

Організація харчування в готельно–ресторанному бізнесі

Предметом дослідження є організація харчування в готельно–ресторанному бізнесі.

Метою дослідження є визначення головних аспектів організації харчування в готельно–ресторанному бізнесі.

Методи дослідження. У статті використані діалектичний метод наукового пізнання, метод аналізу і синтезу, порівняльний метод, метод узагальнення даних.

Результати роботи. У статті досліджено основні аспекти організації харчування в готельно–ресторанному бізнесі. Охарактеризовано технологічні процеси приготування та обслуговування гостей. Розглянуто сучасні тенденції організації харчування в готельно–ресторанному бізнесі.

Висновки. Організація харчування в готельно–ресторанному бізнесі – це комплексна система, яка потребує глибоких знань та стратегічного бачення. Успіх такого бізнесу залежить від здатності ефективно планувати, закуповувати, готувати, обслуговувати, управляти персоналом та забезпечувати найвищі стандарти якості та безпеки. В умовах зростаючої конкуренції та динамічних змін на ринку, готельним підприємствам необхідно постійно вдосконалювати свої ресторани підрозділи, впроваджувати інновації та фокусуватися на задоволенні очікувань гостей, для збереження конкурентоспроможності та забезпечення довгострокового успіху. Висока ефективність організації харчування в готельно–ресторанному бізнесі є не лише запорукою прибутковості, але й важливим фактором репутації та лояльності клієнтів. Ефективне управління ланцюгом постачань, оптимізація складських запасів та контроль якості на всіх етапах – від закупівлі сировини до подачі готової страви – є важливими для мінімізації витрат і запобігання втратам. Інвестиції в сучасні технології, такі як системи автоматизації процесів приготування та обслуговування, цифрові платформи для управління замовленнями та відгуками клієнтів, дають можливість не тільки підвищити ефективність, але й отримати аналітичні дані для прийняття обґрунтованих управлінських рішень.

Ключові слова: готельно–ресторанний бізнес, організація харчування, сервіс, управління, асортимент, якість, безпека харчових продуктів, витрати, якість, постачальники.

IVAN SICHKA

The organization of catering in the hotel and restaurant business

The subject of the study is the organization of catering in the hotel and restaurant business.

The purpose of the study is to determine the main aspects of the organization of catering in the hotel and restaurant business.

Research methods. The article uses the dialectical method of scientific knowledge, the method of analysis and synthesis, the comparative method, and the method of data generalization.

Results of the work. The article examines the main aspects of the organization of catering in the hotel and restaurant business. The technological processes of cooking and serving guests are characterized. Modern trends in the organization of catering in the hotel and restaurant business are considered.

Conclusions. The organization of catering in the hotel and restaurant business is a complex system that requires deep knowledge and strategic vision. The success of such a business largely depends on the ability to effectively plan, purchase, prepare, serve, manage personnel and ensure the highest standards of quality and safety. In the face of increasing competition and dynamic changes in the market, hotel enterprises need to constantly improve their restaurant departments, introduce innovations and focus on meeting the highest expectations of guests in order to maintain their competitiveness and ensure long-term success. High efficiency of catering in the hotel and restaurant business is not only a guarantee of profitability, but also a determining factor in the reputation and loyalty of customers. Effective supply chain management, optimization of warehouse stocks and quality control at all stages – from the purchase of raw materials to the serving of the finished dish – are important for minimizing costs and

preventing losses. Investments in modern technologies, such as automation systems for cooking and service processes, digital platforms for managing orders and customer feedback, make it possible not only to increase efficiency, but also to obtain analytical data for making informed management decisions.

Keywords: *hotel and restaurant business, catering, service, management, assortment, quality, food safety, costs, quality, suppliers.*

