МІНІСТЕРСТВО НАУКИ І ОСВІТИ УКРАЇНИ
ІЗМАЇЛЬСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛІННЯ, АДМІНІСТРУВАННЯ ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ
КАФЕДРА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЮ ТА ТУРИСТИЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ

З В І Т

з виробничої практики

студентки 4 курсу 44 групи
спеціальність: 242 Туризм
Писарєвої Надії Сергіївни

Місце практики: ресторан «Пармезан»

Період практики: 16.11.2020-27.12.2020

Керівники практики: Тірон О.А.

Ізмаїл – 2020

ЗМІСТ

ВСТУП …….…….…..... 3
РОЗДІЛ 1. ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ТА ОРГАНІЗАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ ……. 4
1.1. Загальна характеристика підприємства ……...…. 4
1.2. Характеристика процесу організації роботи підприємства ……..……. 6
1.3. Аналіз технології надання послуг …….…… 6
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ УПРАВЛІНСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ЕКОНОМІЧНО-ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА ……... 9
2.1. Характеристика основних функцій та методів управління підприємством ……... 9
2.2. Аналіз організаційної структури управління підприємством …… 14
2.3. Характеристика кадрової політики на підприємстві туристичної індустрії …….. 16
2.4. Аналіз виробничої діяльності підприємства ……... 18
2.5. Аналіз системи ціноутворення на підприємстві ……. 18
РОЗДІЛ 3. МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ …… 21
3.1. Характеристика системи маркетингу підприємства …… 21
3.2. Оцінка ефективності маркетингової діяльності підприємства …….. 22
РОЗДІЛ 4. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ У ПЕРІОД КАРАНТИННИХ ОБМЕЖЕНЬ... 25
4.1. Проблеми ресторанного бізнесу у період карантинних обмежень …... 25
4.2. Перспективи розвитку ресторанного бізнесу у період карантинних обмежень……. 26
ІНДИВІДУАЛЬНЕ ЗАВДАННЯ …….. 29
ВИСНОВКИ…… 33
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ…….. 34
ДОДАТКИ……... 35

ВСТУП

Виробнича практика є одним з видів навчального процесу. Вона максимально наближає теоретичну підготовку студентів до їх практичних дій, націлює на придбання навиків та досвіду самостійної роботи шляхом використання процесів, операцій, процедур, рішень, що властиві майбутній професії. Я проходила виробничу практику у ресторані «Пармезан».

Метою практики є знайомство з організацією роботи ресторану. Формування навичок практичної роботи за допомогою участі в повсякденній діяльності органів управління підприємством. Набуття практичних навичок вирішення практичних завдань на рівні роботи підприємств харчової промисловості в сучасних умовах. Вивчення асортименту продукції та її складу.

Завдання практики:

1. Ознайомлення з виробничими процесами на підприємстві в цілому і в окремих цехах.
2. Набуття навичок організаторської діяльності в колективі.
3. Навчитися застосовувати набуті теоретичні знання на практиці.
4. Оволодіння навичками існуючої практики формування туристичного продукту.
5. Оволодіння технології обслуговування клієнта.
6. Практичне вивчення організаційно-економічних структур в ресторані, набуття професійних навичок, вивчення посадових інструкцій, інформаційної бази, господарської діяльності тощо.
7. Участь в організації і проведенні маркетингових досліджень.
8. Безпосередня участь студента в роботах по виконанню обов’язків співробітника підприємства і разових доручень.

РОЗДІЛ 1. ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ТА ОРГАНІЗАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ

1.1. Загальна характеристика підприємства

Заклад ресторанного господарства «Пармезан» входить в топ наймодніших і відвідуваних місць Ізмаїла. Завітати до ресторану ви можете кожен день у період з 09:30 годин до 00:00 годин. Ресторан «Пармезан» знаходиться за адресою: проспект Миру, 34, м. Ізмаїл (рисунок 1.1, Додаток 1).

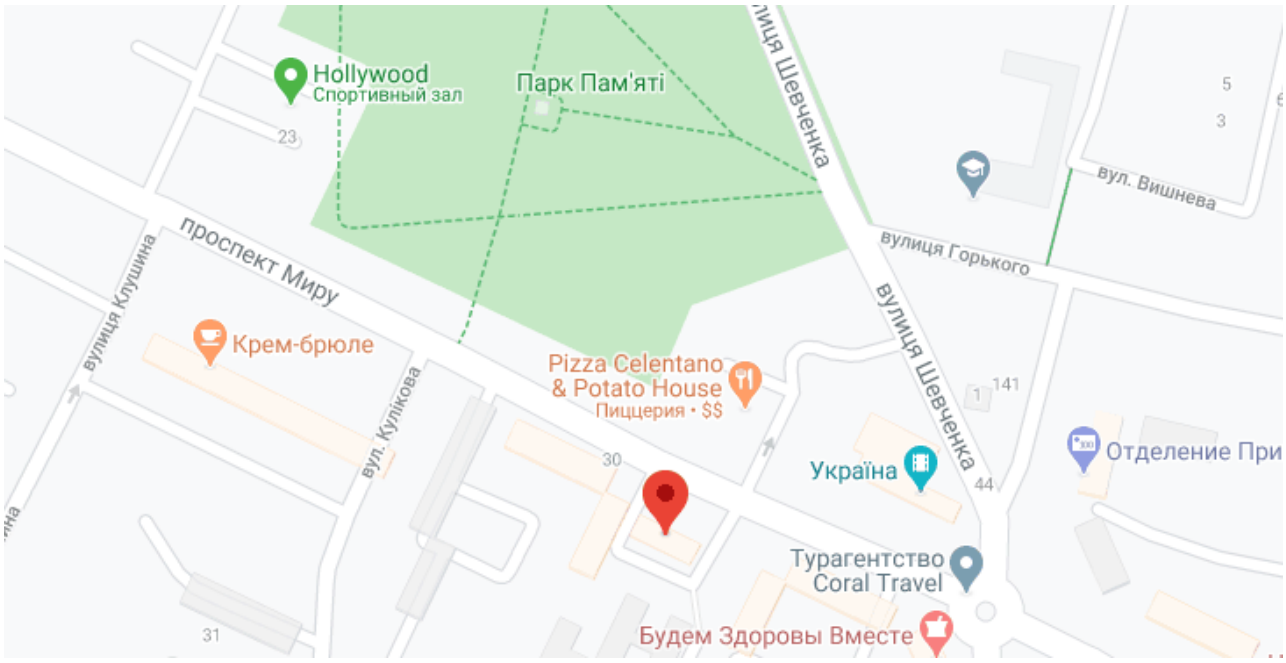


Рисунок 1.1 – Місце розташування ресторану «Пармезан»

Ресторан має терасу (Додаток 2), зал всередині приміщення та у 2018 році була відкрита «Дитяча кімната Пармезан» (Додаток 3) на цокольному поверсі. Загалом у приміщенні в середньому 50 посадочних місць та окремий зал для святкування банкетів. Тут можна не тільки відпочити в гамаку на веранді в оточенні живих квітів, а й дуже смачно поїсти. З недавніх пір відвідувати ресторан гостям і жителям міста стало ще престижніше завдяки впровадженню супер модної системи виклику офіціанта ТМ RECS. У залі щільний аромат спецій, пармезану, випічки, кави і нових ідей. З порога можна зустріти друзів, а улюблені кухари помахають з відкритої кухні і обов’язково нагодують чимось дуже смачним. Ресторан «Пармезан» – це будинок з прекрасними традиціями

ділових обідів і дружніх вечерь з келихом доброго вина і відмінним меню. Ресторан пропонує страви італійської та української кухні, різноманітні спиртні напої і, звичайно ж, неповторну каву. Елементи інтер'єру поєднуються з інтер'єром першого поверху і витримані в одному стилі.

До складу виробничих приміщень входять; гарячий цех, холодний цех, цех доробки напівфабрикатів, овочевий цех, мийка кухонного посуду, мийка посуду. До адміністративних приміщень зараховують кабінет директора, бухгалтерію. До побутових приміщень відносять роздягальню для персоналу, душову та туалетні кімнати. Ресторан «Пармезан» має велику вивіску, при вході в ресторан розташоване фойє. У фойє передбачені: дзеркало на повний зріст, туалетна кімната. Для створення оптимального мікроклімату в ресторані є система кондиціонування повітря.

Організаційно-правова форма підприємства: ФОП – фізична особа-підприємець.

Види діяльності відповідно до КВЕД:

- секція I «Тимчасове розміщування й організація харчування»;
- розділ 56 «Діяльність із забезпечення стравами та напоями». Цей розділ включає діяльність з обслуговування їжею та напоями за умови, що їжу та напої споживають на місці у традиційних ресторанах, ресторанах самообслуговування або швидкого обслуговування, що працюють як постійно, так і тимчасово, з наданням місць для сидіння або без їх надання;
- клас 56.10. Діяльність ресторанів, надання послуг мобільного харчування. Цей клас включає послуги з надання харчування споживачам, незалежно від того, чи подаються вони в спеціальних місцях громадського харчування або в ресторанах самообслуговування, їдять їх у приміщенні, чи забирають із собою або замовляють додому. Сюди відноситься приготування та подача їжі для негайного споживання з моторизованих автомобілів або немоторизованих вагончиків.

1.2. Характеристика процесу організації роботи підприємства

Ресторани - це не тільки найважливіший вид підприємств економічної діяльності, але і складна організаційна структура, яка характеризується розподілом цілей і завдань управління між цілими підрозділами і окремими працівниками. Організаційна структура - сукупність способів, за допомогою яких процес праці спочатку поділяється на окремі робочі завдання, а потім досягається координація дій по вирішенню завдань [Генрі Мінцберг, «Структура в кулаці»].

На чолі ресторанного підприємства «Пармезан» знаходиться сам власник, або призначений власником керуючий. Роботою з різного роду документами займається особистий секретар керівника підприємства. Контроль над роботою персоналу здійснюється заступником керівника з персоналу. Ця людина контролює роботу всіх штатних груп: сервісної, технічної, кухонної і складської. У сервісну групу входять офіціанти, бармени. Технічна група - це мийники посуду, прибиральники. Очолює кухонну групу старший кухар, який керує командою кухарів і звітує про роботу всієї групи заступникові керівника.

1.3. Аналіз технології надання послуг

Згідно з ДСТУ 3279-95 «Стандартизація послуг. Основні положення» – це сукупність операцій, які реалізує виконавець під час контакту зі споживачами послуг під час реалізації кулінарної продукції та організації дозвілля.

