

ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Факультет управління, адміністрування та туризму
Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

Сучасні підходи до організації роботи сомельє в ресторані
(на прикладі ресторану «Амур»)

Назва теми

Рівень вищої освіти бакалавр


Галузь знань 24 «Сфера обслуговування»
Шифр і назва галузі знань

Спеціальність 241 «Готельно-ресторанна справа»
Шифр і назва спеціальності

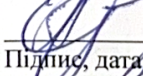
Освітня програма «Готельно-ресторанна справа»
Назва

Шифр 21003

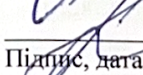
Виконав:
студент 4 курсу група ГРС-21-1


Підпис Владлена ГОРЕНЧУК
Ім'я ПРІЗВИЩЕ


Керівник


Підпис, дата Олена ДАВИДОВА
Ім'я ПРІЗВИЩЕ

Нормоконтролер


Підпис, дата Оксана ГРИНДІЙ
Ім'я ПРІЗВИЩЕ

До захисту допускаю:
Зав. кафедри туризму та готельно-ресторанної справи


Підпис Ігор ЖУРБА
Ім'я ПРІЗВИЩЕ

19 червня 2025 р

ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет управління, адміністрування та туризму

Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

Рівень вищої освіти перший (бакалаврський)


Галузь знань 241 Готельно-ресторанна справа

Шифр, назва
Спеціальність 241 Готельно-ресторанна справа ОП «Готельно-ресторанна справа»

Шифр, назва спеціальності та освітньої програми

ЗАТВЕРДЖУЮ:

Завідувач кафедри


19 " червня 2025 р.

ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ

Горенчук Владлена Олександрівна

Прізвище, ім'я, по батькові студента

1. Тема роботи «Сучасні підходи до організації роботи сомельє в ресторані (на прикладі ресторану «Амур»)»

керівник роботи Давидова Олена Анаоліївна, канд. екон. наук доц. кафедри ТтаГРС
Прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання

Затверджено наказом ректора університету від 07.02 2025 р. № 23 дод. ___

2. Строк подання студентом роботи на кафедру 19 червня 2025 р.

3. Вихідні дані до роботи наукові статті, монографії та навчальні посібники з тематики ресторанного сервісу, барної справи та організації роботи сомельє; фахова література щодо особливостей формування винної карти та сучасних підходів до винного обслуговування; нормативно-правова база; внутрішня інформація ресторану «Амур» (цифрове меню, позиціонування, структура сервісу, візуальне оформлення винної карти); публічні джерела (офіційний сайт, сторінка в Instagram).

4. Зміст пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити) 1. Теоретичні основи та трансформація професії сомельє. 2. Комплексний аналіз функціонування ресторану «Амур». 3. Рекомендації щодо організації роботи сомельє в ресторані «Амур».

5. Перелік графічного матеріалу (із зазначенням обов'язкових креслень) 1. Основні етапи становлення професії сомельє. 2. Порівняння підходів до організації роботи сомельє в різних типах ресторанів. 3. Трансформація функцій сомельє в умовах сучасної ресторанної індустрії. 4. Концепт-профіль ресторану «Амур». 5. Конкурентний профіль ресторану «Амур». 6. SWOT-аналіз ресторану «Амур». 7. Огляд винної пропозиції ресторану «Амур». 8. Аналіз обізнаності персоналу у винному сервісі, статистики замовлення вина та взаємодії персоналу з гостями щодо вибору вина. 9. Порівняння поточного та оптимального стану винного сервісу ресторану «Амур». 10. Етапи впровадження посади сомельє в ресторані «Амур».


6.

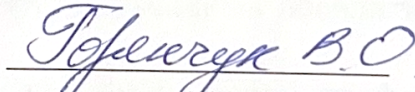
7. Дата видачі завдання 25 квітня 2025 року

