнтам максимально зручно користуватися послугами KFC та отримувати страви за їх власними потребами.

2. Використання технологій розпізнавання обличчя. Застосування технологій розпізнавання обличчя може допомогти в автоматичному розпізнаванні клієнтів, що дозволить їм швидше та без зайвих кроків здійснити замовлення.

3. Розширення асортименту продуктів. Розгляд можливості розширення асортименту продуктів, включаючи вегетаріанські, веганські або безглютенові варіанти, дозволить задовольнити різноманітні дієтологічні потреби клієнтів та залучити нову аудиторію.

4. Посилення інтерактивності. Використання інтерактивних екранів або гральних елементів у зонах самообслуговування може зробити процес замовлення та очікування цікавим та забезпечити позитивний досвід клієнтів.

5. Розвиток програми лояльності. Розширення програми лояльності, де клієнти можуть накопичувати бонуси, знижки та отримувати персоналізовані пропозиції, сприятиме залученню та збереженню клієнтів [42].

Ці покращення спрямовані на подальше покращення зручності, ефективності та задоволення клієнтів, що в результаті сприятиме збільшенню задоволеності клієнтів та популярності мережі закладів швидкого обслуговування KFC.

Впровадження системи передзамовлень в мережі закладів швидкого обслуговування KFC в місті Вишневе може бути ефективним способом оптимізувати процес замовлення та обслуговування клієнтів. Розробка мобільного додатку або веб-платформи, які будуть доступні для клієнтів, дозволить їм заздалегідь зробити замовлення та вибрати певний час для його отримання [24].

Переваги системи передзамовлень включають:

1. Уникнення черг та зменшення часу очікування. Клієнти зможуть заздалегідь зробити замовлення через додаток або веб-платформу, обрати зручний для них час отримання страви, і вже приходити в заклад у визначений час, минуючи черги. Це значно зменшить час очікування і покращить задоволення клієнтів.

2. Більш точне планування ресурсів. Завдяки передзамовленням, персонал закладу зможе краще планувати свою роботу та розподіляти ресурси, такі як кухонне обладнання та персонал, для оптимальної продуктивності. Це дозволить забезпечити ефективне використання ресурсів та більш швидке обслуговування клієнтів.

3. Збільшення зручності та індивідуалізація. Система передзамовлень дозволить клієнтам зручно замовляти свої улюблені страви заздалегідь і

налаштовувати їх за своїми вподобаннями. Наприклад, вони зможуть вказати спеціальні потреби або додаткові побажання до своїх замовлень, що забезпечить більш індивідуалізований підхід та задоволення клієнтів.

4. Збільшення продажів. Можливість передзамовлення може стимулювати клієнтів зробити більше замовлень, оскільки вони зможуть зручно планувати свої прийоми їжі. Крім того, за допомогою мобільного додатку або веб-платформи можна запропонувати спеціальні промо-акції та персоналізовані пропозиції, що також сприятиме збільшенню продажів [8].

Впровадження системи передзамовлень у мережі KFC м. Вишневе може покращити процес замовлення та обслуговування, забезпечуючи клієнтам більшу зручність, швидкість та індивідуалізацію. Це також сприятиме оптимальному використанню ресурсів та збільшенню продажів.

Запровадження системи зворотного зв'язку в мережі закладів швидкого обслуговування KFC в місті Вишневе є важливим кроком для покращення якості обслуговування та задоволення потреб клієнтів. Ця система дозволить клієнтам залишати свої відгуки, пропозиції та скарги, а також сприятиме встановленню взаємодії між закладом і клієнтами. Основні переваги системи зворотного зв'язку включають:

1. Виявлення проблемних моментів. Клієнти матимуть можливість висловлювати свої проблеми, незадоволення або недоліки, з якими вони зіткнулися під час процесу замовлення та обслуговування. Це допоможе виявити слабкі місця та проблеми в системі та реагувати на них швидко та ефективно.

2. Вдосконалення сервісу. Аналізуючи зворотний зв'язок клієнтів, заклад може зрозуміти їх потреби та очікування. Це дозволить вдосконалити процес замовлення, якість страв, швидкість обслуговування, а також забезпечити більш індивідуалізований підхід до клієнтів.

3. Підвищення задоволення клієнтів. Система зворотного зв'язку дозволяє клієнтам відчувати, що їхні думки та думки важливі для закладу. Враховуючи їхні пропозиції та відгуки, можна покращити якість обслуговування та

задоволення клієнтів, що сприятиме побудові взаємовигідних та довгострокових відносин з клієнтами.

4. Підвищення лояльності клієнтів. Заклад, який активно впроваджує систему зворотного зв'язку, демонструє свою відкритість до співпраці та покращення. Це може позитивно вплинути на лояльність клієнтів, оскільки вони відчують, що їхні голоси почуваються та враховуються [12].

Таким чином, впровадження системи зворотного зв'язку в мережі KFC м. Вишневе є важливим кроком для покращення якості обслуговування та задоволення клієнтів. Це дозволить виявляти проблемні моменти, вдосконалювати сервіс, підвищувати задоволення клієнтів і підвищувати лояльність клієнтів.

Впровадження цих покращень може значно покращити систему замовлення та обслуговування у закладах швидкого обслуговування, зокрема у KFC м. Вишневе. Це допоможе забезпечити більш швидке та зручне обслуговування клієнтів, що призведе до підвищення рівня задоволення та популярності закладу.

У сучасних економічних умовах мета закладів громадського харчування відійшла від простого забезпечення прожитку, а натомість спрямована на більш високу мету – створення комфортного та привабливого середовища, де люди можуть відпочити та поспілкуватися. Ця еволюція зумовлена зосередженістю на наданні високоякісних послуг із досвідченим персоналом і оптимізованим управлінням. Зважаючи на конкурентний характер операційного середовища KFC, необхідно вжити заходів для підвищення конкурентоспроможності та ефективності [11].

У попередньому розділі цього документу було зосереджено увагу на оцінці конкурентного середовища, виявивши потребу KFC покращити свою систему якості обслуговування та культуру, щоб вирішити проблеми невідповідної швидкості та умов обслуговування, а також відсутності надійної підготовки та професійної підготовки. програма розвитку персоналу.

Для вирішення виявлених проблем важливо створити єдину систему управління послугами в KFC. Ця система повинна включати комплексну стратегію підвищення якості обслуговування та покращення культури робочого місця. Ця стратегія має узгоджуватися із загальним підходом KFC, як показано на малюнку 3.5 [32].

Щоб підвищити культуру та якість обслуговування, необхідно встановити конкретні цілі та працювати над розробкою стратегії. Цей процес передбачає проходження трьох окремих етапів.

Щоб розпочати подорож, вкрай важливо застосувати всі заходи стандартизації, які визначають ступінь досконалості. Чітко визначені параметри культури та досконалості, що стосуються обсягу роботи, робочого середовища та рівня кваліфікації персоналу, мають бути практичними та досяжними, щоб служити основою для всіх майбутніх вдосконалень.

Під час другої фази важливо розмежовувати різні сфери роботи, такі як співробітники, які працюють із клієнтами, допоміжний персонал, а також керівництво та послуги кафе. Необхідно провести обов'язкове індивідуальне опитування для збору відгуків гостей про якість та культуру обслуговування. Зона обслуговування, яка охоплює кухню, склад і технічні служби, підлягає контролю якості за допомогою використання спеціалізованих аркушів якості, які відповідають внутрішнім стандартам виробництва.