Схема технологічного процесу обслуговування складається з наступних операцій:

1) зустріч гостей;

2) супроводження гостей та їх розміщення;

3) прийом замовлення;

4) сервіровка столів відповідно до прийнятого замовлення;

5) передача замовлення на виробництво;

6) отримання замовлення, доставка його до робочого місця офіціанта;

7) подавання холодних страв та напоїв до столу;

8) заміна використаних приборів та тарілок;

9) підготовка столу до подавання солодких страв та гарячих напоїв;

10) подавання солодких страв та гарячих напоїв;

11) подавання рахунку;

12) розрахунок з гостями та прощання з ними;

13) підготовка столу до нового обслуговування.

В закладах ресторанного господарства зазвичай велику увагу приділяють меню, асортименту страв та фірмовим стравам.

Принципи компонування меню в ресторані «Пармезан».

Створення меню для ресторану можна розділити на кілька етапів. Спочатку формується концепція: групи напоїв і страв, позиції по кожній групі і цінові категорії. Потім проводиться тестова дегустація, після якої відбираються ключові страви в меню. Фінальна стадія - створення технологічних карт і вибір оптимальної подачі страви відвідувачеві. Зазвичай запрошується досвідчений шеф-кухар для складання технологічних карт приготування страв, якими надалі користуються кухарі ресторану. Гість дивиться на розворот меню за принципом «Зворотного Z»: верхній правий кут, верхній лівий, нижній правий, нижній лівий.

Найважливіша інформація розміщується у верхній частині сторінки. Один інгредієнт, особливо з коротким терміном зберігання, не входить тільки в одну страву. Його можуть не замовити, як ви розумієте. Що призведе до списань і збитків. Всі інгредієнти для страв основного (постійного) меню постійно доступні для закупівлі в нашому регіоні в належній якості, необхідній кількості і за прийнятною ціною.

Все меню побудовано за одним принципом, за яким закуски чергуються в суворій послідовності, яка описана далі:

Холодні закуски:

- рибні,
- м'ясні,
- овочеві.
- салати:
- м'ясні,
- овочеві.

Гарячі закуски :

- рибні,
- м'ясні,
- овочеві.

Перші страви :

- Спочатку бульйони,
- Заправні супи (борщі, щі, солянка)
- Пюреподібні супи овочеві, з курки

Другі гарячі страви (основні):

- Рибні
- Відварна риба або припущена
- Риба в соусі
- Смажені
- Запечені

М'ясні основні блюда:

- Натуральні страви з м'яса (біфштекс, стейк різного ступеня прожарювання)
- Страви під соусом (бефстроганов)
- Страви з птиці і дичини (рябчики, курчата)
- Овочеві страви

Гарніри

Десерти

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ УПРАВЛІНСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ЕКОНОМІЧНО-ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА

2.1. Характеристика основних функцій та методів управління підприємством

На директора ресторану «Пармезан» покладено відповідальність за організацію і результати всієї торгово-виробничої діяльності підприємства:

– виконання встановленого плану по товарообігу та прибутку;

– культуру обслуговування відвідувачів;

– якість продукції, що випускається;

– стан обліку та контролю, збереження матеріальних цінностей;

– дотримання трудового законодавства, наказів та інструкцій вищестоящих організацій.

Директор персонально відповідає за підбір і розстановку кадрів. У зв'язку з цим директор розпоряджається матеріально-грошовими коштами, набуває майно і інвентар, укладає договори і угоди, переміщує, звільняє (відповідно до трудового законодавства України), заохочує працівників, накладає дисциплінарні стягнення. Директор контролює роботу всіх ділянок підприємства, дотримання правил санітарії та гігієни, техніки безпеки; забезпечує чітке виконання усіма працівниками правил внутрішнього розпорядку.

Головний бухгалтер ресторану «Пармезан» має вищу професійну (економічну) освіту і стаж роботи на посаді бухгалтера-ревізора не менше 3 років. Головний бухгалтер:

– на основі діючих рецептур, закупівельних цін, торгових націнок розробляє калькуляцію на продукцію, що реалізується в ресторані;

– розраховує ціну на продукцію, що відпускається;

– здійснює контроль над змінами рецептур, закупівельних цін і торгових націнок, уточненням цін на готову продукцію і вносить відповідні уточнення в калькуляційні картки;

– веде реєстрацію калькуляційних карток за встановленою формою;

– виконує на основі заявок шеф-кухаря розрахунок необхідної кількості продуктів для приготування страв, напівфабрикатів та кулінарних виробів;

– виконує вибірку з товарних звітів і ведення оперативного обліку випущених страв та власної продукції;

– виписує ярлики цін матеріально-відповідальних осіб;

– бере участь у ревізії товарно-матеріальних цінностей.

Без підпису головного бухгалтера грошові та розрахункові документи, фінансові і кредитні зобов'язання вважаються недійсними і не приймаються до виконання.

На посаду адміністратора ресторану «Пармезан» призначається особа, яка має середню професійну освіту і стаж роботи за фахом в системі громадського харчування не менше 2 років.

Посадові обов'язк**и адміністратора** ресторану «Пармезан»:

– координує роботу підлеглих йому працівників ресторану, контролює їх вихід на роботу, перевіряє зовнішній вигляд працівників;

– забезпечує дотримання стандартів обслуговування відвідувачів;

– консультує відвідувачів з питань, що стосуються надання рестораном послуг;

– вживає заходів щодо запобігання і ліквідації конфліктних ситуацій;

– розглядає претензії, пов'язані з незадовільним обслуговуванням відвідувачів, проводить необхідні організаційно-технічні заходи.

– контролює дотримання підлеглими працівниками трудової та виробничої дисципліни, правил і норм охорони праці, вимог виробничої санітарії і гігієни;

– перевіряє підготовку залу ресторану до роботи: чистоту залу, барної стійки, кімнати гігієни, сервіровку столів, запас посуду на роздачі;

– розподіляє офіціантів по позиціях і закріплює за ними додаткові обов'язки, стежить за постійною присутністю офіціантів на позиціях;

Старший офіціант призначається на посаду і звільняється з посади в установленому чинним трудовим законодавством порядку наказом директора підприємства. Старший офіціант ресторану «Пармезан» знає і дотримується:

– накази і розпорядження вищого керівництва; правила внутрішнього розпорядку;

– банкетне меню ресторану;

– інструкції з техніки безпеки, виробничої санітарії та особистої гігієни;

–види і правила сервірування столу і обслуговування;

– види і призначення столових приборів, посуду, столової білизни.

Старший офіціант несе відповідальність за стан і сервіровку закріплених за ним столів; за точність прийнятого замовлення; за своєчасність і правильність подачі страв і напоїв; за чистоту в залах; за створення атмосфери гостинності та культури обслуговування; за злагодженість в роботі офіціантів (робота в команді); за правильність сервірування банкетів, фуршетів; за допомогу новим офіціантам.

Відповідно до посадової інструкції та правилам внутрішнього трудового розпорядку, **шеф-кухар ресторану «Пармезан» підпорядковується безпосередньо директору ресторану**. На посаду шеф-кухаря призначається особа, що має вищу професійну освіту і стаж роботи за фахом не менше 3 років або середню професійну освіту і стаж роботи за фахом не менше 5 років.

Кухар ресторану «Пармезан»:

– забезпечує підготовку робочого місця до початку робочого дня;

– готує основну продукцію, що входить в меню, і готує обіди для персоналу, строго дотримуючи технологічний процес і згідно встановленим рецептам;

– дотримується правил товарного сусідства і ротації продуктів, контролює терміни реалізації продуктів;

– заздалегідь робить заготовки для наступного банкету;

– підтримує чистоту і порядок на кухні і на своєму робочому місці;

– своєчасно інформує про відсутність продуктів, про несправності інвентарю, сантехніки;

– бере участь в планових генеральних прибираннях;

– дотримується правил внутрішнього трудового розпорядку і техніки безпеки праці, санітарні вимоги і правила особистої гігієни, виробничої та трудової дисципліни, правил внутрішнього трудового розпорядку;

– своєчасно проходить медичні обстеження, здає аналізи.

Мийник посуду ресторану підпорядковується адміністратору і шеф-кухарю. Він здійснює мийку столового та кухонного посуду із застосуванням миючих засобів протягом всього робочого дня, очищає столові і кухонні прилади від харчових відходів, здійснює приготування дезінфікуючих розчинів відповідно до санітарних норм, доставляє чистий посуд на роздавальні столи, містить в чистоті приміщення мийної, веде облік надходження і бій посуду.

Професія бармена - одна з найбільш творчих в ресторанному бізнесі: щоб змішувати коктейлі, треба володіти не тільки відповідними знаннями, а й креативним мисленням, фантазією, хорошим смаком і бажанням придумувати власні рецепти. Бармен повинен бути приємним співрозмовником для кожного без винятку гостя, в тому числі і для того, хто з якихось причин викликає у нього антипатію. Основний обов'язок бармена – швидко і красиво виконувати замовлення клієнтів, чим більше рецептів коктейлів він знає, тим краще. До барменам пред'являються досить жорсткі вимоги, адже в його розпорядженні невелике, але все-таки виробництво (холодильники, мийні машини, електричні міксери, блендери та інші пристосування для приготування коктейлів), а також барне скло всілякого розміру і призначення (келихи, фужери, склянки , чарки і т.п.) і, звичайно, напої. Номенклатура напоїв навіть в простенькому барі – не менше 20-30 найменувань, не кажучи вже про респектабельних, де перелік вин, міцних і безалкогольних напоїв досягає сотень найменувань.

Бармен виконує наступні функції:

– забезпечує чітке і ввічливе обслуговування гостей і персоналу, діючи в рамках як ресторанних, так і державних правил;

– відповідає за приготування напоїв, звітність за розрахунками з гостями, зовнішній вигляд бару, рівень обслуговування: готує і подає напої гостям і офіціантам бару відповідно до готельними рецептами і стандартами; готує і реєструє рахунки, веде облік касової готівки депозитів і документів по вивірки рахунків відповідно до інструкцій;

– отримуючи напої зі складу, звіряє з заявкою кількість і обсяг пляшок;

– відповідає за утримання в чистоті бару і прилеглих до нього приміщень, збереження напоїв, що поставляються в бар, оформляє вітрину бару, готує аксесуари до напоїв (лимони, горіхи, оливки і т.п.).