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

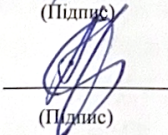
Пор. №	Назва етапів (розділів) кваліфікаційної роботи	Термін виконання етапів роботи	Примітка
1.	Вибір теми дипломної роботи	квітень 2025	виконано
2.	Одержання індивідуального завдання	квітень 2025	виконано
3.	Складання календарного плану графіка написання дипломної роботи	квітень 2025	виконано
4.	Підготовка до виконання дипломної роботи: підбір та вивчення літератури, участь у виконанні науково-дослідних робіт, інші заходи	квітень 2025	виконано
5.	Уточнення теми дипломної роботи та календарного плану-графіка, виходячи зі специфіки базового підприємства	квітень 2025	виконано
6.	Підготовка першого розділу	травень 2025	виконано
7.	Підготовка другого розділу	травень 2025	виконано
8.	Підготовка третього розділу	червень 2025	виконано
9.	Підготовка висновків	червень 2025	виконано
10.	Здача науковому керівнику	червень 2025	виконано
11.	Доопрацювання дипломної роботи з урахуванням зауважень наукового керівника	червень 2025	виконано
12.	Написання та оформлення роботи в остаточному варіанті	червень 2025	виконано
13.	Попередній захист дипломної роботи на кафедрі	червень 2025	виконано
14.	Одержання відгуку наукового керівника	червень 2025	виконано
15.	Одержання рецензії зовнішнього рецензента	червень 2025	виконано
16.	Захист дипломної роботи	червень 2025	виконано

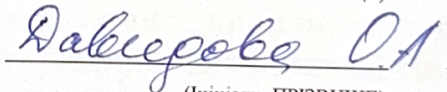
Студент


(Підпис)


(Ініціали, ПРІЗВИЩЕ)

Керівник роботи


(Підпис)


(Ініціали, ПРІЗВИЩЕ)

АНОТАЦІЯ

на кваліфікаційну роботу Горенчук Владлени Олександрівни
Прізвище, ім'я, по батькові

Тема роботи: «Сучасні підходи до організації роботи сомельє в ресторані (на прикладі ресторану «Амур»)»

Назва теми кваліфікаційної (дипломної) роботи

Рівень вищої освіти перший (бакалаврський)

Спеціальність 241 «Готельно-ресторанна справа»

Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

Науковий керівник: канд.екон.наук, доцент Давидова О.А.
Вчений ступінь, вчене звання, прізвище, ініціали

м. Хмельницький, 2025 р.

Кваліфікаційна робота виконана на 46 с., містить 12 таблиць, 13 рисунків, перелік джерел посилання складається з 26 найменувань, 2 додатки.

Актуальність теми дослідження зумовлена необхідністю пошуку нових підходів до вдосконалення ресторанного сервісу з урахуванням змін у споживчих очікуваннях, зростання інтересу до винної культури та потреби в персоналізованому обслуговуванні. В умовах високої конкуренції впровадження посади сомельє є дієвим інструментом стратегічного розвитку ресторану, що дозволяє підвищити якість сервісу, зміцнити бренд закладу та посилити його конкурентоспроможність.

У першому розділі роботи розглянуто теоретичні засади професійної діяльності сомельє, його функції, напрями роботи та компетенції, а також сучасні підходи до організації винного сервісу в закладах ресторанного господарства.

У другому розділі проаналізовано діяльність ресторану «Амур», зокрема середовище його функціонування, організаційну структуру, концепт-профіль, кадрові ресурси та особливості винного сервісу. Проведено SWOT-аналіз, здійснено порівняння з основними конкурентами на локальному ринку, а також досліджено винну карту, рівень підготовки персоналу та взаємодію з цільовою аудиторією.

У третьому розділі сформовано пропозицію щодо поетапного впровадження посади сомельє у винний сервіс ресторану «Амур» та обґрунтовано економічну ефективність цього рішення.

Результати роботи можуть бути використані адміністрацією ресторану «Амур» для покращення якості винного сервісу та обґрунтованого впровадження посади сомельє.

Ключові слова: сомельє, винний сервіс, ресторанний бізнес, винна карта, гастрономічна культура, персоналізація обслуговування, конкурентоспроможність.

ABSTRACT

for diploma thesis Gorenchuk Vladlena Oleksandrivna
Full Name

Work theme: “Modern approaches to sommelier service organization in a restaurant
(on the example of restaurant “Amur”)”

The title of the subject of the qualification (diploma)

First level of higher education (bachelor's degree)

Specialty 241 «Hotel and restaurant business»

Department of tourism and hotel and restaurant business

Scientific supervisor: PhD in Economics, As. Prof. Davydova O. A.
Academic degree, academic title, surname, initials

Khmelnyskyi, 2025

The qualification work is 46 pages long, contains 12 tables, 13 figures, a list of references consists of 26 titles, 2 appendices.