Третій етап процесу — роздача анкет і листів для підтвердження рівня культури та якості обслуговування. Ця інформація використовується для створення програм професійного навчання персоналу. Колектив кафе повинен зосередити свої зусилля на підвищенні якості та культури обслуговування. Якість слід оцінювати з точки зору клієнта. Крім того, програма інспектування культури та якості обслуговування сприяє кращій комунікації між відділами.

Буде проведено ретельний аналіз заходів, які стосуються виконання запропонованої стратегії [11].

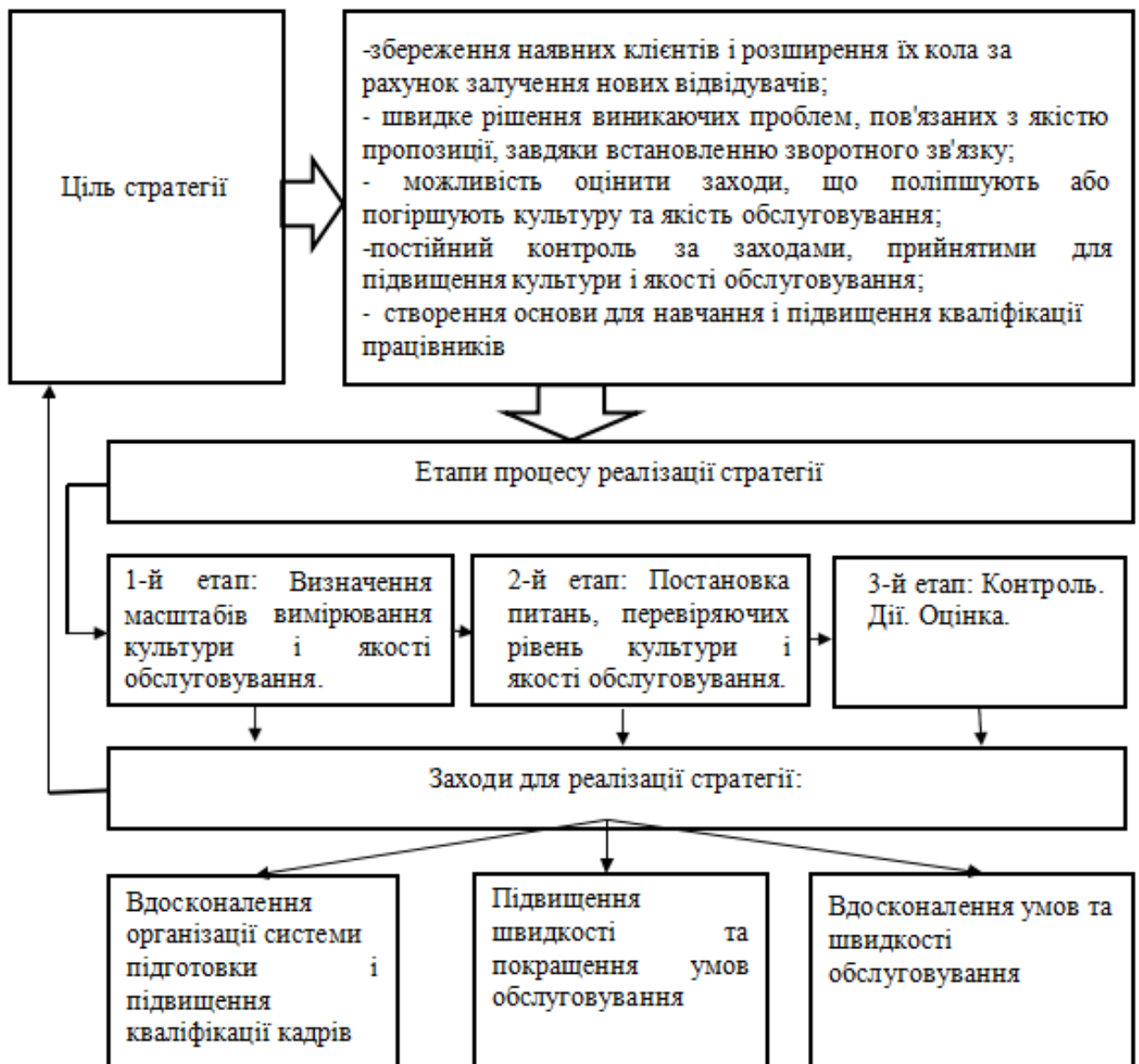


Рис. 3.5 - Стратегія обслуговування

Необхідно створити систему підготовки та підвищення кваліфікації кадрів. Обслуговуючий персонал має пройти спеціальну підготовку або професійний інструктаж, щоб отримати необхідні знання, навички та кваліфікацію для виконання конкретних робочих функцій. Особисті посадові інструкції обслуговуючого персоналу, в яких викладені обов'язки, права та обов'язки, встановлюються керівником КФС. Керівництво підприємства розробляє посадові інструкції для обслуговуючого персоналу на підставі типових вимог, викладених у ДСТУ 4281:2004.

Співробітники KFC повинні постійно вдосконалювати свої знання, навички та досвід через теоретичне навчання та практичну роботу. Відповідно до цього принципу адміністрація кафе повинна щорічно запрошувати викладачів або тренерів для проведення інструктажу, проведення іспитів, присвоєння кваліфікаційних категорій персоналу.

Щоб підвищити якість обслуговування та загальну культуру кафе, працівники повинні відповідати таким критеріям:

- Дотримання внутрішніх положень компанії та посадових інструкцій має вирішальне значення для знання та відповідності.
- Важливо дотримуватись правил особистої гігієни, гігієни робочого місця та гігієнічних вимог.
- Для того, щоб підтримувати безпечне та етичне робоче середовище, важливо мати спільне розуміння протипожежних заходів, правил охорони праці та професійної етики в службі [30].

Обслуговуючий персонал KFC одягнений в уніформу, яка відповідає стандартам культури та якості обслуговування. Однак для створення ефективної системи управління якістю та культурою обслуговування необхідна також спеціальна освіта залежно від посади, яку займає працівник. На жаль, ця тенденція поширена не тільки в цьому закладі харчування, а й в інших. В Україні імідж професії офіціанта низький, що призводить до високої плинності кадрів серед цих працівників. Відповідно, знижується рівень культури та якість обслуговування, внаслідок чого складається негативне враження про заклад.

Начальник зміни кафе KFC забезпечує постійний нагляд за працівниками. Робота ґрунтується на дотриманні чіткого графіку та встановленого порядку. Обов'язком адміністратора є встановлення комплексної системи та навчання працівників. Це передбачає створення розкладу, проведення навчальних курсів і сприяння позитивній динаміці команди [31].

Регулярне навчання має вирішальне значення для KFC. Цей тренінг може підвищити чутливість персоналу до викликів, з якими стикаються клієнти, а

також покращити їхні навички спілкування як з гостями, так і з членами команди. Результатом цього навчання є значне покращення загальної якості наданих послуг.

Офіціант є важливим працівником компанії, оскільки його здатність здійснювати прямі продажі може вплинути на те, чи повернеться гість у ресторан. Для підвищення кваліфікації всім співробітникам необхідне регулярне навчання. З цією метою ми щомісяця надаємо можливість персоналу компанії брати участь в організованих тренінгах.

Система культури та якості обслуговування відвідувачів KFC стикається з проблемою умов обслуговування. Основним джерелом цієї проблеми є низька мотивація співробітників, через що вони не докладають додаткових зусиль для покращення досвіду відвідувачів. Щоб покращити цю ситуацію, необхідно вжити заходів для підвищення рівня мотивації працівників.