Від **офіціанта** залежить дуже багато чого. Саме він вступає в тісний контакт з гостем, формуючи перше враження про заклад. І якщо від спілкування з ним у гостя залишився неприємний осад, то ліквідувати його буде дуже непросто. Можна сказати, що офіціант – це та людина, яка задає тон. Посадові обов'язки:

– сервіровка столу в відповідно до встановлених стандартів;

– контроль над чистотою, станом і комплектністю приладів, посуду, скатертин та серветок на закріплених за офіціантом столах;

– знання меню, основних і сезонних страв і напоїв, пропонованих гостям;

– консультування гостей з приводу особливостей страв і напоїв при складанні замовлення;

– прийом замовлень від клієнтів;

– подача страв і напоїв відповідно до встановлених правил обслуговування;

– вжиття заходів, в рамках своєї компетенції, з вирышення проблем, що виникли у клієнта;

– створення в закладі атмосфери гостинності (відношення до гостей, манера поведінки, зовнішній вигляд);

– подання рахунку гостям і отримання плати.

2.2. Аналіз організаційної структури управління підприємством

Організаційна структура може бути різною. На це впливають такі чинники, як організаційно-правова форма підприємства, тип ресторану, різноманітність послуг, що надаються, чисельність персоналу. Від особистих і ділових якостей керівників та спеціалістів, їх кваліфікаційного рівня, залежить якість прийнятих управлінських рішень та результати їх реалізації, тому можна сказати, що кадровий потенціал підприємств харчування визначає рівень ефективності функціонування їх господарської системи. Кадри підприємства харчування – це основний інструмент, за допомогою якого можна досягти успіху.

Працівники в ресторані «Пармезан» повинні працювати чесно і сумлінно, додержуватись дисципліни праці, своєчасно і точно виконувати розпорядження власника, підвищувати продуктивність праці, поліпшувати якість продукції, додержуватись технологічної дисципліни, вимог по охороні прані, техніці безпеки та виробничій санітарії.

Весь трудовий колектив закладу ресторанного господарства можна поділити на адміністрацію і персонал. До адміністрації відносять:

– керівників, які організовують роботу структурних підрозділів; вони приймають управлінські рішення і несуть повну відповідальність за результати роботи підприємства;

– спеціалістів, які приймають участь в розробці варіантів управлінських рішень і несуть відповідальність за якість виконаної роботи; це співробітники, які виконують функції економістів, бухгалтерів, юристів, технологів тощо;

– технічних виконавців, які мають професійно-технічну освіту і виконують допоміжні функції.

Персонал, зазвичай, поділяють на:

– робочих, які безпосередньо контактують з відвідувачами, до них відносяться офіціанти, бармени, сомельє тощо;

– робочих другої лінії, до функціональних обов'язків яких не входить

контакт з гостями; вони підтримують приміщення і обладнання в робочому стані, готують продукцію до подачі тощо.

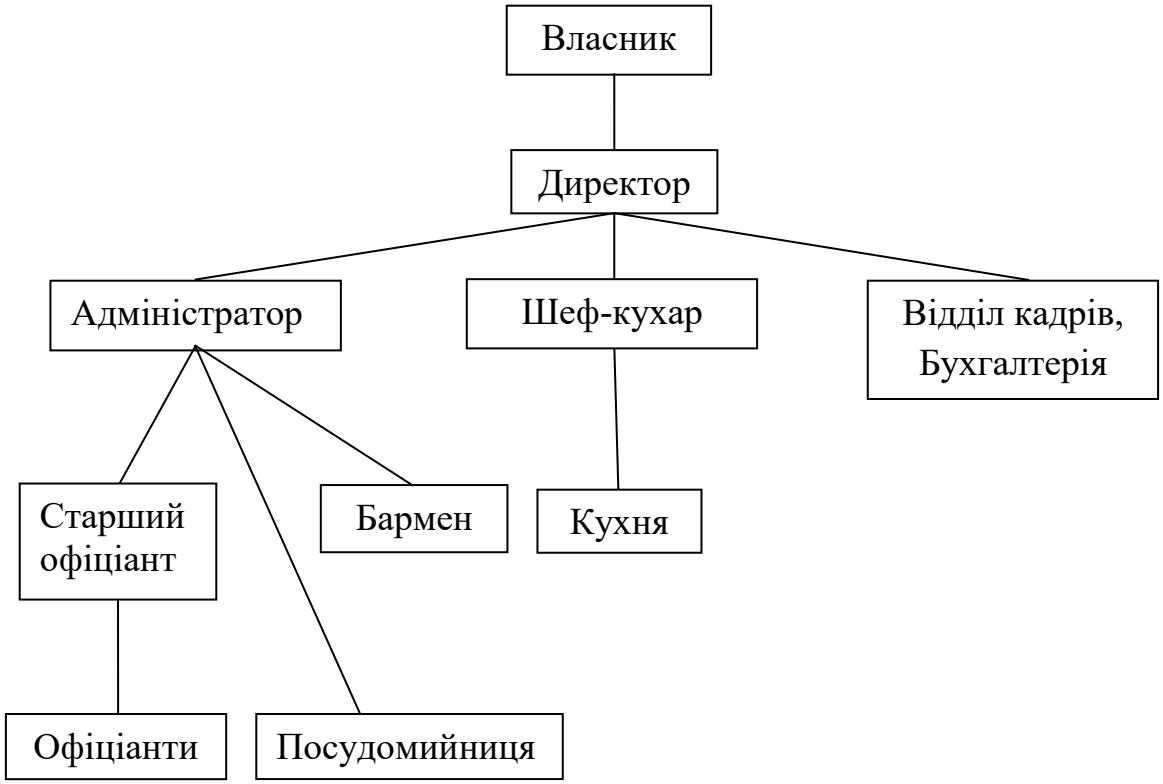


Рисунок 2.1 – Організаційна структура ресторану «Пармезан»

Графік роботи в ресторані, визначає початок щоденної роботи, час обідньої перерви і закінчення робочого дня, встановлюється для працівників з урахуванням його діяльності. Прихід на роботу не пізніше, ніж за 15 хвилин до початку роботи. Залишати робоче місце можна тільки з дозволу менеджера або керівника відділу. Палити дозволено тільки під час кави-паузи (15 хвилин) в спеціально відведеному для цього місці. Забороняється паління біля службового входу в ресторан. Ввічливе та дбайливе відношення до гостей, щира усмішка при обслуговуванні. При спілкуванні з колегами дотримуватись також правила поведінки: усмішка та вітання при зустрічі. Персонал повинен слідкувати за чистотою і порядком на території ресторану, а також дотримуватись чистоти на робочому місці.

2.3. Характеристика кадрової політики на підприємстві туристичної індустрії

Працівники ресторану «Пармезан» реалізують право на працю шляхом укладення трудового договору про роботу з керівництвом відповідно до Кодексу законів про працю України. Прийняття на роботу здійснюється на підставі заяви, трудового чи цивільно-правового договорів, конкурсу. При прийнятті на роботу працівник зобов'язаний:

– подати трудову книжку, оформлену у встановленому порядку, а у випадку, коли особа поступає на роботу вперше і не має трудової книжки,

– паспорт, диплом або інший документ про освіту чи професійну підготовку та інші документи відповідно до діючого законодавства України про державну службу. Військовослужбовці, звільнені з лав Збройних сил України та інших військових формувань, створених відповідно до чинного законодавства України, пред'являють військовий квиток.

– ідентифікаційний код.

Укладення трудового договору оформлюється наказом керівника підприємства про прийняття працівника на роботу, який оголошується під розписку. У наказі вказується посада згідно зі штатним розписом, умови праці, дата, з якої працівник приступає до виконання службових обов'язків. При укладенні трудового договору угодою сторін може бути обумовлено випробувальний термін з метою перевірки відповідності працівника роботі, яка йому доручається чи згідно з рекомендацією конкурсної комісії. Строки випробування встановлюються відповідно до чинного законодавства України. До початку роботи керівництво ресторану зобов'язане:

– ознайомити працівника з Правилами внутрішнього трудового розпорядку, колективним договором, умовами праці та роз'яснити його права і обов'язки;

– визначити працівникові робоче місце, забезпечити його необхідними для роботи засобами;

– проінструктувати працівника з правил охорони праці, техніки безпеки, виробничої санітарії, гігієни та протипожежної безпеки.

Працівники мають право розірвати трудовий договір, укладений на невизначений строк, попередивши про це керівництво підприємства, письмово за два тижні. При розірванні трудового договору з поважних причин, передбачених чинним законодавством України, працівник звільняється у строк, про який він просить. Строковий трудовий договір розривається на вимогу працівника достроково у разі хвороби або інвалідності, які перешкоджають виконанню ним роботи за трудовим договором, а також у випадку порушення керівництвом підприємства, установи, організації законодавства про працю, колективного або трудового договору та з інших поважних причин, передбачених чинним законодавством України. Розірвання трудового договору з працівником за ініціативи керівництва здійснюється з урахуванням вимог Кодексу законів про працю України. Припинення трудового договору оформлюється наказом керівника, який оголошується працівникові під розписку. У день звільнення працівникові видається трудова книжка та здійснюються відповідні розрахунки.

Працівники зобов'язані:

– працювати чесно і сумлінно, дотримуватись дисципліни праці, своєчасно і точно виконувати розпорядження керівництва, а також обов'язки, що визначені посадовими інструкціями;

– постійно вдосконалювати організацію своєї праці;

– підвищувати професійний рівень і ділову кваліфікацію;

– дотримуватись вимог з охорони праці, техніки безпеки та протипожежної безпеки;

– вживати заходи до термінового усунення причин і умов, які перешкоджають або утруднюють нормальну роботу, інформувати про це керівництво;

– утримувати своє робоче місце у чистоті і порядку, не палити у службових приміщеннях;

– ефективно використовувати оргтехніку, бережливо ставитись до майна, економити і раціонально витрачати матеріали, електроенергію та інші матеріальні ресурси;

– уважно ставитись до колег по роботі, сприяти створенню сприятливого психологічного клімату у колективі.

Працівники мають право:

– на отримання заробітної плати відповідно до посади;

– на просування по службі згідно з чинним законодавством з урахуванням кваліфікації та здібностей і виконання своїх службових обов'язків;

– на безпечні та належні умови праці;

– на соціальний і правовий захист відповідно до чинного законодавства України;

– захист своїх законних прав і інтересів у порядку, передбаченому чинним законодавством України.