The relevance of the research topic is stipulated by the need to find new approaches to improving restaurant service, taking into account changes in consumer expectations, growing interest in wine culture and the need for personalized service. In a highly competitive environment, the introduction of the sommelier position is an effective tool for the strategic development of a restaurant, which allows improving the quality of service, strengthening the brand of the establishment and enhancing its competitiveness.

The first chapter of the work discusses the theoretical foundations of the sommelier's professional activity, his functions, areas of work and competencies, as well as modern approaches to the organization of wine service in restaurant business establishments.

The second chapter analyzes the activities of the restaurant “Amur”, in particular, its environment, organizational structure, concept profile, human resources and features of wine service. A SWOT analysis is carried out, a comparison with the main competitors in the local market is carried out, and the wine list, the level of staff training and interaction with the target audience are studied.

The third chapter, a proposal for the phased introduction of the position of sommelier in the wine service of the restaurant “Amur” is formed and the economic efficiency of this solution is substantiated.

The work results can be used by the administration of the restaurant “Amur” to improve the quality of wine service and to justify the introduction of the position of sommelier.

Keywords: sommelier, wine service, restaurant business, wine list, gastronomic culture, personalization of service, competitiveness.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ТА ТРАНСФОРМАЦІЯ ПРОФЕСІЇ СОМЕЛЬЄ.....	9
1.1 Історичні етапи становлення професії сомельє.....	9
1.2 Завдання, компетенції та сучасні підходи до організації професійної діяльності сомельє	11
1.3 Сучасні тенденції розвитку винної культури та трансформації професії сомельє.....	16
2 КОМПЛЕКСНИЙ АНАЛІЗ ФУНКЦІОНУВАННЯ РЕСТОРАНУ «АМУР».....	22
2.1 Загальна характеристика ресторану «Амур».....	22
2.2 Аналіз середовища функціонування ресторану «Амур».....	27
2.3 Аналіз рівня задоволеності гостей винним сервісом у ресторані «Амур».....	31
3 РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ОРГАНІЗАЦІЇ РОБОТИ СОМЕЛЬЄ В РЕСТОРАНІ «АМУР».....	35
3.1. Пропозиція впровадження посади сомельє у винний сервіс ресторану «Амур».....	35
3.2 Обґрунтування ефективності впровадження посади сомельє в ресторані «Амур».....	38
ВИСНОВКИ	42
ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ.....	44
ДОДАТКИ.....	47

ВСТУП

Сучасна ресторанна індустрія стрімко трансформується під впливом змін у споживчих пріоритетах, глобалізації гастрономічної культури та цифровізації сервісу. Зростання інтересу до винної культури, персоналізованого обслуговування та емоційного досвіду споживання зумовлює потребу у впровадженні нових ролей у штаті ресторанів — зокрема, професійного сомельє. Саме ця посада здатна інтегрувати винний сервіс у загальну концепцію закладу, підвищити його конкурентоспроможність і задовольнити очікування сучасних гостей.

Актуальність теми дослідження полягає в необхідності адаптації ресторанного сервісу до нових викликів — від підвищеного попиту на експертну рекомендацію вина до формування винної атмосфери як частини загального враження від відвідування закладу. Водночас, у багатьох ресторанах середньо-високого сегменту, зокрема в Україні, відсутність штатного сомельє стримує розвиток винного напрямку й не дозволяє повністю реалізувати потенціал винної карти як інструменту емоційного й економічного впливу.

Питання професійної діяльності сомельє розглядали у своїх працях такі дослідники, як Архіпов І.І., Шевченко І.О., Здор В.М., Борщевський В.С., Яворський А.В. та інші. Вони акцентували увагу на функціональних обов'язках фахівця, елементах винного сервісу, ролі pairing-концепції та організації винної карти. Водночас у науковій та практичній літературі бракує робіт, присвячених комплексному обґрунтуванню доцільності введення посади сомельє на прикладі конкретного ресторану, що й зумовлює вибір теми цього дослідження.