Щоб підвищити продуктивність персоналу ресторану, необхідно розробити методи мотивації, такі як грошове заохочення. Важливим елементом у налагодженні та здійсненні ефективної діяльності KFC є проведення регулярних зустрічей. На цих зустрічах керівник ставить конкретні завдання перед персоналом і докладно пояснює, чого від них очікують.

Загальна продуктивність KFC безпосередньо пов'язана з діяльністю його персоналу. Щоб заохотити і надихнути співробітників, необхідно впровадити ефективну і ефективну систему мотивації, наприклад, преміювання. Існує два основних способи впровадження цієї системи:

- Створіть систему показників ефективності, або KPI (Key Performance Indicators), для кожного відділу та співробітника, щоб стимулювати мотивацію та продуктивність.
- Розроблено впровадження комплексної системи оплати праці працівників за результатами роботи кафе. Ця система залежить від ступеня залучення робочої сили, відомого як коефіцієнт участі робочої сили (WRP).

- Хоча як початкова, так і подальша система мотивації мають право на існування, система КРІ дозволяє керуючому директору ефективно оцінювати та визнавати фінансовий внесок працівників у досягнення цілей компанії.
- У випадку другої системи можна стверджувати, що працівник отримає таку ж винагороду, як і його колеги, які пройшли спеціальний інструктаж щодо обслуговування клієнтів, незалежно від їх участі в досягненні цілей KFC.

Щоб визначити як стратегічні, так і операційні цілі, важливо оцінити статус відділів компанії та загальну організацію. Ось тут і вступають у гру ключові показники ефективності (КРІ), оскільки вони служать життєво важливими показниками ефективності. Директор KFC може використовувати КРІ для оцінки ефективності впроваджених заходів. КРІ також можна використовувати для вимірювання ефективності компанії в цілому, її окремих відділів і окремих співробітників. Впроваджуючи систему КРІ, можна не тільки контролювати ефективність заходів, але й створити ефективну систему винагороди. Головною умовою будь-якого КРІ є його вимірність [9].

Методологія створення змінної частини грошової винагороди працівника на основі ключових показників ефективності (КРІ) діє як катализатор у мотивації людей досягати високих особистих досягнень. Це також заохочує їх робити більший внесок у досягнення колективних досягнень і цілей організації, одночасно прагнучи досягти її стратегічних цілей. Однак дуже важливо, щоб використовувані показники КРІ були простими та зрозумілими для працівників, а змінна винагорода була економічно обґрунтованою.

Щоб система мотивації в KFC була справді ефективною, вона має дотримуватися деяких нехитрих принципів.

- Щоб співробітник був ефективним у своїй роботі, важливо, щоб він був мотивований показниками, на які він має право впливати.
- Система мотивації окремого працівника, як правило, охоплює лише один-три показники, які узгоджуються між собою.

- Розуміючи, як досягти певних ключових показників ефективності (KPI), співробітник може ефективно підвищити свій особистий дохід. Однак при впровадженні нової системи мотивації важливо забезпечити незмінність їх регулярного місячного доходу.

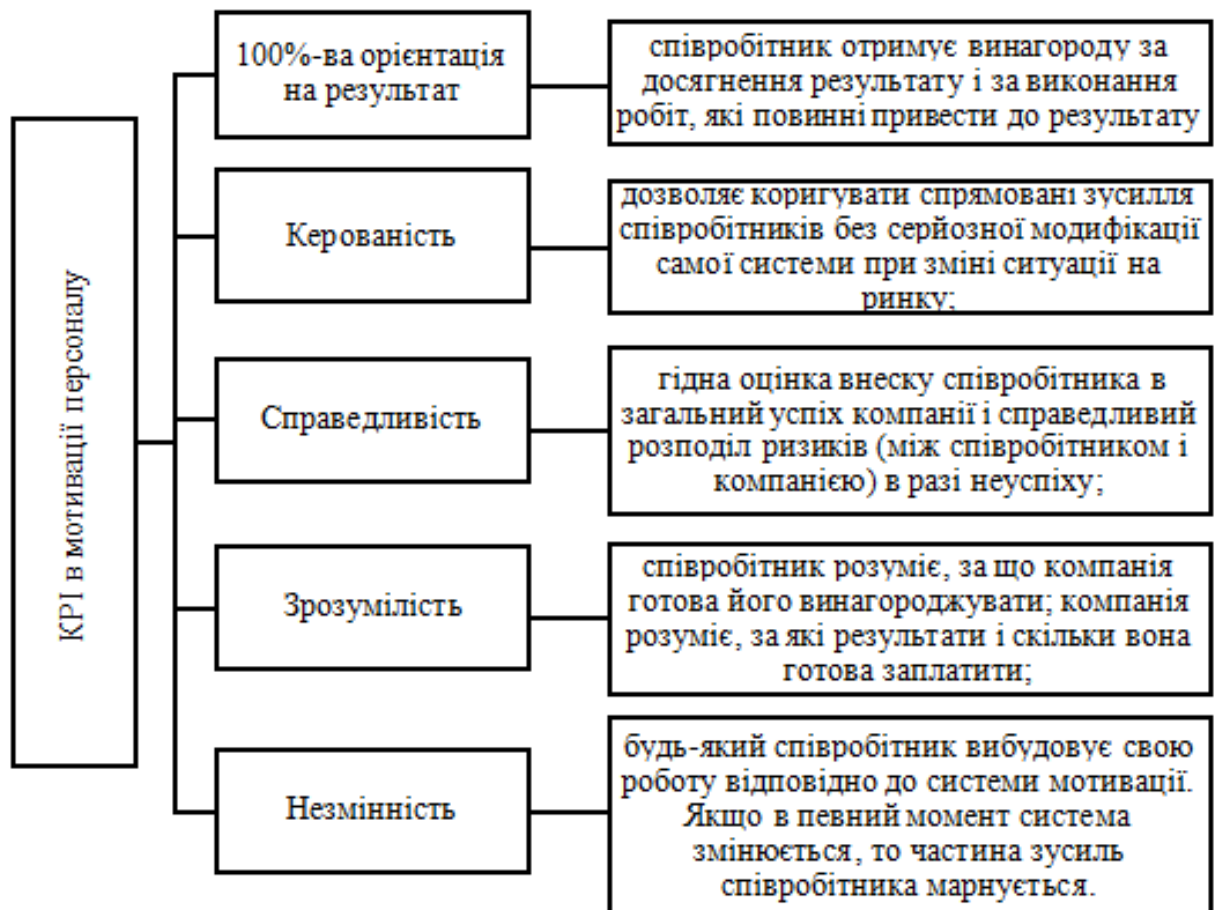


Рис. 3.5 - Мотивація персоналу

Директор KFC може впровадити систему навчання та підвищення кваліфікації свого персоналу. Ефективність використаних методів можна оцінити за допомогою ключових показників ефективності (KPI). KPI дозволяють оцінити ефективність компанії, окремих підрозділів і продуктивність окремих співробітників. За допомогою KPI можна контролювати та оцінювати ефективність заходів, а також створювати ефективну систему винагороди. Найважливішим аспектом будь-якого KPI є його можливість вимірювання. Крім

того, для KFC необхідне регулярне навчання. Участь у навчанні не тільки підвищує чутливість персоналу до проблем клієнтів, але й покращує їх здатність співпрацювати з членами команди та гостями, тим самим значно покращуючи рівень обслуговування [4].