2.4. Аналіз виробничої діяльності підприємства

Виробничий персонал набирається в залежності від кількості і якості наданих послуг. Для кожної посади розробляють функції, обов'язки, права і відповідальність, які оформляються у виді посадових інструкцій.

В закладі ресторанного господарства завжди є завідувач виробництвом (шеф-кухар), який займається організацією процесу виробництва, його удосконаленням, запровадженням прогресивних технологій тощо. Завідувач виробництвом відноситься до керуючого складу і підпорядковується безпосередньо директору. Офіціант при обслуговуванні гостей має дотримуватися основних правил етикету і сервування столу, і при цьому знати характеристики і особливості приготування страв, уміти пропонувати їх, бути обережним і уважним при сервіруванні й прибиранні посуду; володіти іноземними мовами, знаннями основ психології і принципів професійного етикету тощо.

2.5. Аналіз системи ціноутворення на підприємстві

Для розробки відповідної цінової політики в ресторані «Пармезан» чітко визначили **цілі** ціноутворення у формі конкретних економічних цілей.

Ставлячи за мету цінової політики ***досягнення лідерства в якості пропонованих продуктів***, підприємство прагне перевершити конкурентів шляхом максимального підвищення якісних характеристик послуг, що надаються. Покращення їх якості означає і підвищення ціни на них. І якщо таке підвищення розглядається споживачами як цілком допустиме, то підприємство може з успіхом уникнути конкурентної боротьби.

Систем цін і тарифів, що застосовується на підприємстві на основні, додаткові та спеціальні послуги (товари і продукцію) у національній валюті складається перш за все з попиту відвідувачів ресторану «Пармезан».

Визначення ціни на товари та продукцію у ресторані залежить від наступних факторів:

- технології приготування страв;
- престижу закладу;
- попиту, який базується на багаточисленних позитивних відгуків відвідувачів на різноманітних сайтах;
- від високої долі добавленої вартості (заробітної плати), пов’язаної з високими професійними якостями та високою вишколеністю персоналу;

Ціноутворення з орієнтацією на попит базується на сприйнятті цінності товару чи послуги. При цьому приймається до уваги сприйняття товару (послуги) споживачем, тобто те, скільки він готовий заплатити за пропонований продукт з певними споживчими властивостями. Підприємство може встановити високу ціну на свій товар (послугу) тоді, коли він (вона) представляє для покупця більшу цінність. Зі зменшенням цінності товару для споживача ціна знижується. При цьому в обох випадках витрати виробництва можуть бути однаковими. У такому підході до визначення ціни вони розглядаються лише як обмежувальний фактор, що показує, чи може товар за обчисленої зазначеним методом ціною приносити запланований підприємством прибуток.

В умовах ринку комерційна організація, яка самоорганізовується в

соціально орієнтовану систему, функціонує в жорстких умовах конкурентного середовища і має повну господарську самостійність. За такої ситуації її діяльність спрямована на отримання переваг над конкурентами. Це зумовлює необхідність переходу від традиційного до якісно нового підходу до процесу управління продажем у торговельних підприємствах, який ґрунтується на використанні концепції маркетингу. Такий підхід повинен забезпечити задоволення потреб ринку, прискорення товарообороту та збільшення прибутковості торговельного підприємства.

У боротьбі за залучення нових і збереження вже набутих клієнтів підприємства йдуть на поступки, які виявляються в різноманітних преференціях для покупців. У зв'язку з цим на сьогодні в Україні набула поширення така відома в усьому світі форма залучення клієнтів, як розпродаж товарів, яку можна розглядати як вивільнення від стокових товарів, а також залучення нових клієнтів.

У бухгалтерському обліку причинами зниження фактичної ціни продажу товару є уцінка або знижки. Тому під час розпродажу виникає питання щодо доцільності проведення уцінки чи запровадження системи знижок.

Як показує світовий досвід, розпродаж вигідний усім учасникам торгового процесу: покупець отримує товар зі значною економією, продавець оперативно реалізує товар, виробник не зазнає сезонного спаду виробництва. Отже, розпродаж — це маркетингова діяльність, яка зазвичай здійснюється в конкретний проміжок часу, в конкретній споживчій сфері і заохочує прямий відгук покупців за допомогою додаткових вигод, що для продавця виявляється в зниженні цін. Зниження ціни товару в бухгалтерському обліку передбачено Положенням (стандартом) бухгалтерського обліку 9 "Запаси", затвердженим наказом Міністерства фінансів України від 20,10.99 р. Ка 246. Згідно з п. 25 П(С)БО 9, якщо на дату балансу ціна запасів знизилася або вони зіпсовані, застаріли або іншим способом втратили первісне очікувану економічну вигоду — запаси відображаються за чистою вартістю реалізації. При цьому чиста вартість реалізації визначається по кожній одиниці запасів вирахуванням з очікуваної ціни продажу передбачуваних витрат на завершення виробництва і збут.

РОЗДІЛ 3. МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ

3.1. Характеристика системи маркетингу підприємства

Розглянутий метод ціноутворення в значною мірою **відповідає концепції маркетингу** підприємства і передбачає врахування в ціні наявності в товарі вигоди, які шукає споживач, і його готовності платити за ці вигоди. При цьому виявляється стеля цін – максимальна ціна, яку споживач згоден сплатити за даний товар. Отже, в основі ціни лежить суб'єктивна оцінка цінності товару покупцями. Ця оцінка залежить від багатьох чинників, зокрема – від одержуваної при використанні товару віддачі, додаткових психологічних переваг, наданих гарантій, рівня обслуговування і т.п. Наприклад ресторан пармезан використовує такі методи просування і реклами свого закладу:

1. У ресторану є своя сторінка в соціальній мережі інстаграм, де присутня фото- і відеоконтент, звіти, оновлення меню, інтер'єру і т.п, а також можливість залишити відгук, коментар і поставити запитання.

2. Заклад можна знайти в Гугл Бізнес, карти Гугл, Яндекс і ДубльГІС - найпопулярніші пошукові ресурси.

Пошук в Twitter і «ВКонтакте». Обидва цих сервісу дозволяють вручну моніторити будь-які згадки назви заведенія.Поіск по сервісу «Яндекс.Блогі». Ключова особливість сервісу - індексація всього інтернету, включаючи Facebook, що робить його для нас просто незамінним. Працює він за таким же принципом, як і попередні: вводите назву закладу та бачите останні упомінанія.Сервіс «Сповіщення Google». Google Alerts дає можливість підписатися на потрібні ключові слова і отримувати на пошту посилання зі згадуванням цих слов.Маркетінг в ресторанному бізнесі головним чином грунтується на просуванні страв і напоїв, адже це і є товар, який ви продаєте. Щороку щось змінюється, але їжу фотографують все. Почніть самі викладати цікаво оформлені страви зі свого меню - це завжди працює. Найкраще, звичайно, викладати їх в Instagram, але особливо вдалі і обговорюються: можна розмістити і в інших мережах.

3.2. Оцінка ефективності маркетингової діяльності підприємства

Оцінку ефективності маркетингової діяльності підприємства проведемо на основі SWOT-аналіз розвитку зовнішнього оточення підприємства, його вплив на загальну результативність діяльності і дослідження слабких та сильних сторін підприємства та відображено в таблиці1.

Таблиця 1

SWOT-аналіз розвитку зовнішнього оточення підприємства, його вплив на загальну результативність діяльності і дослідження слабких та сильних сторін підприємства

Джерело: [розроблено автором].

	Сильні сторони	***Слабкі сторони***
Ресторан «Пармезан»	– гарна кухня; – дорогий інтер'єр; – доброзичливий персонал; – наявність доставки по замовленню; – наявність дитячої кімнати; – наявність критої літньої тераси;	– високі ціни ; – погане паркувальне місце ; – нестача персоналу; – низька оплата праці деяких працівників;
	Можливості	***Загрози***
	– зробити оригінальну пропозицію; –створення свого веб-сайту для замовлення з розділом "Відгуки та пропозиції"; – збільшення об'єму продажу; – підтримання популярності: ранні сніданки або пізні недільні, довгі гучні посиденьки або замовлення «з собою», урочисті заходи або романтичні побачення;	– конкуренти пропонують безкоштовну доставку; – у конкурентів є спеціальні пропозиції; – збільшення кількості конкурентів; – постійний «плин кадрів»;