Метою роботи є обґрунтування доцільності впровадження посади сомельє в ресторан «Амур» на основі аналізу поточного стану винного сервісу, споживчих очікувань, внутрішніх ресурсів закладу та економічної ефективності цієї ініціативи.. Для досягнення мети передбачено виконання таких завдань:

— дослідити історичні та теоретичні основи становлення професії сомельє;

- охарактеризувати сучасні компетенції, функції та напрями діяльності сомельє;
- проаналізувати тенденції розвитку винної культури та їхній вплив на сервіс;
- здійснити комплексний аналіз діяльності ресторану «Амур» та середовища його функціонування;
- оцінити поточний стан винного сервісу та визначити потребу у впровадженні фахівця;
- розробити схему поетапного впровадження посади сомельє в закладі;
- обґрунтувати економічну доцільність і прогнозувати ефективність реалізації ініціативи..

Об'єктом дослідження є ресторан «Амур» у місті Хмельницькому.

Предметом дослідження є можливість впровадження посади сомельє в ресторанному сервісі та його вплив на якість обслуговування, імідж закладу і фінансові результати.

Практична значущість роботи полягає в можливості використання її результатів для покращення винного сервісу в ресторані «Амур», формування лояльної клієнтської бази, підвищення рівня обслуговування та конкурентних позицій закладу на ринку.

Робота складається з 46 сторінок, кількість таблиць – 12, рисунків – 13, кількість позицій у списку використаних джерел -26 , додатків -2

1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ТА ТРАНСФОРМАЦІЯ ПРОФЕСІЇ СОМЕЛЬЄ

1.1. Історичні етапи становлення професії сомельє

Професія сомельє має глибоке історичне коріння й тісно пов'язана з еволюцією культури споживання вина в європейських суспільствах. Слово «сомельє» (фр. *sommelier*) вперше зафіксоване в XIII столітті у Франції та походить від латинського слова *summa* (вантаж), що згодом трансформувалося у *somier* — візничий, який відповідав за транспортування та збереження припасів, включаючи вино. З плином часу сомельє почали асоціювати не з транспортуванням, а саме з відповідальністю за винні запаси при дворах знаті та в королівських резиденціях.

У середньовічній Франції сомельє був придворним слугою, котрий відповідав за сервування напоїв під час бенкетів. Його обов'язки включали не лише подачу вина, а й перевірку його якості — у ті часи це мало ще й функцію гарантії безпеки напою для вельмож. У XVII–XVIII століттях із розвитком французької гастрономічної культури та розширенням винної географії роль сомельє поступово формалізується. Вино набуває більшого значення як елемент етикету, символ статусу, а відповідно і професія сомельє — як посередник між вином і споживачем — починає виокремлюватися в окремий фах.

З метою візуалізації основних етапів становлення професії сомельє в табл. 1.1 наведено узагальнену хронологічну таблицю, яка відображає ключові події розвитку цієї спеціальності — від перших згадок у Середньовіччі до сучасного стану в Україні.

Становлення сомельє як професійного фахівця ресторанного сервісу відбулося у XIX столітті. Саме в цей період закладаються перші традиції винного обслуговування у ресторанах Франції, з'являються винні карти та практики фудпейрингу (гармонійного поєднання вина зі стравами). Важливим етапом стало заснування в 1907 році першої професійної спілки сомельє у Франції — *Union des Sommeliers de France*, яка поставила за мету розвиток професії,

стандартизацію знань та захист інтересів працівників галузі.

Таблиця 1.1 – Основні етапи становлення професії сомельє

Період	Подія / Етап розвитку
XIII ст.	Походження терміна <i>sommelier</i> у Франції; відповідальний за транспортування запасів
XV–XVII ст.	Сомельє як придворний виночерпій; перевірка якості напоїв на королівських прийомах
XVIII–XIX ст.	Відокремлення винного сервісу в ресторанах Франції; поява перших винних карт
1907 р.	Заснування <i>Union des Sommeliers de France</i> – першої професійної спілки сомельє
1969 р.	Створення <i>ASI</i> – міжнародного об'єднання сомельє
1990-ті рр.	Формування професії сомельє в Україні, відкриття перших приватних винних закладів
2000 р.	Заснування Асоціації сомельє України
2000–2020-ті рр.	Сертифікація <i>WSET</i> в Україні, відкриття винних шкіл