3.3 Впровадження програми навчання та розвитку персоналу в мережі закладів швидкого обслуговування KFC

Далі більш докладно проаналізуємо процес мотивації персоналу в мережі кафе KFC за допомогою методу анкетування працівників підприємства.

Вибірку становили 20 працівників підприємства KFC м. Вишневе, які брали участь в опитуванні (Додаток Б).

Таблиця 3.1 - Результати анкетування за значимістю співробітників в мережі кафе KFC

Варіанти відповіді	Кількість опитаних респондентів	Питомавага, %
Я в основному сам(а) вирішую що та як мені робить	0	0
Моя робота дає мені можливість проявити те, що я знаю та умію	7	35
Я відчуваю себе корисним(ою) та потрібним(ою)	5	25
За мою працю мені відносно не погано платять	5	15
Я особливо нічого в даній роботі не ціную, але ця робота мені гарно знайома та звична	3	

На запитання про їхні головні пріоритети, пов'язані з роботою, більшість працівників мережі кафе KFC, а це 35% опитаних, висловили, що вони цінують можливість продемонструвати свій досвід і здібності.

Жоден із опитаних співробітників не сказав, що їм буде зручно приймати власні рішення про те, що і як робити.

З опитаних 15% нічого особливо не цінують у мережі кафе KFC, але все ж знайомі з брендом, лише троє осіб потрапляють до цієї категорії.

Таблиця 3.2 - Результати анкетування за умовами переходу на іншу посаду в мережі кафе KFC

Варіанти відповіді	Кількість опитаних респондентів	Питома вага, %
Якщо запропонують значно вищий розмір оплати праці	4	20
Якщо нова робота буде більш творча та цікава	2	10
Якщо нова робота дасть мені більше самостійності	3	15
Якщо моя праця значно цікавіша для нової організації	5	25
За всіх умов я залишуся на цій роботі	6	30

На запитання "Які обставини спонукали б вас перейти на нову посаду в організації?" переважна більшість працівників мережі кафе KFC відповіли, що вони не зацікавлені в будь-яких змінах. Насправді 30% співробітників, або загалом 6 осіб, висловили думку, що вони почувуються найбільш комфортно, залишаючись на своїй поточній посаді.

Серед респондентів мережі кафе KFC 10% висловили готовність змінити місце роботи на більш творчу професію. Зокрема, до цієї категорії потрапили 2 особи [22].

Після вивчення таблиці 3.3 стає очевидним, що питання "які принципи повинні керувати відносинами між працівником і його організацією?" викликав різні відгуки співробітників мережі кафе KFC. Більшість респондентів, а це 50% від загальної вибірки, зазначили, що розглядають свою роботу як можливість самореалізації та зростання в організації. Вони вважають, що організація повинна забезпечити їх необхідними ресурсами для розвитку їхніх здібностей, а також отримати вигоду від їхніх внесків. Водночас 5% опитаних дотримуються іншої

точки зору: вони вважають, що продають свою працю мережі кафе і повинні отримати належну винагороду. Лише один респондент дотримувався такої думки.

Таблиця 3.3 - Результати анкетування за принципами взаємодії співробітника та організації у мережі кафе KFC

Варіанти відповіді	Кількість опитаних респондентів	Питома вага, %
Працівник повинен ставитися до роботи, як до власної справи. Разом із мережею кафе переживати падіння та злети	7	35
Працівник продає мережі кафе свою працю, і якщо йому не платять високу ціну, він має право знайти іншого покупця	1	5
Працівник приходить на роботу для реалізації своїх здібностей	10	50
Працівник витрачає в мережі кафе свої зусилля, а керівництво кафе у свою чергу повинно гарантувати йому достойний рівень оплати праці	2	10

Таблиця 3.4 - Результати анкетування з причин застосування ініціативи співробітниками у мережі кафе KFC

Варіанти відповіді	Кількість опитаних респондентів	Питома вага, %
Відчуваю особливу відповідальність за результати своєї праці	6	30
Через прагнення реалізувати свої знання та досвід	2	10
Через бажання покращити діяльність мережі кафе	4	20
Бажання завоювати авторитет перед керівництвом	3	15
Бажання додаткового заробітку, адже всяка ініціатива повинна бути оплаченою	5	25

На запитання, чому вони вважають, що працівники мережі кафе KFC не проявляють ініціативи та не пропонують альтернативні пропозиції під час робочого процесу, більшість працівників відповіли, що вони відчувають підвищене почуття відповідальності за результати своєї роботи. Із загальної кількості респондентів такої думки дотримувались 30% або 6 осіб.

Згідно з опитуванням, 10% співробітників мережі кафе KFC відчувають мотивацію бути проактивними у своїй роботі через бажання застосувати свої знання та досвід.

У сучасний час кілька структур, які зосереджені на підвищенні ефективності працівників, мають велике значення для зростання підприємства. Зокрема, система Balanced Scorecard (BSC) виділяється серед інших своєю здатністю сприяти мотивації співробітників. Додатковою перевагою цієї системи є те, що її можна адаптувати для включення ключових показників ефективності (KPI), які допомагають у досягненні організаційних цілей, водночас забезпечуючи значні стимули для персоналу. Для ефективного нагляду за персоналом необхідно створити організаційну структуру, яка функціонуватиме як кар'єрний шлях для працівників та інструмент управління. Ми розробили орієнтовну схему, представлену на малюнку 3.1, яку можна адаптувати відповідно до унікальних характеристик будь-якого закладу швидкого харчування [12].

Різні етапи просування по службі мають власний набір чітких орієнтирів для розвитку, а також можливості для навчання та сертифікації. Це може слугувати потужним каталізатором для мотивації працівників, оскільки вони здатні чітко розрізняти потенційні винагороди, які чекають на них, якщо вони продовжуватимуть працювати в організації.

Персонал, який підпадає під категорію «Лінійний керівник», поділяється на три групи залежно від розміру заробітної плати. Лінійний керівник категорії 3 — це особа, яка обіймала цю посаду менше півроку. Після проходження шестимісячного стажування та проходження необхідної підготовки їм

присвоюють 2 категорію, що тягне за собою підвищення посадового окладу. Якщо він досяг успіху в процесі сертифікації, безпосереднього керівника призначають як працівника категорії 1 і додають до кадрового резерву.

Щоб забезпечити справедливість, для звичайних працівників також слід встановити порівнянну систему рейтингу. Найвищий рівень зарезервовано для працівників, які мають звання «Старший член команди», тоді як найнижчий рівень призначено для тих, хто нещодавно прийнятий на роботу та не має досвіду роботи, позначених як «Звичайні члени команди» у третій категорії. Після трьох місяців служби вони можуть переходити на другий розряд. Співробітники з досвідом понад три роки можуть перейти до першої категорії як «Звичайний член команди» або потенційно навіть отримати роль «Старший член команди» за умови, що вони пройшли необхідне навчання та отримали сертифікат [12].

Для забезпечення справедливості в оплаті праці необхідно диференціювати систему оплати праці працівників різних рівнів. Ті, хто займає керівні посади – директори, заступники директорів, менеджери – мають отримувати фіксовану зарплату. І навпаки, рядові працівники повинні отримувати погодинну оплату праці згідно з таблицею 3.5.

Окрім фіксованої заробітної плати, працівники мають право отримувати бонуси за результатами роботи на основі конкретних показників ефективності, зазначених у таблиці 3.5.