Продовження Таблиці 1

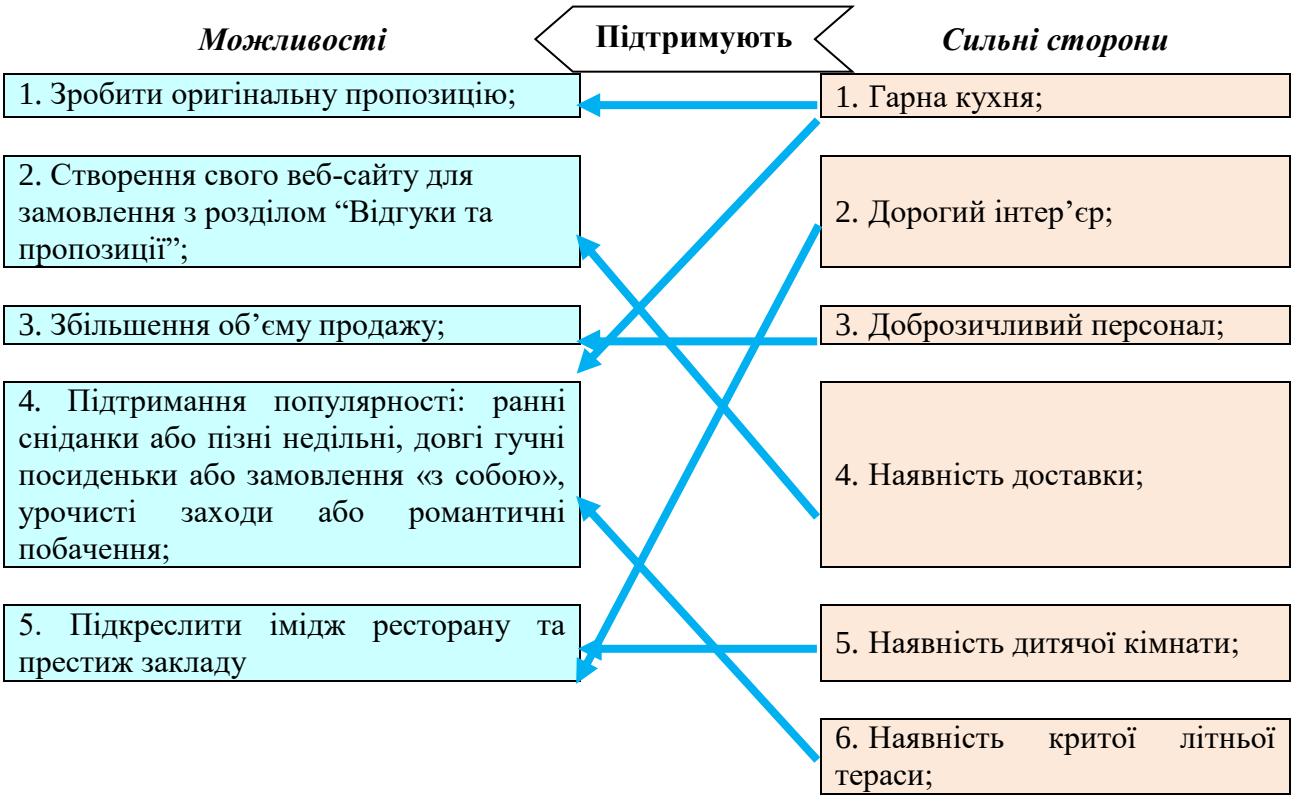
Ресторан «New York Street Pizza»	***Сильні сторони***	***Слабкі сторони***
	– Молодіжний інтер'єр; – Приваблива цінова політика; – Веб сайт адаптований під мобільні пристрої ; –Широкий асортимент напоїв;	–Некваліфікований персонал; – Постійний «плин кадрів»; – Маленьке паркувальне місце; –Тривалий час очікування замовлень;
	Можливості	***Загрози***
	–Зробити гостей постійними ; –Розширити місце для святкування банкетів ; –Розширення асортименту страв ;	–Багато нових конкурентів ; –Вихід на ринок більш цікавого продукту;

Оцінка конкурентоспроможності ресторану «Пармезан» проведена автором з допомогою SWOT-матриці конкурентного профілю, зображеної нижче.

SWOT-матриця конкурентного профілю ресторану «Пармезан»

Джерело: [розроблено автором].

Порівняльні переваги. Співставлення сильних сторін (внутрішні фактори), щоб максимально використати можливості (зовнішні фактори).



Продовження SWOT-матриці.

Виклики. *Як подолати слабкі сторони (внутрішні фактори) через використання можливостей (зовнішні фактори).*

Слабкі сторони	**Зменшують**	***Можливості***
1. Високі ціни ;		1. Зробити оригінальну пропозицію;
2. Погане паркувальне місце;		2. Створення свого веб-сайту для замовлення з розділом “Відгуки та пропозиції”;
3. Нестача персоналу;		3. Збільшення об’єму продажу;
4. Низька оплата праці деяких працівників;		4. Підтримання популярності: ранні сніданки або пізні недільні, довгі гучні посиденьки або замовлення «з собою», урочисті заходи або романтичні побачення;
		5. Підкреслити імідж ресторану та престиж закладу

Продовження SWOT-матриці.

Ризики. *Вплив загроз, які підкріплені слабкими сторонами.*

Загрози	**Посилюють**	***Слабкі сторони***
1. Конкуренти пропонують безкошовну доставку;		1. Високі ціни ;
2.У конкурентів є спеціальні пропозиції;		2. Погане паркувальне місце;
3. Збільшення кількості конкурентів;		3. Нестача персоналу;
4. Постійний «плин кадрів»;		4. Низька оплата праці деяких працівників;

РОЗДІЛ 4. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ У ПЕРІОД КАРАНТИННИХ ОБМЕЖЕНЬ

4.1. Проблеми ресторанного бізнесу у період карантинних обмежень

У 21 столітті відвідування ресторану перестало бути показником достатку і набуло глобальної культурної значимості. На вулицях будь-якого міста можна зустріти заклади з абсолютно різними концепціями та ціновою політикою. Безліч людей готові віддати будь-які гроші, щоб їсти смачно і при цьому нічого не готувати Але, на жаль, катастрофа "covid19" зруйнувала багато років роботи рестораторів, шефів і інших працівників цієї сфери. Тема виживання ресторанів у період карантину є зараз як ніколи актуальною та потребує максимальної уваги.

За даними Торгово-промислової палати України можна виділити наступні проблеми ресторанного бізнесу в нашій країні під час карантину:

1. Плата за оренду приміщення.

2. Погана якість сервісу: заклади з недбалим ставленням до сервісу не зможуть вистояти проти карантину.

3. Місце розташування: ресторани з віддаленим місцем розташування рідше затребувані для доставки.

4. Персонал. Недоброзичливе спілкування з гостем може сильно підірвати імідж ресторану. Управлінці і персонал повинні говорити і підтримувати один одного в скрутний час.

5. Недотримання та порушення строків поставки готової продукції і сировини.

До пандемії, ресторанний ринок в Україні зростав досить не погано та навіть мав рекордні показники з продажу. Кількість закладів харчування в Україні в 2018 році збільшилася на 4,8%, така тенденція зберігалася і в 2019 році. Але в кінці березня 2020 року через пандемію виручка українських ресторанів катастрофічно впала на 80-90%. А вже в квітні весь ресторанний ринок обрушився майже в два рази. Стало зрозуміло що з карантину вийдуть не всі. 15% українських ресторанів, які закрилися через вірус так і не

відновили свою роботу. Яскравим прикладом тому в місті Ізмаїлі є ресторан «Гранат». Під час закриття ресторанів на карантин, держава дозволила продовжувати роботу тільки на винос і на доставку. Після першої хвилі карантину ресторани відкрилися, але за умови працювати тільки на літніх терасах і лише з дотриманням карантинних правил. У закладах з'явилися санітайзери на столах, офіціанти повинні обслуговувати гостей виключно в масках і рукавичках, звичайне меню деякі заклади замінили віртуальним через QR-код.

З огляду на статистику Київського міжнародного інституту соціології тільки 30% віддають перевагу відвідувати ресторани, інші 70% вибирають харчуватися вдома в умовах пандемії. У місті Ізмаїл один з головних видів дозвілля – похід в заклади громадського харчування. У місті дуже багато різних ресторанів, кафе і піцерій, де можна смачно і відносно недорого поїсти. Наступ карантину залишив людей без можливості відвідувати заклади харчування, більш того за деякими даними, після послаблення жорсткого карантину і можливості часткового відновлення роботи громадського харчування з 100 чоловік, які раніше відвідували бари, кафе і ресторани, зараз таку звичку зберегли всього сорок.

Через карантин безліч людей втратили свою роботу в сфері громадського харчування. Багатьом довелося роз'їхатися по селах додому, так як не було чим платити за оренду житла.

4.2. Перспективи розвитку ресторанного бізнесу у період карантинних обмежень

По всьому світу ресторатори намагаються врятувати свій бізнес і створюють нові умови для відвідування закладів[10]. Наприклад, в місті Амстердам один з ресторанів тестує спеціальні, індивідуальні «теплиці» розраховані на дві персони, які допомагають зберігати безпеку, або в деяких закладах власники садять за стіл іграшки, щоб забезпечити дистанцію між гостями. Ресторан «Francini Cafe De Colombia» в Великобританії встановив

очищувачі повітря і розділив столики шторками для душа. У Швеції був винайдений новий спосіб безпечного обслуговування. Ресторан "Bord For En" (столик на одного) – це заклад всього лише з одним столиком, який знаходиться на природі в 50 метрах від кухні. Офіціантів в ресторані немає, а кошик з їжею доставляє спеціальний підйомник. Страви для гостей готують шеф-кухарі Расмус Перссон і Лінда Карлссон. Заклад приймає одного гостя за весь день і пропонує йому обід, що включає три страви. В обід, який щодня оновлюється входять такі продукти: сметана, ікра з водоростей, масло лісового горіха, шашлик, чорниця і пюре з жовтої моркви з імбирем. В кінці трапези гості самі вирішують скільки заплатити. Після кожного клієнта стіл протягом шести годин поспіль пустує, а потім ретельно проходить дезінфекцію. Столові прибори обробляють два рази в день. Незважаючи на всю дивність цього закладу, він пролунав на всю Швецію і став дуже популярним, єдиний стіл зарезервований до кінця місяця і гості залишають дуже немалі кошти за його відвідини.

В українських ресторанах люди познайомилися з віртуальним меню. Таке меню не вимагає фізичного контакту, що є набагато безпечнішим, ніж звичайне. **На кожному столику приклеюється QR-код**, який кожен гість може відсканувати за допомогою телефону та перейти на офіційний сайт закладу, щоб зробити своє замовлення.

Після кожної хвилі карантину всім підприємствам харчування потрібно час на реабілітацію, так Тетяна Авраменко (керуюча рестораном) пропонує наступний план щодо відновлення роботи закладів ресторанного бізнесу[9]:

1. Командний дух. Поради щодо правильної організації роботи колективу.

2. Аналіз продуктової картини: що краще купувати в перший час без перебоїв з постачанням.

3. Перевірка цінової політики.

4. Несподіваний сюрприз. Впровадження заходів задля зацікавлення та здивування гостей.

5. Відкриття та теплий прийом.

Потрібно намагатися, щоб гість не думав про карантин і отримував хороші емоції тут і зараз. Не можна опускати руки і необхідно зберігати позитивний настрій.

Підбиваючи підсумки, можна сказати, що з одного боку карантин допоміг рестораторам переглянути пріоритети і цінності, навчив більше прислухатися до гостей, проявив важливість командного духу. Заклади ще більше дізналися свої сильні і слабкі сторони, що допоможе їм виходити на доставку сильними і не втрачати момент. Проти карантину вистоять тільки найсильніші і якісні проєкти, які знову прийдуть уже з новими, гарячими пропозиціями і будуть заслуговувати увагу гостей. Безсумнівно, що ресторани зможуть відновитися до докарантинного рівня. Після карантину люди будуть шукати спосіб скинути напругу і пережити стрес, одним з варіантів це зробити буде відвідати улюблений заклад після затяжної ізоляції. Ресторанний бізнес – це не тільки продаж, це улюблена справа і пристрасть власників, це про контакт і спілкування людей (побачення, ділові зустрічі, свята, сімейні посиденьки), це естетика, це щасливі моменти, які відкарбуються в пам'яті. Багато рестораторів зауважують на тому, що ринок змінився і як раніше вже не буде. Зміняться ціни, запити гостей, та ще багато чого зміниться. Швидше за все популярність наберуть простіші і бюджетні варіанти. Ресторанам доведеться добиватися довіри гостей і заманювати їх новими пропозиціями[11].