У XX столітті сомельє став невід'ємною частиною високої ресторанної культури. Відомі кулінарні школи, зокрема *Le Cordon Bleu*, *Paul Bocuse Institute*, включають винну освіту у свої програми. Розширення винного ринку, зростання культури споживання вина та розвиток гастрономічного туризму сприяли закріпленню професії сомельє як престижної та конкурентної. У 1969 році у Франції було створено *Association de la Sommellerie Internationale (ASI)* — міжнародну асоціацію сомельє, яка об'єднує професіоналів із понад 60 країн світу.[1]

В Україні професія сомельє почала формуватися значно пізніше — у 1990-х роках, паралельно з розвитком приватної ресторанної справи. Одним із перших фахових осередків стала Асоціація сомельє України, створена у 2000 році. На сьогодні в Україні діють винні школи та курси, що пропонують навчання за міжнародними стандартами (*WSET*, *Court of Master Sommeliers*), зокрема у Києві, Львові, Одесі та Харкові.

Поряд із професійною еволюцією змінювалися також вимоги до особистості сомельє. Сучасний фахівець має не лише глибокі знання у винній справі, а й розвинені комунікативні навички, етичну культуру, емоційний інтелект і стратегічне мислення. Це зумовлено зростанням ролі сомельє не тільки як консультанта, а й як амбасадора бренду ресторану.

Історія розвитку цієї професії нерозривно пов'язана з розширенням міжнародного винного ринку, виникненням нових виноробних регіонів та демократизацією винної культури. Якщо раніше вино асоціювалося лише з елітарністю, то сьогодні сомельє дедалі частіше працює у сегменті casual dining, де його функція полягає в тому, щоб зробити винний досвід доступним і привабливим для широкого кола споживачів.

Варто зазначити, що професія сомельє активно інтегрується у сферу туризму, готельного бізнесу, event-індустрії та навіть онлайн-комерції. В умовах діджиталізації зростає потреба в фахівцях, які здатні адаптувати традиційний винний сервіс до нових форматів: віртуальних дегустацій, онлайн-продажів, створення відеоконтенту з рекомендаціями щодо вина. Це свідчить про постійну динаміку професії та потребу у її переосмисленні в контексті змін сучасного ринку.

Отже, професія сомельє пройшла довгий шлях — від дворового виночерпія до високоосвіченого фахівця ресторанної справи з багатoproфільними компетенціями. Сьогодні сомельє не просто обслуговує — він створює атмосферу, формує винну ідентичність закладу, підтримує імідж ресторану та сприяє його комерційному успіху.

1.2 Завдання, компетенції та сучасні підходи до організації професійної діяльності сомельє

У сучасному ресторанному бізнесі сомельє є не лише фахівцем із вина, а й ключовою фігурою у створенні високоякісного сервісу, що безпосередньо впливає на формування позитивного іміджу закладу та підвищення його прибутковості. Посада сомельє передбачає широкий спектр обов'язків, які охоплюють не лише роботу з напоями, а й активну взаємодію з клієнтами, управління запасами, навчання персоналу та участь у маркетинговій діяльності.

Сомельє — це спеціаліст ресторанного сервісу, який володіє глибокими знаннями про вина та інші алкогольні напої, здійснює їх підбір, подачу,

зберігання, а також консулює гостей закладу відповідно до гастрономічних поєднань і смакових уподобань клієнта. Його діяльність спрямована не лише на забезпечення якісного винного обслуговування, а й на формування та популяризацію винної культури в межах закладу.

Таке трактування професії відповідає сучасним науковим підходам і підтверджується вітчизняними джерелами. Зокрема, у підручнику «Організація обслуговування у закладах ресторанного господарства» під ред. І. Архіпова чітко зазначено, що сомельє забезпечує комплексний підхід до винного сервісу — від обліку запасів і дотримання умов зберігання до професійної рекомендації напоїв гостям [2].

Водночас, згідно з Проектом професійного стандарту «Сомельє», затвердженим Національним агентством кваліфікацій України у 2025 році, основними завданнями сомельє є реалізація алкогольних напоїв, підтримання належних умов їх зберігання, виявлення неякісної продукції, формування заявок, дотримання етикету та надання професійних консультацій [3].

Для системного представлення ключових обов'язків сомельє у структурі ресторанного обслуговування подано узагальнену схему (рис. 1.1), яка ілюструє основні напрями його діяльності.