Таблиця 3.5 - Система оплати праці для працівників мережі кафе KFC

Назва посади	Оклад, грн	Погодинна оплата праці грн
Директор	25 000	Немає
Заступник директора	18 000	Немає
Лінійний керівник 1 категорії	16 000	Немає
Лінійний керівник 2 категорії	14 000	Немає
Лінійний керівник 3 категорії	12 500	Немає
Старший член команди	Немає	103,5

Рядовий член команди 1 категорії	Немає	91
Рядовий член команди 2 категорії	Немає	87
Рядовий член команди 3 категорії	Немає	78

Таблиця 3.6 - Система преміальних виплат працівникам мережі кафе КФС

Назва посади	Премія по підсумках роботи за місяць	Винагорода за високі операційні показники	Премія за обслуговування гостей згідно зі стандартами	Премія за виконання особливо важливих завдань
Директор	Ні	Так	Ні	Так
Заступник директора	Ні	Так	Ні	Так
Менеджер зміни 1 категорії	Ні	Так	Да	Так
Менеджер зміни 2 категорії	Ні	Так	Да	Так
Менеджер зміни 3 категорії	Ні	Так	Да	Так
Тренер	Да	Так	Да	Так
Член бригади 1 категорії	Да	Так	Да	Так
Член бригади 2 категорії	Да	Так	Да	Так

Для працівників ресторанного господарства, крім заробітної плати та премій, обов'язковими є компенсаційні виплати за такими підставами.

- Компенсація надається за роботу, виконану у вихідні та встановлені законом святкові дні, коли звичайна робота не передбачена графіком.
- Компенсація за роботу понад нормований робочий день.
- Компенсація праці в нічний час.
- Компенсація за злиття професій може призвести до додаткових виплат.
- Зроблено надбавку за використання особистого автомобіля кур'єра.
- Працівники, згідно з КЗпП, мають право на отримання виплати по тимчасовій непрацездатності, а керівники, які пропрацювали більше року, можуть отримати 100% посадового окладу [26].

Для ефективної мотивації працівників ресторану важливо впроваджувати різноманітні стимули в рамках системи мотивації працівників ресторану, зокрема наступні види.

Рядовим працівникам пропонуються наступні заохочення:

- При виконанні та перевищенні контрольного показника «Оборот ресторану» нараховується бонус за результатами роботи за місяць.
- Виняткова робота ресторану за квартал призвела до нагороди за результатами роботи.
- Програма «Приведи друга» пропонує оплату співробітникам, які рекомендують друга для вступу в організацію.

Для осіб на керівних посадах:

- Працівники отримуватимуть премію за кварталними результатами роботи, визначеними збалансованими показниками продуктивності праці БСК.
- Визнання виконання значних обов'язків підтверджується нагородою.
- Програма «Приведи друга» дозволяє людям бути прийнятими в організацію за рекомендацією своїх однолітків.
- Ініціатива «Золотий кадровий резерв» передбачає компенсацію сертифікованим менеджерам ресторанів за участь у програмі.
- Для директора та заступників директора розраховані такі інструкції:
- Ініціатива «Золотий кадровий резерв» оплачує участь у програмі сертифікованим менеджерам ресторанів [8].

Малюнок 3.7 ілюструє всі бонусні програми, згадані раніше.

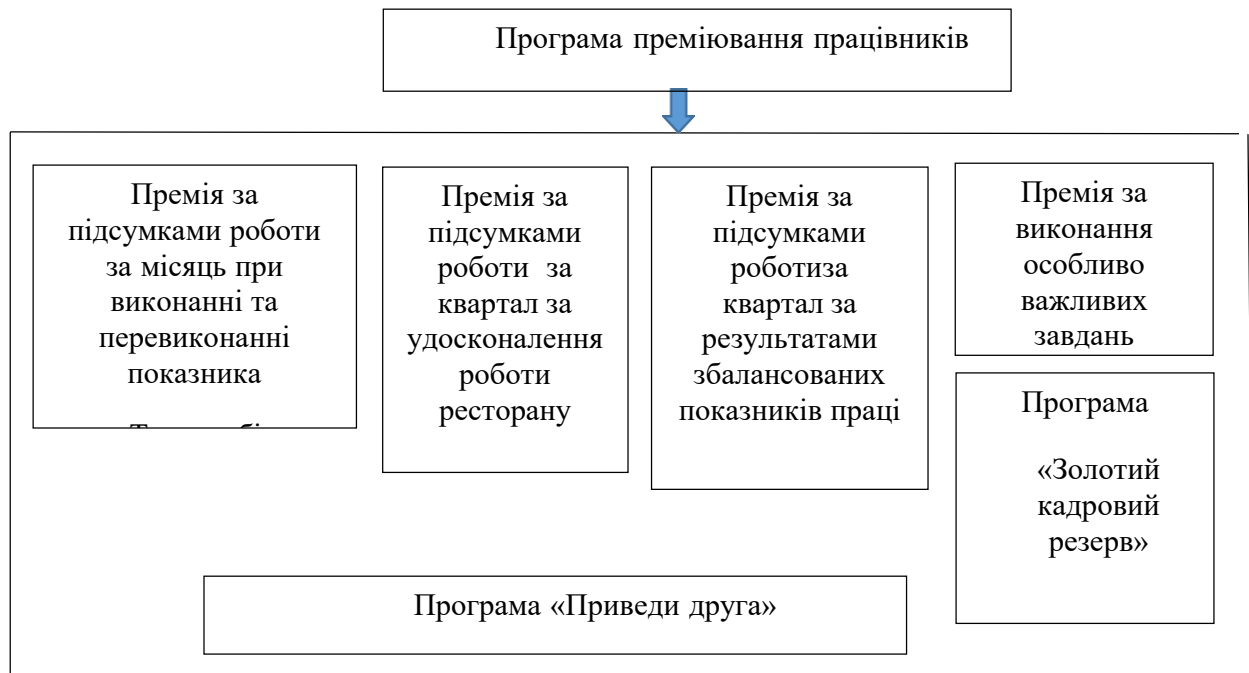


Рисунок 3.7 – Програми преміювання працівників ресторану

Ще один спосіб надихнути та зарядити енергією працівників — це запропонувати гнучкий графік роботи, який дозволить їм збалансувати роботу в ресторані та навчальні заняття. Крім того, в програму входять регулярні посиденьки компанії.

Акт згуртування персоналу та виховання командного духу має не тільки зміцнити їхню мотивацію, але й підвищити їхню лояльність до організації.

Використання ротації, або чергування завдань співробітників, має вирішальне значення в цій сфері роботи. Швидкий темп роботи в ресторані вимагає швидкого реагування та постійної пунктуальності, що робить обов'язковим уникнення монотонності. Здатність працівника швидко реагувати зменшується через повторюваність [33].

Управління людськими ресурсами може підвищити ефективність персоналу за допомогою моделювання. Однак це вимагає врахування сучасних тенденцій у сфері HR. Сучасне суспільство постійно змінюється, що призводить до нових вимог як до працівників, так і до керівників. Традиційні ієрархічні підходи до управління застарівають, тоді як методи співпраці стають все більш поширеними. Робоча сила все більше потребує працівників, які мають високу

адаптивність і комунікабельність, а також здатні швидко реагувати на мінливі вимоги. Цифровізація є вагомим фактором сучасних систем управління персоналом.

Програма навчання KFC м. Вишневе побудована на основі кращих практик, що використовуються в нашій мережі закладів. Вона пропонує комплексний підхід до навчання, що охоплює не тільки технічні аспекти роботи, а й розвиток навичок комунікації, лідерства та побудови ефективних команд (таблиця 3.7).