Постановка проблеми. Сучасний готельно–ресторанний бізнес – це динамічна галузь, що вимагає постійного вдосконалення та адаптації до мінливих потреб споживачів. У цій системі послуга харчування є однією з першочергових ролей, впливаючи на загальне враження гостя від перебування в готелі та формуючи його лояльність. Ефективна організація харчування є основним фактором конкурентоспроможності та прибутковості готельного підприємства. Це складний процес, що охоплює весь ланцюжок від закупівлі сировини до подачі готової страви, а також управління персоналом, маркетинговими стратегіями та контролем якості. Послуги харчування є важливою складовою готельного сервісу. Вони можуть бути представлені різними форматами: від комплексних сніданків, обідів та вечерів для проживаючих до окремих ресторанів, барів, кафе, лобі–барів, служб обслуговування в номерах (room service), а також проведення банкетів, фуршетів та конференцій.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідженням питань організації харчування в готельно–ресторанному бізнесі займалися багато вітчизняних та зарубіжних науковців. Зарубіжні вчені, такі як Н.Д. Ковелл, Дж.Р. Баттерс, їх послідовники, також активно досліджували специфіку ресторанного бізнесу, зокрема, аспекти управління ланцюгами поставок, маркетингові стратегії, впровадження інноваційних технологій, стандарти обслуговування та фінансове планування. Серед українських дослідників, чії праці зробили внесок у цю сферу, необхідно відзначити таких фахівців, як Л.П. Малюк, О.М. Варапаєв, А.В. Зіолковська, Л.М. Мостова та інші. Ці науковці зосереджувались на вивченні комплексу питань, пов'язаних з управлінням процесами приготування, зберігання та реалізації харчової продукції, формуванням меню, оптимізацією роботи кухонь, забезпеченням якості та безпеки страв, а також підвищенням ефективності функціонування підприємств гостинності.

Мета статті – визначення сучасних тенденцій розвитку світового ринку готельних і ресторанных послуг.

Виклад основного матеріалу. Організація харчування в готельно–ресторанному бізнесі є основним фактором успіху, що визначає рівень сервісу, задоволеність гостей та прибутковість закладу. Цей процес охоплює численні аспекти, починаючи від розробки меню та закінчуючи управлінням персоналом і контролем якості.

Основні аспекти організації харчування:

1. Концепція та цільова аудиторія:

– Визначення типу закладу: ресторан, кафе, бар, лобі–бар, рум–сервіс – кожен формат має свої особливості.

– Цільова аудиторія: туристи, бізнес–мандрівники, місцеві жителі, сім'ї з дітьми – від цього залежить асортимент страв, цінова політика та атмосфера.

– Стратегія позиціонування: які переваги буде мати заклад (унікальна кухня, авторські страви, здорова їжа, швидке обслуговування тощо)?

2. Структура та обладнання:

– Планування кухні: ефективно розміщення робочих зон (прийому сировини, зберігання, обробки, приготування, миття посуду) для забезпечення безперебійного процесу.

– Технологічне обладнання: професійне обладнання для приготування, зберігання та сервірування страв (плити, духовки, холодильники, морозильні камери, посудомийні машини, кавоварки, посуд, столові прибори).

– Зони обслуговування: зал для відвідувачів, барна стійка, тераса, зал для банкетів.

3. Меню:

– Розробка меню:

– Вибір страв: враховувати концепцію, цільову аудиторію, сезонність, наявність сировини, технологічні можливості кухні.

– Структура меню: сніданки, бізнес–ланчі, банкетне меню, дитяче меню, вегетаріанське/веганське меню, меню напоїв.

– Опис страв: привабливі та інформативні назви, детальний склад, технологія приготування (за потреби), інформація про алергени.

– Ціноутворення: враховувати собівартість, накладні витрати, ринкові ціни, цінову політику конкурентів.

– Оновлення меню: регулярно оновлювати меню, враховуючи сезонні зміни, тренди та відгуки гостей.

4. Закупівля сировини та контроль якості:

– Вибір постачальників: надійні партнери, що гарантують якість та своєчасність поставок.

– Система контролю якості: перевірка сировини при прийомі, дотримання норм зберігання, контроль температури, термінів придатності.

– Управління запасами: мінімізація втрат, уникнення дефіциту, раціональне використання продуктів.

5. Технологічні процеси приготування:

– Дотримання рецептури: стандартизовані рецепти для забезпечення однакової якості страв.

– Технологія обробки та приготування: застосування сучасних технік приготування, збереження поживної цінності та смакових якостей продуктів.

– Безпека харчових продуктів: дотримання санітарно-гігієнічних норм (НАССР), правильне зберігання, обробка, приготування та подача страв.

6. Обслуговування гостей:

– Стандарти обслуговування: чіткі правила взаємодії з гостями, що забезпечують високий рівень сервісу.

– Навчання персоналу: тренінги з питань етикету, техніки обслуговування, знання меню, комунікативних навичок.

– Організація роботи офіціантів: розподіл зон обслуговування, швидкість подачі страв, уважність до гостей.