ІНДИВІДУАЛЬНЕ ЗАВДАННЯ

Принципи виживання ресторанного господарства у період карантину

Спілкування зі своїм персоналом і відвідувачами.

Хоча б один раз на місяць, бажано частіше проводити збори персоналу. Приходьте готовими слухати (і головне чути) більше, ніж ви будете говорити на цих зборах. Якщо у вас у штаті є хороші порядні люди, вони скажуть, що працює, а що ні. Як тільки вони побачать, що ви відкриті для пропозицій, вони поділяться з вами ідеями про те, як поліпшити ті або інші операції. І можливо, принесуть такі ідеї, які вам ніколи не приходили в голову. Подібні зустрічі також є хорошим шансом прояснити атмосферу будь-яких образ, які можуть виникнути між людьми або з вами. Не забувайте зберігати відкритість і грати чесно.

Спрощення управління запасами.

Необхідність викидати продукти харчування, які зіпсувалися, або сказати відвідувачам, що їхнє улюблене блюдо не входить в меню, тому що якогось інгредієнта зараз немає в доступності на складі – є кошмаром для будь-якого ресторатора. У першому випадку – це викинуті гроші, а в другому – це може коштувати вам втрати клієнтів. З сьогоднішньої технологією раціональне використання запасу продуктів може автоматично контролюватися. Це не тільки допоможе вам уникнути надмірного або недостатнього постачання, але також може спростити виявлення крадіжки співробітниками або неправильного використання інгредієнтів.

Приймайте нові технології.

Комп'ютерне століття багато зробило для ресторанної індустрії. Сучасні ресторанні технології значно полегшили ношу управлінських навантажень і дали менеджерам ресторанів доступ до величезної інформації, про яку вони ніколи не мріяли в минулому. Можна придбати окремі програми або інтегровані системи, які можуть значно вплинути практично на кожен етап вашої роботи. Зараз в безлічі ресторанів уже використовується величезна

кількість IT-продуктів, для полегшення управлінням ресторану і підвищення ефективності роботи.

Шукайте допомогу серед конкурентів.

Для багатьох це найскладніша проблема. Як соціальна група, менеджери і власники ресторанів, як правило, незалежні. Однак проста істина полягає в тому, що ніхто не може бути експертом в кожному можливому аспекті будь-якого бізнесу, тим більше такого складного, як громадське харчування. Будь то вибір меню, система обліку, планування кухні або їдальні зали, фахівці допоможуть вам поліпшити роботу вашого бізнесу. Необхідно бути чесним із самим собою і варто звернутися за порадою до фахівців, які можуть допомогти максимізувати ваш прибуток, мінімізувати ваші витрати і значно підвищити ефективність вашого ресторану. Це не повний список пропозицій щодо поліпшення роботи вашого ресторану. Проте, ці невеликі поради є гарною відправною точкою для ілюстрації можливих способів підвищення ефективності ваших операцій з управління.

Діяльність у виконанні заходів ресторану «Пармезан» на період карантинних обмежень та пропозиції по їх удосконаленню

Заходи ресторану «Пармезан» на період карантинних обмежень здійснювалися відповідно до постанови МОЗ України №32 від 02.06.2020 в котрій зазначено, що обслуговування в закладах громадського харчування здійснюється відповідно до законодавства про безпечність та окремі показники якості харчових продуктів, санітарних норм та правил та з урахуванням цих тимчасових рекомендацій, спрямованих на запобігання ускладнення епідемічної ситуації внаслідок поширення коронавірусної хвороби (COVID-19).

Тимчасові рекомендації МОЗ України зведено в таблицю 2 (Додаток 5).

Одним із шляхів виживання ресторанних закладів в період карантину є максимальне скорочення витрат. Виділимо основні пропозиції щодо просування, які допоможуть зберегти бізнес:

1. Доставка їжі до дому. Найпростіший спосіб заробітку на даний момент. Успіх буде в тому випадку, якщо швидкість і якість не буде поступатися конкурентам.

2. Промокоди і реклама в соціальних мережах. Промокод – це набір символів, які при замовленні дарують знижку. Можна використовувати для залучення уваги або як нагадування про себе.

3. Програма лояльності. Наприклад, система знижок для постійних клієнтів або карта з нарахуванням балів за кожне замовлення або за запрошених друзів.

4. Сайт закладу. Перед тим як відвідати ресторан, гості часто дізнаються про заклад основну інформацію в мережі Інтернет, продивляються відгуки і т. д. Офіційний сайт дуже спростить цю задачу, якщо за допомогою сайту гість ще й зможе зробити замовлення.

5. Відгуки. Дуже потужний інструмент для просування, постійне відстежування і реакція на відгуки це зворотний зв'язок з гостем. Демонстрація свого бажання поліпшити якість і прийняти всі побажання на замітку.

Детальніше про те, як переживають пандемію заклади харчування можна розглянути на прикладі ресторану «Пармезан», що знаходиться в місті Ізмаїл. При послабленні карантину в «Пармезані» працювала тільки літня тераса. На всіх столах був присутній дезінфектор і одноразове меню. Всі меблі та декор ретельно оброблялися кілька разів на день. З ранку кожен співробітник проходив температурний скринінг і при найменших симптомах нездужання відпускався додому. Також в ресторані розміщений документ (Додаток 4), в якому міститься інформація щодо запобіжних заходів. Гостей розсаджували подалі один від одного і на території майданчика не знаходилося більше 20 осіб.

Найскладніший час для ресторану настав при жорсткому карантині, коли було дозволено працювати тільки на винос і доставку. Перший час дохід був хорошим, так як гості не могли розлучитися з улюбленими стравами. Але незабаром через закриття підприємств багато хто залишився без роботи і

зрозуміло без заробітної плати – в результаті почалася економія. Замовлення здійснювалися в основному за рахунок постійних клієнтів, замовлень на винос було 40%, а на доставку 60%. Доставка від 350 грн. оплачувалася за рахунок закладу. З персоналу в ресторані було двоє кухарів, які відповідали за приготування страв на холодному і гарячому цеху і адміністратор або офіціант, відповідальний за приймання та відправлення замовлення.

Доставка – це ключ до часткового порятунку ресторанного сектора[12].

Пропонуємо алгоритм дій для організації успішної доставки:

1. Наявність актуального попиту серед гостей (якірний продукт).
2. Страва, яку можна приготувати з мінімальним використанням ресурсів (продуктів, персоналу) по низькій-середній собівартості.
3. Швидкість приготування від 10 до 15 хв і зберігання якості страви в період доставки.
4. Ціна скомбінована такими факторами (ринок – ціни конкурентів, платоспроможність людей, універсальна торгова пропозиція).
5. Вигідні пропозиції (бонуси, вартість доставки і т.д.).
6. Умови доставки: від якої суми доставка безкоштовна, вигляд кур’єрів, швидкість.

ВИСНОВКИ

У період практики у ресторані «Пармезан» ми дізналася багато нового в галузі ресторанної індустрії, виконали програму в повному обсязі, пройшли кваліфіковану практику та ознайомилися з роботою ресторану.

Метою практики було оволодіння сучасними методами, формами, технологіями управління закладом ресторанного господарства. Адже на базі одержаних у вищому навчальному закладі знань, формуються професійні уміння і навички для прийняття самостійних рішень під час конкретної роботи в реальних виробничих умовах.

Ми ознайомилися з основними суб’єктами ресторанної індустрії в м. Ізмаїлі, виявляли специфіку функціонування закладу ресторанного господарства «Пармезан».

1. Ознайомились з виробничими процесами на підприємстві в цілому і в окремих цехах.
2. Набули навичок організаторської діяльності в колективі.
3. Навчилися застосовувати набуті теоретичні знання на практиці.
4. Оволоділи навичками існуючої практики формування туристичного продукту.
5. Оволоділи технологіями обслуговування клієнта.
6. Виконали практичне вивчення організаційно-економічної структури ресторану «Пармезан», набули професійних навичок, вивчили посадові інструкції, ознайомилися з інформаційною базою, господарською діяльністю тощо;
7. Прийняли участь в організації і проведенні маркетингових досліджень;
8. Взяли участь в роботах по виконанню обов’язків співробітника підприємства і разових доручень.
9. Взяли участь у виконанні заходів ресторану «Пармезан» на період карантинних обмежень з метою пожвавлення бізнесу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Радченко Л.О. Організація виробництва на підприємствах громадського харчування. 2000. - 320 с. (Серія підручники XXI століття).

2. Радченко Л.О. "Обслуговування на підприємствах громадського харчування" /. (Сер. «Підручники XXI століття»). - Ростов н / Д: Фенікс, 2001. - 384 с. Ростов-на-Дону, "Фенікс", 2001р.

3. Нікуленкова Т.Т., Маргелов В.М. «Проектування підприємства громадського харчування» М. «Економіка», 1987р.

4. Сборнік рецептур страв и кулінарніх виробів національніх кухонь народів. М. МП «Віка», 1992р.

5. Кучер Л.С. Шкуратова Л.М. «Організація обслуговування на підпріємствах громадського харчування» М. «Ділова література», 2002р.

6. Ковалев Н.І. Куткін Н.М. Кравцова В.А. «Технологія Приготування їжі» М. «Ділова література» 2002р.

7. ГОСТ Р 50647-94 «Громадське харчування. Терміни та визначення».

8. Правила Надання послуг громадського харчування.

9. Ресторан після карантину: як налагодити роботу і залучити гостей. URL: https://mind.ua/ru/openmind/20211376-restoran-posle-karantina-kak-naladit-rabotu-i-privlech-gostej (дата звернення: 11.12.2020).

10. Як змінилися через covid-19 ресторани в різних країнах. URL: https://www.rbc.ru/photoreport/23/05/2020/5ec785159a794726b165afc0 (дата звернення: 15.12.2020).

11. Що чекає ресторанний бізнес в 2020 році. URL: https://joinposter.com/post/what-waits-for-cafes-and-restaurants-next-year (дата звернення 15.12.2020).