Таблиця 3.7 - Програма навчання працівників

Тиждень	Складові навчальної програми	Опис
1	Вступне навчання	<ul style="list-style-type: none"> - Знайомство з історією, цінностями та місією компанії KFC. - Ознайомлення зі стандартами якості та обслуговування KFC. - Знайомство зі структурою робочого місця та правилами безпеки.
2	Технології та процеси готування	<ul style="list-style-type: none"> - Навчання правильному приготуванню страв KFC, включаючи рецептури та технології. - Освоєння процесу підготовки інгредієнтів та обробки продуктів. - Навчання роботі з кухонним обладнанням та дотриманню гігієнічних норм.
3	Обслуговування клієнтів	<ul style="list-style-type: none"> - Курси з комунікації та клієнтського сервісу. - Навчання швидкому та точному обслуговуванню згідно зі стандартами KFC. - Тренінги зі збереження чистоти та порядку на робочому місці.
4	Система зв'язку та обміну інформацією	<ul style="list-style-type: none"> - Освоєння процесів замовлення, реєстрації та обліку продажів. - Використання комп'ютерних систем та програм, необхідних для роботи в системі KFC.

5	Лідерство та розвиток	<ul style="list-style-type: none"> - Тренінги з розвитку особистих та професійних навичок. - Навчання керуванню командою та роботі в колективі. - Програми підвищення кваліфікації для просування по кар'єрній лінії KFC.
---	-----------------------	--

Ефективність програми навчання працівників KFC м. Вишневе полягає в її цілеспрямованості, комплексному підході та поєднанні різноманітних навчальних методів.

Програма навчання передбачає роботу з досвідченими тренерами, які мають глибокі знання та експертизу в галузі швидкого обслуговування. Вони здатні передати свої знання та навички працівникам, що сприяє ефективному засвоєнню матеріалу. Вона пропонує не лише теоретичні знання, але й акцентує на практичних вправах та симуляціях. Це дозволяє працівникам застосовувати отримані знання у реальних ситуаціях та набувати практичний досвід.

Програма навчання ставить за мету враховувати індивідуальні потреби та рівень навичок кожного працівника. Завдяки цьому, працівники можуть розвиватися власним темпом і зосереджуватися на тих аспектах, які є для них найбільш важливими. Регулярно оновлюється з урахуванням останніх тенденцій та інновацій у галузі швидкого обслуговування. Це дозволяє працівникам бути в курсі останніх розробок та практик і покращувати свої навички відповідно до змінюючогося ринку.

Програма навчання передбачає систему оцінки результатів, яка дозволяє відстежувати прогрес кожного працівника. Це допомагає ідентифікувати сильні та слабкі сторони, а також зосереджувати зусилля на покращенні певних навичок або знань.

Загалом, програма навчання працівників KFC м. Вишневе є ефективною завдяки своєму комплексному та індивідуальному підходу, спрямованому на розвиток не тільки професійних навичок, але й особистісного росту працівників.

Вона допомагає забезпечити високу якість обслуговування та виконання стандартів компанії.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Проведене дослідження дозволяє зробити наступні висновки.

Україна має значну кількість мережевих закладів ресторанного господарства, які активно функціонують у різних містах країни. Мережеві заклади ресторанного господарства в Україні представлені різними форматами, включаючи ресторани швидкого обслуговування, кафе, ресторани швидкого харчування та інші. Великі мережі ресторанів активно розширюють свою присутність в Україні, що свідчить про зростання інтересу до ресторанного бізнесу та популярність мережевих форматів серед споживачів. У мережевих закладах ресторанного господарства набуває все більшого значення якість обслуговування, адаптація до потреб клієнтів та впровадження інноваційних технологій.

KFC є однією з найбільших та найуспішніших мереж закладів швидкого обслуговування у світі. Мережа KFC пропонує широкий асортимент страв, зокрема курки, бургери, картошку фрі та напої. Управління якістю є одним з головних пріоритетів KFC, і вони вкладають значні зусилля у забезпечення послуг високої якості та задоволення потреб клієнтів. Використання технологій та автоматизованих систем грає важливу роль у виробничих процесах та обслуговуванні в мережі KFC. Компанія активно займається розвитком персоналу та надає програми навчання, що сприяють підвищенню професійної компетентності та задоволенню роботою працівників. Мережа KFC має потужний потенціал для подальшого розвитку та розширення своєї присутності на ринку швидкого обслуговування.

В цілому, дослідження мережі закладів швидкого обслуговування KFC вказує на її успішну стратегію управління, якість послуг, використання інноваційних технологій та розвиток персоналу. Ці фактори сприяють збереженню лідерської позиції мережі KFC на ринку та створюють підстави для подальшого успішного розвитку компанії.

Заклад швидкого обслуговування KFC пропонує широкий вибір страв, зосереджених на курячому м'ясі, включаючи різноманітні види курки, бургери, картопля фрі, салати та напої. Послуги в KFC характеризуються швидкістю обслуговування, що відповідає формату швидкого харчування. Компанія покладає значний акцент на якість продуктів, забезпечуючи свіжість і смачність страв для задоволення потреб клієнтів. Крім основних страв, KFC надає різноманітні додаткові опції, такі як соуси, приправи та інші аксесуари, щоб задовольнити різні смакові уподобання клієнтів. Послуги KFC позиціонуються як доступні та зручні для швидкого харчування на місці або з можливістю взяти з собою.

Виробничий процес в закладі швидкого обслуговування KFC організований таким чином, щоб забезпечити ефективну та швидку підготовку страв. Основним компонентом виробничого процесу є підготовка курячого м'яса та його обробка, включаючи маринування, панірування та смаження. Застосування спеціальних рецептур та процедур готування допомагає забезпечити типовий смак та якість страв KFC. Компанія активно впроваджує технології автоматизації та раціоналізації, щоб оптимізувати виробничий процес та забезпечити швидке обслуговування клієнтів. Контроль якості є важливою складовою виробничого процесу, і він проводиться на кожному етапі від підготовки до подачі страв.

Ці висновки підкреслюють важливість якості послуг та ефективності виробничого процесу в закладі швидкого обслуговування KFC. Характеристики послуг та виробничого процесу грають ключову роль у задоволенні потреб клієнтів та підтримці успішної діяльності мережі KFC.

Процес обслуговування в закладі швидкого обслуговування KFC ґрунтується на швидкості та ефективності, щоб задовольнити потреби клієнтів, які шукають швидке харчування. Ключовими етапами процесу обслуговування є замовлення, приготування страв, видання замовлення та обслуговування клієнтів. Застосування технологій автоматизації та інформаційних систем

допомагає оптимізувати процес обслуговування, зменшити час очікування та забезпечити точність замовлень. Компанія KFC активно використовує систему самообслуговування, де клієнти можуть самостійно оформляти замовлення на електронних терміналах або через мобільний додаток. Кваліфікований персонал, навчений ефективному та дружньому обслуговуванню клієнтів, є важливим елементом процесу обслуговування.

Використання технологій у закладі швидкого обслуговування KFC має значний вплив на його ефективність та продуктивність. Впровадження автоматизованих систем замовлення, виробництва та обслуговування допомагає зменшити час очікування та помилки в замовленнях, покращує точність та швидкість обслуговування клієнтів. Використання спеціалізованого програмного забезпечення дозволяє оптимізувати управління запасами, контролювати процеси приготування та забезпечувати стандартизацію якості страв. Впровадження новітніх технологій, таких як безконтактні платежі або системи розпізнавання облич, покращує зручність та швидкість обслуговування клієнтів. Ефективне використання технологій допомагає підвищити рівень задоволеності клієнтів, забезпечити стабільну якість послуг та знизити витрати на операційну діяльність. Ці висновки підкреслюють важливість процесу обслуговування та використання технологій у закладі швидкого обслуговування KFC. Характеристики процесу обслуговування та ефективність технологій мають прямий вплив на якість обслуговування клієнтів, рентабельність підприємства та його конкурентоспроможність на ринку швидкого харчування.