– Рум-сервіс: ефективна організація доставки страв у номери.

7. Персонал:

– Підбір кваліфікованого персоналу: шеф-кухар, кухарі, кондитери, бармени, офіціанти, посудомийники.

– Навчання та підвищення кваліфікації: постійний розвиток професійних навичок.

– Мотивація та створення командного духу: сприятлива атмосфера в колективі.

– Розподіл обов'язків: чітке визначення відповідальності кожного співробітника.

8. Управління витратами та прибутковість:

– Контроль собівартості: розрахунок вартості кожної страви.

– Аналіз продажів: відстеження популярності страв, виявлення найприбутковіших позицій.

– Оптимізація витрат: ефективне управління запасами, боротьба з розкраданням.

– Маркетингові стратегії: просування послуг харчування, проведення акцій.

9. Контроль якості та зворотний зв'язок:

– Системи контролю: внутрішній контроль, перевірки санітарних служб.

– Збір відгуків гостей: анкети, онлайн-відгуки, особисті бесіди.

– Аналіз зворотного зв'язку: внесення коректив у роботу закладу.

10. Сучасні тенденції:

– Здорова їжа: підвищення попиту на страви з натуральних продуктів, дієтичні опції.

– Вегетаріанство та веганство: розширення асортименту рослинних страв.

– Локальні продукти: використання місцевих продуктів, підтримка регіональних фермерів.

– Персоналізація: можливість адаптувати страву під індивідуальні потреби гостей.

– Технології: використання систем автоматизації, мобільних додатків для замовлень.

Організація харчування в готельно-ресторанному бізнесі – це складний процес, що потребує постійної уваги, гнучкості та інновацій. Успіх залежить від комплексної роботи над кожним з перерахованих вище аспектів.

Висновки

Організація харчування в готельно-ресторанному бізнесі – це комплексна система, яка потребує глибоких знань та стратегічного бачення. Успіх такого бізнесу залежить від здатності ефективно планувати, закуповувати, готувати, обслуговувати, управляти персоналом та забезпечувати найвищі стандарти якості та безпеки. В умовах зростаючої конкуренції та динамічних змін на ринку, готельним підприємствам необхідно постійно вдосконалювати свої ресторанный підрозділи, впроваджувати інновації та фокусуватися на задоволенні очікувань гостей, для збереження конкурентоспроможності та забезпечення довгострокового успіху. Висока ефективність організації харчування в готельно-ресторанному бізнесі є не лише запорукою прибутковості, але й важливим фактором репутації та лояльності клієнтів. Ефективне управління ланцюгом постачань, оптимізація складських запасів та контроль якості на всіх етапах – від закупівлі сировини до подачі готової страви – є важливими для мінімізації витрат і запобігання втратам. Інвестиції в сучасні технології, такі як системи автоматизації процесів приготування та обслуговування, цифрові платформи для управління замовленнями та відгуками клієнтів, дають можливість не тільки підвищити ефективність, але й отримати аналітичні дані для прийняття обґрунтованих управлінських рішень.

Список використаних джерел:

1. Балабанова Л. В. Маркетинг: підруч. 2–ге вид. перероб. і доп. К.: Знання–Прес, 2004. 645 с.
2. Бородкіна Н. О. Маркетинг: навч. посіб. К.: Кондор, 2007. 362 с.
3. Гаврилко П. П., Колодійчук А. В., Каганець–Гаврилко Л. П., Гуштан Т. В., Крамченко Р. А. Конкурентні технології в міжнародній економіці: підручник. Львів: Вид–во ННВК «АТБ», 2023. 184 с.
4. Гаврилко П. П., Колодійчук А. В., Лазур С. П., Важинський Ф. А. Міжнародна економіка в таблицях, схемах, формулах, задачах і прикладах: навчальний посібник. Львів: Вид–во ННВК «АТБ», 2019. 258 с.
5. Гаврилко П. П., Колодійчук А. В., Важинський Ф. А., Індус К. П. Міжнародні фінанси і фінансовий менеджмент в задачах та прикладах: навчальний посібник. Львів: Вид–во ННВК «АТБ», 2020. 161 с.
6. Гаврилко П. П., Колодійчук А. В., Гуштан Т. В., Каганець–Гаврилко Л. П., Ярема Т. В., Брензович О. І. Міжнародний інвестиційний менеджмент: підручник. Львів: Вид–во ННВК «АТБ», 2025. 193 с.
7. Колодійчук А. В. Інноваційний розвиток промисловості: завдання управління при врахуванні умов недосконалої конкуренції: монографія. Львів: Ліга–Прес, 2015. 324 с.
8. Колодійчук А. В. Інформація як фактор інноваційного розвитку економіки. Формування ринкових відносин в Україні. 2012. № 5/1(132). С. 58–62.
9. Колодійчук А. В., Гуштан Т. В., Молнар О. С., Василюха Н. В., Чобаль Л. Ю. Міжнародні перевезення в міжнародній економіці: підручник. Львів: Вид–во ННВК «АТБ», 2021. 189 с.
10. Старостіна А. О. Маркетингові дослідження: практичний аспект: підручник. К.: Вид. дім «Вільямс», 1999. 263 с.