12. Як ресторани вчаться виживати без відвідувачів. URL: https://biz.liga.net/all/prodovolstvie/article/karantin-bankrotstvo-restorany-uchatsya-vyjivat-bez-posetiteley-poluchitsya (дата звернення: 16.12.2020).

ДОДАТКИ

Додаток А

ПИЦЦА ИЗ ДРОВЯНОЙ ПЕЧИ

Диаметр 30 см

ЕСЛИ НЕ МОЖЕШЬ ОСТАТЬСЯ - ВОЗЬМИ С СОБОЙ!

МАРГАРИТА 105
соус на основе томатов, моцарелла, базилик

4 СЫРА 157
сливочный соус, моцарелла, горгонзола, фета, пармезан, орегано

ПАРМА 165
соус на основе томатов, моцарелла, прошутто, руккола, сладкие черри, пармезан, орегано

ВЕРОНА 145
моцарелла, куриная грудка, охотничьи колбаски, бекон, шампиньоны, свежие томаты, готовится на белом чесночном соусе

ПАРМИДЖАНО 156
соус на основе томатов, моцарелла, копченое мясо, куриная грудка, свежие томаты, пармезан, дор-блю, орегано

ГАВАЙСКАЯ 147
сливочный соус, моцарелла, куриная грудка, ветчина, ананас, пармезан, орегано

ПЕППЕРОНИ 154
соус на основе томатов, моцарелла, салями, пармезан, орегано

4 МЯСА 165
соус на основе томатов, моцарелла, бекон, куриная грудка, ветчина, салями, свежие томаты пармезан, орегано

КО ВСЕМ ПИЦЦАМ МОЖНО ДОБАВИТЬ:

МОЦАРЕЛЛА 50г 27
ГРИБЫ 50г 19
БЕКОН 50г 26
ОЛИВКИ 20г 19
ДОР-БЛЮ 30г 39
МАСЛИНЫ 20г 19
ПАРМЕЗАН 20г 26
СОУС ДЛЯ БОРТИКОВ 50г 25

ЗАВТРАКИ ALL DAY

ГРАНОЛА С ЙОГУРТОМ 200г 75
и ягодным соусом

АВОКАДО ТОСТ ИЗ ЧЕРНОГО ХЛЕБА 250г 125
с кремом из авокадо, фетой и яйцом пашот

ТОСТ С ЛОСОСЕМ 250г 159
с яйцом пашот и сырным соусом

ОМЛЕТ ИЗ ТРЕХ ЯИЦ 300г 75
с беконом и томатами
с оливками и фетой
подаем с хрустящими тостами и сливочным маслом

ЯИЧНИЦА ГЛАЗУНЬЯ ИЗ ДВУХ ЯИЦ 250г 70
с хрустящим беконом,
подаем с тостами и сливочным маслом

ШАКШУКА С ОВОЩАМИ 300г 85
блюдо из яиц, жаренных в соусе из томатов, болгарского перца, лука и пряных трав

ОВСЯНАЯ КАША С КАРАМЕЛЬНЫМ ФУНДУКОМ 300г 65
можем приготовить на молоке/воде

ФРАНЦУЗСКИЕ ТОСТЫ 300г 79
с копченым мясом, крем-сыром и томатами

ЛЮБИМЫЕ СЫРНИКИ 200/30/30г 95
с медом и сметаной

СЫРНИКИ «ТРИ МОЛОКА» 250г 115
с кремом из Филадельфии

PARMEZAN
restaurant & pizza

Додаток Б

СЭНДВИЧИ & БУРГЕРЫ

PARMEZAN БУРГЕР 300/100/30г 169
пшеничная булочка для бургера, сочная котлета, сыр, свежие томаты, салат, карамелизированный лук,
подаем с картофелем фри и соусом BBQ

СЭНДВИЧ С КУРИНОЙ ГРУДКОЙ ГРИЛЬ 230/100/30г 125
пшеничная булочка, крем-сыр, свежие томаты и специальный соус
подаем с картофелем фри и соусом BBQ

СЭНДВИЧ С ТЕЛЯТИНОЙ ГРИЛЬ 250/100/30г 165
пшеничная булочка, крем-сыр, томаты, карамелизированный лук, дор-блю и специальный соус
подаем с картофелем фри и соусом BBQ

БРУСКЕТТЫ

БРУСКЕТТЫ С ПЕЧЕНЫМ СЛАДКИМ ПЕРЦЕМ И ФЕТОЙ 140г 75
с соусом песто

БРУСКЕТТЫ С ТОМАТАМИ И ОЛИВКАМИ 150г 75
с соусом песто и фетой

БРУСКЕТТЫ С ЛОСОСЕМ 125г 145
с авокадо и крем-сыром

БРУСКЕТТЫ С ХАМОНОМ 125г 125
с вялеными томатами, песто и фетой

СУПЫ

КУРИНЫЙ БУЛЬОН С ФРИКАДЕЛЬКАМИ 300г 65

КРЕМ-СУП ГРИБНОЙ 300г 75

КРЕМ-СУП ИЗ ТЫКВЫ 300г 70
с хрустящим бэконом

СОЛЯНКА 300г 85

ТОСКАНСКИЙ СУП 300г 85
с телятиной и красной фасолью

СЛИВОЧНЫЙ СУП ИЗ ЛОСОСЯ 300г 105

САЛАТЫ

ЦЕЗАРЬ С КУРИНОЙ ГРУДКОЙ 350г 156
листья салата с фирменным соусом, свежими томатами, беконом, перепелиным яйцом, хрустящими крутонами и пармезаном

ГРЕЧЕСКИЙ С ФЕТОЙ 250г 125
микс салата, свежие овощи, фета, маслины, красный лук, орегано

ПАНЦАНЕЛЛА 250г 117
листья салата, свежие овощи, печеный сладкий перец, красный лук, хрустящие гренки, заправляется оливковым маслом

САЛАТ С ПЕЧЕНЬЮ И ГРУШЕЙ 250г 115
микс салата с обжаренными кусочками печени, грецкими орешками и дор-блю

ОЛИВЬЕ С НОРВЕЖСКИМ ЛОСОСЕМ 250г 125
со свежим огурцом и перепелиным яйцом

САЛАТ ИЗ ПЕЧЕНЫХ ОВОЩЕЙ И ТЕЛЯТИНОЙ ГРИЛЬ 250г 154

САЛАТ С ТЕЛЯТИНОЙ 350г 165
листья салата с обжаренными кусочками телятины, сладким перцем, беконом, томатами и огурцом, заправляется горчичным соусом

САЛАТ С КРЕВЕТКМИ 250г 195
микс салата с обжаренными хвостами тигровых креветок, авокадо и апельсином, заправляется кисло-сладким соусом

САЛАТ С МОРЕПРОДУКТАМИ 250г 219

БОУЛ САЛАТ С КУРИНОЙ ГРУДКОЙ И АВОКАДО 250г 149
листья салата с медово-горчичным соусом, черри, дор-блю, киноа, свежий огурец и перепелиное яйцо

ХЛЕБ И ВЫПЕЧКА

ХЛЕБ белый / черный 12

ХРУСТЯЩИЕ ТОСТЫ 15

ЧИАБАТТА 80г 20

ТЕПЛАЯ ЛЕПЕШКА С КУНЖУТОМ 45

ТЕПЛАЯ ЛЕПЕШКА С СЫРОМ 75

PARMEZAN
restaurant & pizza

Додаток В

ХОЛОДНЫЕ ЗАКУСКИ

ПАШТЕТ ИЗ КУРИНОЙ ПЕЧЕНИ 150/50г 125
с луковым мармеладом,
подаем с хрустящими тостами

ИКРА ЩУЧЬЯ 100/50/30г 265
подаем с хрустящими тостами
и сливочным маслом

ГРАВЛАКС ИЗ ЛОСОСЯ 120г 195
малосольный лосось собственного приготовления,
подаем с хрустящими тостиками
и ароматным сливочным маслом

ЗАКУСКА ИЗ СЕЛЬДИ 200г 85
с ароматными греночками из черного хлеба

СЫРНАЯ ПАЛИТРА 270/30/30г 235
с ягодным конфитюром, медом и орехами

ТОСКАНСКАЯ ДОСКА ЗАКУСОК 400г 225
прошутто, салями, чоризо, оливки и красный лук

БАСТУРМА С ЧЕРРИ ТОМАТАМИ 100г 110

КОЛЛЕКЦИЯ ДЕРЕВЕНСКОГО САЛА 350г 147
собственного приготовления, подаем с хрустящими тостиками, с горчицей и чесночным соусом

СЕЗОННЫЕ ОВОЩИ 100г 45
свежие томаты, огурец, зелень и сладкий перец

ГОРЯЧИЕ ЗАКУСКИ

СУЛУГУНИ С ЗЕЛЕНЬЮ 300г 95
и томатами в лаваше

ТЕПЛЫЙ ОВЕЧИЙ СЫР 300г 145
в хрустящей корочке с ягодным соусом и томленым яблоком

ЭКЛЕРЫ С ТОМЛЕНОЙ БАРАНИНОЙ И ОВОЩАМИ 200г 105

ЖУЛЬЕН С КУРИЦЕЙ И ГРИБАМИ 250г 125
запечен в дровяной печи со сливочным соусом и моцареллой

ХРУСТЯЩИЕ КАЛЬМАРЫ 150/30г 165
с соусом тар-тар

КАСТРЮЛЯ ЧЕРНОМОРСКИХ МИДИЙ В СТВОРКАХ 500г 225
в сливочном соусе с пармезаном,
подаем с хрустящим багетом

ЛАНГУСТИНЫ ГРИЛЬ 150г 215
крупные Аргентинских креветки
в специальном маринаде, обжаренные на гриле

ПАСТА

СПАГЕТТИ КАРБОНАРА 350г 115
с беконом и пармезаном

СПАГЕТТИНИ С КУРИЦЕЙ И ГРИБАМИ 350г 128
в сливочном соусе, куриная грудка, грибы, вяленые томаты, репчатый лук, чеснок, паприка

СПАГЕТТИНИ С КРЕВЕТКАМИ 300г 157
в томатном соусе с пармезаном

ТАЛЬЯТЕЛЕ С РАГУ ПО-БОЛОНСКИ 400г 115
классическая паста с рубленой телятиной, помидорной сальсой и пармезаном