Удосконалення процесу приготування страв є важливим аспектом в закладі швидкого обслуговування KFC з метою покращення якості продукції та ефективності операцій. Використання стандартизованих рецептів та процедур готування сприяє досягненню консистентності смаку та якості страв у всіх закладах мережі. Впровадження автоматизованих кухонних пристроїв та технологій допомагає зменшити час приготування, підвищити продуктивність та забезпечити точність виконання процесу приготування. Налагодження

ефективної системи контролю якості продуктів та дотримання стандартів гігієни гарантує безпеку та задоволення клієнтів.

Оптимізація системи замовлення та обслуговування є ключовим фактором для поліпшення клієнтського досвіду та підвищення ефективності роботи мережі закладів швидкого обслуговування KFC. Впровадження систем самообслуговування, таких як електронні термінали або мобільні додатки, сприяє зменшенню часу очікування та покращує точність замовлень. Використання інтегрованих систем управління замовленнями та складським обліком допомагає забезпечити належну логістику і запаси, зменшити помилки та збільшити швидкість обслуговування. Ефективна комунікація між персоналом та використання сучасних засобів зв'язку допомагають уникнути недорозумінь та покращують координацію роботи всередині закладу.

Впровадження програми навчання та розвитку персоналу є необхідним елементом успішного управління мережею закладів швидкого обслуговування KFC. Навчання персоналу на основі стандартів KFC допомагає забезпечити єдність підходів до обслуговування та стандартів якості в усіх закладах. Програми розвитку персоналу сприяють вдосконаленню навичок та знань працівників, що впливає на якість обслуговування та забезпечує зростання професійного потенціалу. Комунікація та мотивація персоналу грають важливу роль у підтримці високої продуктивності та залученості працівників до досягнення спільних цілей мережі закладів швидкого обслуговування KFC.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ ТА ІНТЕРНЕТ - РЕСУРСІВ

1. Аналіз закладів швидкого харчування в Україні. Режим доступу: URL: <https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/analiz-rynka-obshestvennogo-pitaniya-horeca-kejtering-takzhe-pitanie-na-azs> (дата звернення: 01.05.2023)
2. Аналіз українського ринку швидкого харчування. Режим доступу: URL: <https://business.ua/uk/fastfud-perezavantazhennya> (дата звернення: 01.05.2023)
3. Анісімов Г.Г. Сучасні тенденції розвитку швидкого харчування. Режим доступу: URL: <http://repo.uira.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/1424/3/An%D1%8D%D1%8Ds%D1%8D%D1%8Dmov1.pdf> (дата звернення 20.04.2023).
4. Барановський О. О. Ефективність управління закладами швидкого харчування. Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана. 2017. С. 56-70
5. Бондаренко А.В. Особливості управління мережею закладів швидкого обслуговування. Національний університет харчових технологій. 2014. С. 100-120
6. Василичен С. В. Вплив мережі ресторанів швидкого харчування «Макдональдс» на навколишнє середовище. The 7th International scientific and practical conference “The world of science and innovation”(February 10-12, 2021) Cognum Publishing House, London, United Kingdom. 2021. 1055 p.. 2021.
7. Веремейчик І. В. Оптимізація процесів в закладах швидкого обслуговування. Видавництво: КНТЕУ, 2014. С.90-110
8. Гінда М.І. Тенденції розвитку ресторанного господарства. Збірник матеріалів Всеукраїнської науково-практичної конференції «Актуальні проблеми економіки та управління в умовах системної кризи» (м. Львів, 29.11.2016 р.). Львів: МАУП, 2019. Ч. 1. С. 301-306.
9. Гірняк Л.І., Сопіга В.Б. Формування культури та якості обслуговування у готельно-ресторанних підприємствах. Науковий вісник Ужгородського

- національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. Ужгород, 2019. Вип. 21. Ч 1. С. 50-55. 345
10. Гніденко І. В. Методологія оптимізації процесів в ресторанному бізнесі. Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана. 2016. С. 45-65
 11. Дронова Т., Умовіст, А. Маркетинговий аналіз закладів швидкого харчування м. Дніпро. Економіка та суспільство, 2021. № 26.
 12. ДСТУ 4281:2004. Заклади ресторанного господарства. Класифікація [Чинний від 2004-07-01]. Вид. офіц. Київ : Держспоживстандарт України, 2004.
 13. Завадинська О.Ю., Литвиненко Т.Є. Організація ресторанного харчування за кордоном : навч. посібник Київ : КНТЕУ, 2003. 200 с.
 14. Колесник Д. Ю. Перспективи розвитку закладів швидкого харчування в сфері ресторанного бізнесу. Вісник студентського наукового товариства «ВАТРА» Вінницького торговельно-економічного інституту ДТЕУ. Вінниця: Редакційно-видавничий, 2023.
 15. Кому належать фаст-фуди в Україні. Режим доступу: URL: <https://uprom.info/articles/biznes-ta-finansi/komu-nalezhat-fast-fudi-vukrayini/> (дата звернення: 10.05.2023).
 16. Кривенко О.В. Розробка стратегії розвитку мережі закладів швидкого обслуговування. Київський національний університет торгівлі та економіки. 2013. С.80-100
 17. Лисенко О.М. Маркетингові аспекти управління мережею закладів швидкого обслуговування. Харківський національний університет харчування та торгівлі. 2012.С. 60-80
 18. Литвин О.Є., Запорожець М.О. Франчайзинг як ефективна форма партнерства із закордонними фірмами. Фінансовий простір, 2019. № 4. с.141-153.

19. Мальська М.П., Гаталяк О.М., Ганич Н.М. Ресторанна справа: технологія та організація обслуговування туристів (теорія та практика): підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2013. 304 с.
20. Мельник Г.В. Франчайзинг як форма організації мережі закладів швидкого обслуговування. Державний університет харчування та торгівлі. 2017.С. 50-80
21. Мостова Л.М., Новікова О.В. Організація обслуговування на підприємствах ресторанного господарства : навчальний посібник. Київ : Ліра-К, 2010. 388 с.
22. Нагорняк Г., Малюта Л., Мельник Л., Шерстюк Р. Організаційно-економічні засади розвитку інноваційного процесу вітчизняних закладів готельно-ресторанної сфери в туристичному контексті. Соціально-економічні проблеми і держава. 2017. Вип. 1 (16). С. 148–158.
23. Обзор закладів швидкого харчування. Режим доступу: URL: <https://www.food-service.com.ua/fast-fud-fast-fudu-rozn:-obzor-restoranov-bystrogo-pitaniya-i119>(дата звернення: 01.05.2023)
24. Офіційний сайт «МакДональдз». Режим доступу: URL: <https://corporate.mcdonalds.com/corpmcd.html> (дата звернення: 01.05.2023)
25. Офіційний сайт компанії KFC в Україні. Режим доступу: URL: <https://www.kfcukraine.com/careers> (дата звернення: 10.05.2023).
26. П'ятницька Н. Організація обслуговування у закладах ресторанного господарства. Київ : Центр учбової літератури, 2011. 584 с.
27. Постова В.В. Особливості розвитку нових форматів закладів ресторанного господарства в Україні. Інфраструктура ринку. 2022. № 65. С. 98-103.
28. Постова В.В. Особливості становлення концепції ресторанів формату «FAST CASUAL». Економіка і регіони. Науково-практичний журнал. Вип. 85 (2). Полтава, 2022. С. 21-25.
29. Постова В.В. Особливості функціонування закладів ресторанного господарства формату «FAST FOOD». Сучасні тенденції розвитку індустрії