References:

1. Balabanova, L. V. (2004). *Marketing*: Textbook. [2nd ed. rev. and ext.]. Kyiv: Knowledge Press. [in Ukrainian].
2. Borodkina, N. O. (2007). *Marketing*: Tutorial. Kyiv: Condor. [in Ukrainian].
3. Havrylko, P. P., Kolodiychuk, A. V., Kahanets–Havrylko, L. P., Hushtan, T. V., & Kramchenko R. A. (2023). *Konkurentni tekhnolohiyi v mizhnarodniy ekonomitsi* [Competitive technologies in the international economy]: Textbook. Lviv: ATB Publishing. [in Ukrainian].
4. Havrylko, P. P., Kolodiychuk, A. V., Lazur, S. P., & Vazhynskyy, F. A. (2019). *Mizhnarodna ekonomika v tablytsyakh, skhemakh, formulakh, zadachakh i prykladakh* [International Economics in Tables, Schemes, For-

mulas, Problems and Examples]: Textbook. Lviv: ATB Publishing. [in Ukrainian].

5. Havrylko, P. P., Kolodiychuk, A. V., Vazhynskyy, F. A., & Indus, K. P. (2020). *Mizhnarodni finansy i finansovyy menedzhment v zadachakh ta prykladakh* [International finance and financial management in problems and examples]: Textbook. Lviv: ATB Publishing. [in Ukrainian].

6. Havrylko, P. P., Kolodiychuk, A. V., Hushtan, T. V., Kahanets–Havrylko, L. P., Yarema, T. V., & Brenzovych, O. I. (2025). *Mizhnarodnyy investytsiynyy menedzhment* [International investment management]: Textbook. Lviv: ATB Publishing. [in Ukrainian].

7. Kolodiychuk, A. V. (2015). *Innovatsiynyy rozvytok promyslovosti: zavdannya upravlinnya pry vrakhuvanni umov nedoskonaloyi konkurentsiyi* [Innovative development of industry: the tasks of management taking into account the conditions of imperfect competition]. Lviv: League Press. [in Ukrainian].

8. Kolodiychuk, A. V. (2012). *Informatsiya yak faktor innovatsiynoho rozvytku ekonomiky* [Information as a factor of innovation development of the economy]. In *Formuvannya rynkovykh vidnosyn v Ukrayini* [Formation of market relations in Ukraine]: Vol. 5/1 (132) (pp. 58–62). [in Ukrainian].

9. Kolodiychuk, A. V., Hushtan, T. V., Molnar, O. S., Vasylykha, N. V., & Chobal, L. Yu. (2021). *Mizhnarodni perevezennya v mizhnarodniy ekonomitsi* [International transportation in the international economy]: Textbook. Lviv: ATB Publishing [in Ukrainian].

10. Starostina, A. O. (1999). *Marketynhovi doslidzhennya: praktychnyy aspekt* [Marketing research: practical aspect]: Textbook. Kyiv: Williams Publishing. [in Ukrainian].

Дані про автора

Січка Іван Іванович,

к. е. н, доцент кафедри туристичної інфраструктури та готельно–ресторанного господарства ДВНЗ «Ужгородський національний університет»

ORCID <https://orcid.org/0000-0002-4136-3890>

e-mail: ivan.sichka@uzhnu.edu.ua

Data about the author

Ivan Sichka,

Ph.D. of Economics, Associate Professor of the Department of Tourism Infrastructure and Hotel and Restaurant Management, Uzhhorod National University

e-mail: ivan.sichka@uzhnu.edu.ua

Надходження статті до редакції 15.02.2026

Прийнято до друку 25.02.2026

Опубліковано 27.02.2026