РАВИОЛИ СО ШПИНАТОМ И РИКОТТОЙ 250г 95
с пармезаном и кедровыми орешками

РАВИОЛИ С КУРИНЫМ МЯСОМ 250г 110
с пармезаном, шпинатом и кедровыми орешками

РЫБА

ФОРЕЛЬ НА ГРИЛЕ за 100г 75
целая рыбка в печи

ФИЛЕ НОРВЕЖСКОГО ЛОСОСЯ за 100г 150
с жареным рисом и овощами

СТЕЙК ИЗ СОМА НА ГРИЛЕ за 100г 95

ФИЛЕ СУДАКА С ОВОЩАМИ ГРИЛЬ 150/200г 235

СКУМБРИЯ НА ГРИЛЕ НА ОВОЩНОЙ ПОДУШКЕ 200/150г 175

РЫБНОЕ АССОРТИ ГРИЛЬ 1500г 1250
из судака и семги, с тигровыми креветками, овощами гриль и соусом тар-тар
(на компанию)

ГАРНИРЫ

ОВОЩИ ГРИЛЬ 250г 105

КАРТОФЕЛЬ ФРИ 150/30г 67
с соусом BBQ

КАРТОФЕЛЬНОЕ ПЮРЕ 200г 65
с пармезаном

КАРТОФЕЛЬ PARMEZAN 250г 67
с беконом, чесноком и пармезаном

СЛИВОЧНАЯ ПОЛЕНТА 200г 65

PARMEZAN
restaurant & pizza

ЕСЛИ У ВАС АЛЛЕРГИЯ НА КАКОЙ-ЛИБО ПРОДУКТ, ОБЯЗАТЕЛЬНО ПРЕДУПРЕДИТЕ ОФИЦИАНТА ДО ПРИНЯТИЯ ЗАКАЗА

Додаток Г

БЛЮДА НА ОГНЕ

ШАШЛЫК ИЗ КУРИЦЫ	250г	145
ШАШЛЫК ИЗ СВИНОЙ ШЕИ	250г	210
СВИНЫЕ РЕБРЫШКИ BBQ с сырным соусом	500г	257
ГОВЯЖЬИ РЕБРА BBQ с сырным соусом	500г	265
КУРИНОЕ ФИЛЕ ЗАПЕЧЕННОЕ С МОЦАРЕЛЛОЙ с рисом, грибами и сливками	150/200г	145
СВИНОЕ ФИЛЕ В ГОРЧИЧНО-СЛИВОЧНОМ СОУСЕ с картофелем и грибами	150/200г	195
ТОМЛЕНАЯ СВИНАЯ РУЛЬКА В МЕДОВОЙ КАРАМЕЛИ (на двоих)	от 1200г	375
БЕФСТРОГАНОВ ИЗ ТЕЛЯЧЕЙ ВЫРЕЗКИ С ГРИБАМИ и нежным картофельным пюре	200/150г	175
ТЕЛЯТИНА ГРИЛЬ С ГОРГОНЗОЛОЙ	250г	275
СТЕЙК РИБАЙ с картофельными дольками, чесноком и соусом BBQ	от 400г	275
СТЕЙК ТОМАГАВК с картофельными дольками, чесноком и соусом BBQ	от 500г	345
СТЕЙК ФИЛЕ МИНЬОН с картофельными дольками, чесноком и соусом BBQ	250/100г	315
МЯСНОЕ АССОРТИ ГРИЛЬ шашлык из свиной шеи, телятины и курицы, микс овощей гриль (на компанию)	1500г	910
УТИНАЯ ГРУДКА с медовой грушей и горгонзолой	[illegible]	245

ДЕСЕРТЫ

НУ КАК ЖИТЬ БЕЗ СЛАДКОГО

ТРИ МОЛОКА	150г	69
КАРАМЕЛЬНЫЙ ОРЕО ЧИЗКЕЙК из сливочного крем-сыра на основе печенья орео	150г	77
ЧЕРНИЧНЫЙ ЧИЗКЕЙК из сливочного крем-сыра на основе печенья	150г	75
ШОКОЛАДНЫЙ ФОНДАН из двух видов шоколада, подаем с шариком сливочного мороженого	100/50г	69
НАПОЛЕОН традиционное сочетание тончайших коржей из скороспелого теста с нежным заварным кремом и карамелью	250г	69
ЯБЛОЧНАЯ ТАРТА хрустящее слоеное тесто со слайсами яблок и карамелью, подаем с шариком сливочного мороженого время приготовления от 20 минут	200/50г	85
МОРОЖЕНОЕ (2 шарика на порцию) шоколадное/сливочное/манго/фисташка	100г	60

ГОРЯЧИЕ СКОВОРОДКИ

ОХОТНИЧЬЯ С ТЕЛЯТИНОЙ	350г	165
СО СВИНИНОЙ И КУРИЦЕЙ	350г	145

ДОПОЛНИТЕЛЬНО

МЁД		12
МЯТА		7
ИМБИРЬ		10
ДОЛЬКА ЛИМОНА		5
ДОЛЬКА ЛАЙМА		15
ОЛИВКА		8
МОЛОКО	50мл	8
СЛИВКИ	50мл	16
СИРОП	15мл	20

PARMEZAN
restaurant & pizza

Додаток Ґ

МІНІСТЕРСТВО ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ

ПРАВИЛА РОБОТИ ЗАКЛАДІВ ГРОМАДСЬКОГО ХАРЧУВАННЯ НА ПЕРІОД КАРАНТИНУ

ЗАБОРОНЯЄТЬСЯ:

- вхід до закладу без супроводу працівника закладу
- функціонування дитячих кімнат
- проведення свят, бенкетів, майстер-класів, публічних подій тощо, в яких беруть участь більше 10 осіб
- приготування їжі на відкритих кухнях (окрім тих, що відгороджені від відвідувачів перегородкою)
- функціонування буфетів (окремих зон) самообслуговування, в тому числі для самостійного наливання напоїв клієнтами
- самообслуговування у закладах швидкого харчування. Таці, страви, напої та столові прибори має видавати персонал на прохання відвідувача
- більше 4 осіб за столиком без урахування дітей

Правила для літніх терас та їжі й напоїв на виніс не змінилися та залишаються в силі

Додаток Д

Таблиця 2. Тимчасові рекомендації МОЗ України

Загальні рекомендації			
1. Перед початком зміни проводиться температурний скринінг усім працівникам. Працівники, в яких при проведенні температурного скринінгу виявлено температуру тіла понад 37,2 °С або ознаки респіраторних захворювань не допускаються до виконання обов'язків. 2. При проведенні вимірювання температури тіла контактним методом, забезпечується обов'язкова дезінфекція виробу, яким здійснюється термометрія, після кожного його використання згідно з інструкцією виробника дезінфекційного засобу. 3. На вході до закладу або поруч з місцем видачі замовлень (при роботі закладу на виніс) організовуються місця для обробки рук спиртовмісними антисептиками з концентрацією активно діючої речовини понад 60% для ізопропілових спиртів та понад 70% для етилових спиртів. Доцільно розмістити яскравий вказівник про необхідність дезінфекції рук (банер, наклейка тощо).			
У закладах, що здійснюють обслуговування в приміщенні:	**Суб'єкт господарської діяльності повинен забезпечити:**	**Працівники повинні:**	**Відвідувачі повинні:**
– забороняється самостійний вхід відвідувачів до закладу без супроводу працівника закладу; – забороняється функціонування дитячих кімнат; – забороняється проведення свят, банкетів, майстер-класів, публічних подій тощо, у яких беруть участь більше ніж 10 осіб; – забороняється приготування їжі на відкритих кухнях (окрім тих, що відгороджені від відвідувачів перегородкою); – забороняється функціонування буфетів (окремих зон) самообслуговування, в тому числі для самостійного наливу напоїв клієнтами; – в закладах швидкого харчування страви, напої, підноси та столові прибори повинні видаватися персоналом на прохання відвідувача; – адміністрація/персонал самостійно забезпечує та контролює виконання умов з недопущення черг та скупчень відвідувачів; – працівники закладів громадського харчування, в тому числі які видають замовлення та здійснюють розрахунок, повинні бути одягнені в медичну маску або респіратор, окуляри (або захисний екран між працівником та відвідувачем при видачі замовлень на виніс) та одноразові рукавички (ЗІЗ); – після кожного зняття ЗІЗ та одяганням чистої маски / респіратора, одноразових рукавичок працівник повинен ретельно помити руки з милом або обробити їх антисептичним засобом; – адміністрація закладу громадського харчування повинна провести навчання серед працівників щодо правил використання ЗІЗ, їх утилізації та забезпечити контроль за дотриманням зазначених правил.	– постійну наявність рідкого мила, антисептиків та паперових рушників в санвузлах/пеленальних кімнатах. Використання багаторазових рушників заборонено; – інформування клієнтів щодо встановлених обмежень та умов обслуговування в закладі та на офіційних сторінках в мережі Інтернет та соціальних мережах; – вологе прибирання виробничих приміщень та поверхонь на літніх майданчиках, місць контакту рук працівників і клієнтів (ручки дверей, місця сидіння, раковини, столи тощо з використанням миючих та дезінфекційних (в кінці зміни) засобів не рідше ніж кожні 2 години, перед відкриттям та після закінчення робочого дня/зміни; – централізований збір використаних засобів індивідуального захисту, паперових серветок в окремі контейнери (урни) з кришками та одноразовими поліетиленовими пакетами з подальшою утилізацією; – тимчасове відсторонення від роботи осіб з групи ризику, визначених відповідно до Стандартів надання медичної допомоги «Короновірусна хвороба «COVID-19»,затверджених МОЗ України від 28.03.2020 №722.	– регулярно мити руки з милом або обробляти їх спиртовмісними антисептиками не рідше ніж раз на 3 години, та після відвідування громадських місць, використання туалету, прибирання, обслуговування тощо; – утримуватись від дотиків обличчя руками; утримуватись від контактів з особами, що мають симптоми респіраторних захворювань -- кашель, лихоманка, ломота в тілі тощо; – самоізолюватись у разі виникнення симптомів респіраторних захворювань.	– обробити руки антисептичним засобом перед входом на територію закладу громадського харчування; – дотримуватись соціальної дистанції в 1,5 м; – заходити до закладу та пересуватись по ньому вдягнені в в захисну маску, що прикриває ніс та рота (крім часу сидіння за столом з ціллю приймання їжі та/або напоїв).