- гостинності: зб. матеріалів III Міжнародної науково-практичної конференції. Львів, 06 жовтня 2022 року. С. 358-360.
30. Прилепа Н. В. Сучасні тенденції розвитку ресторанного господарства України та Європи. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. Хмельницький, 2017. № 6. Том 1. С. 163-166.
31. Ресторан швидкого харчування. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/ресторан_швидкого_харчування (дата звернення: 20.04.2023)
32. Рудь Ю.Н. Сутність та тенденції розвитку системи соціального управління персоналом на торговельних підприємствах України [Текст]. Наука и Экономика.– 2013. - № 4. – С. 149–153.
33. Скавронська І. В. Пріоритетні напрямки розвитку ресторанної справи України в контексті світового досвіду. Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. 2009. Вип. 2. С. 232–244. URL: http://tourlib.net/statti_ukr/skavronska2.htm (дата звернення: 20.04.2023)
34. Фастфуд: перезавантаження. URL: <https://business.ua/uk/fastfudperezavantazhennya> (дата звернення 20.04.2023)
35. Хорунжа І. О., Марченко О. В. Управління якістю в готельно-ресторанному бізнесі. Національний університет харчових технологій. 2019 С.80-100
36. Шарло В.В. Дослідження поведінки споживачів у закладах сфери швидкого харчування.2022
37. Шаталова Л. М. Оптимізація бізнес-процесів в готельно-ресторанному бізнесі. КНЕУ. 2013 С. 120-140
38. Bititci, U. S., Carrie, A. S., & McDevitt, L. Integrated performance measurement systems: A development guide. International Journal of Operations & Production Management. 1997. С. 522-534
39. Dahlgaard-Park, S. M., & Dahlgaard, J. J. Lean production, six sigma quality, TQM and company culture. The TQM Journal. 2006. С.22-35

40. Gharakhani, M., Rahbar, F., & Pourabdollah, A. Lean Six Sigma for the Healthcare Practice: A Pocket Guide. CRC Press. 2016. С. 78-95
41. Katsigris, C., & Thomas, C. Назва: The Bar and Beverage Book. Wiley. 2012 С. 150-170
42. KFC – Вікіпедія. Режим доступу: URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/KFC> (дата звернення: 10.05.2023).
43. Крос R. Grinding It Out: The Making of McDonald's. St. Martin's Griffin. 2016.С. 1-120
44. Ritzer G. The McDonaldization of Society: An Investigation into the Changing Character of Contemporary Social Life. Pine Forge Press. 2015.С.1-100
45. Schlosser E. Fast Food Nation: The Dark Side of the All-American Meal. Harper Perennial. 2012.С.1-200
46. Tompkins, J. A., & Harmelink, D. J. Food Processing Operations Modeling: Design and Analysis. Видавництво: CRC Press. 2016. С: 240-260
47. Warman M. The World in a City: Traveling the Globe Through the Neighborhoods of the New New York. Gibbs Smith. 2007. С. 80-150
48. Watson J. L. Golden Arches East: McDonald's in East Asia. Stanford University Press. 2006. С.50-150
49. <https://restaurantguru.com/KFC-Vyshneve>

ДОДАТКИ

Додаток А

SWOT- аналіз компанії McDonald's

Сильні сторони	Слабкі сторони
<ul style="list-style-type: none"> • Диверсифіковані джерела доходу • Репутація бренду в поєднанні з лідерством на ринку • Сильний бренд, імідж і репутація • Велика частка ринку • Введення нового продукту • Хороші маркетингові стратегії 	<ul style="list-style-type: none"> • Нездорове харчування • Втрата клієнтів через жорстку конкуренцію • Проблеми, пов'язані зі здоров'ям • Високий рівень плинності кадрів • Невдоволення франчайзерів
Можливості	Загрози
<ul style="list-style-type: none"> • Зростання індустрії швидкого харчування • Збереження ресурсів • Глобалізація, експансія в інші країни • Різноманітні смаки і потреби клієнтів • Зростаюча тенденція турботи про здоров'я серед клієнтів 	<ul style="list-style-type: none"> • Велика кількість конкурентів • Втрата частини клієнтів • Економічний спад • Серйозна екологічна проблема

SWOT- аналіз компанії KFC

Сильні сторони	Слабкі сторони
<ul style="list-style-type: none"> • Другий кращій світовий бренд в індустрії швидкого харчування в вартісному вираженні • Оригінальний рецепт «11 трав і спецій» • Сильні позиції в Китаї • Співпраця з Pizza Hut і Taco Bell • KFC є лідером ринку в світі серед компаній з куркою в якості основноготоварного продукту 	<ul style="list-style-type: none"> • Неблагонадійні постачальники • Нездорове харчування • Висока плинність кадрів
Можливості	Загрози
<ul style="list-style-type: none"> • Зростання попиту на більш здорову їжу • Доставка їжі додому • Введення нових страв 	<ul style="list-style-type: none"> • Загострена конкуренція • Втрата частини клієнтів • Місцеві мережі ресторанів швидкого харчування • Коливання курсу валюти

SWOT-аналіз компанії Subway

Сильні сторони	Слабкі сторони
<ul style="list-style-type: none"> • Великий вибір страв • Ефективні маркетингові та рекламні стратегії • Вибір здорової їжі 	<ul style="list-style-type: none"> • Дизайн інтер'єру торгових точок частовиглядає дешево • Висока плинність кадрів • Нерівномірність надання послуг
<ul style="list-style-type: none"> • сі ресторани належать франчайзерам • Низькі витрати на стартап 	
Можливості	Загрози
<ul style="list-style-type: none"> • Зростання попиту на здорову їжу • Доставка їжі додому • Зміна переваг клієнтів і поява нових груп клієнтів • Введення автокафе 	<ul style="list-style-type: none"> • Гостра конкуренція • Втрата частини клієнтів • Зростання мереж місцевих ресторанів швидкого харчування

SWOT- аналіз компанії Burger King

Сильні сторони	Слабкі сторони
<ul style="list-style-type: none"> • Глобальні операції • Сильна франшиза мережі • Сильні лінійки продуктів • Сильний бренд • Франчайзинг 	<ul style="list-style-type: none"> • Зниження продажів на ринках • Великі франчайзі
Можливості	Загрози
<ul style="list-style-type: none"> • Розширення ринку збуту • Проникнення на ринок 	<ul style="list-style-type: none"> • Конкуренція • Втрата частини клієнтів • Зростаючі ціни на сировину

Анкетування працівників підприємства

1. Які головні пріоритети пов'язані з роботою?
2. Які основні фактори вплинули на вибір вашого робочого місця саме в цьому закладі?
3. Які обставини спонукали б вас перейти на нову посаду в організації?
4. Які принципи повинні керувати відносинами між працівником і його організацією?
5. Що найголовніше у системі взаємовідносин між членами колективу?
6. Чому, на вашу думку, працівники мережі кафе KFC не проявляють ініціативи та не пропонують альтернативні пропозиції під час робочого процесу?
7. Якими рисами характеру має володіти успішний працівник закладу швидкого обслуговування KFC?
8. Що є найбільш важливим в роботі з клієнтом закладу?