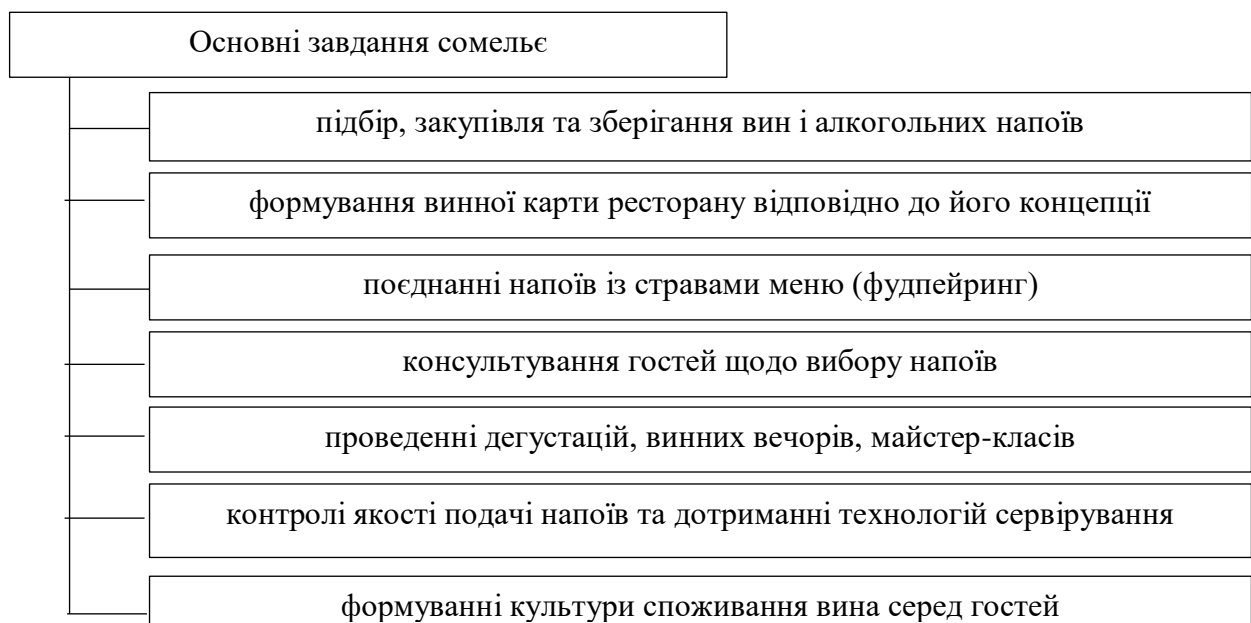


Рис. 1.1 – Основні завдання сомельє

Така візуалізація дає змогу чітко окреслити функціональне навантаження посади та підкреслити її багатопрофільний характер.

Функціональні обов'язки сомельє реалізуються через низку напрямів, кожен з яких відіграє важливу роль у забезпеченні якісного винного сервісу. Аналітичний напрям передбачає постійне вивчення ринку алкогольних напоїв, моніторинг актуальних тенденцій у винній індустрії, аналіз смакових вподобань цільової аудиторії закладу, а також участь у спеціалізованих виставках, конкурсах і професійних заходах з метою підвищення кваліфікації. У межах логістично-управлінської діяльності сомельє організовує облік запасів алкогольної продукції, контролює умови її зберігання (температурний режим, вологість, освітлення) та відповідає за оптимізацію витрат, пов'язаних із закупівлями.

Комунікаційний напрям зосереджений на роботі з гостями ресторану, наданні рекомендацій щодо вибору напоїв, дотриманні етикету, а також на навчанні персоналу, зокрема офіціантів, основам винної культури. Важливим є також тісна співпраця сомельє з кухарями — з метою досягнення гастрономічної гармонії між стравами й напоями. Нарешті, маркетинговий аспект діяльності включає створення контенту для соціальних мереж (презентації, рекомендації), організацію тематичних заходів, дегустацій, винних вечорів, а також розробку акцій, які популяризують культуру вживання вина й підвищують зацікавленість клієнтів.

Усе це вимагає від сомельє широкого спектра професійних компетенцій, які умовно поділяють на технічні, соціальні та культурні. Для зручності їх подано у вигляді схеми на рис.1.2.

До технічних компетенцій належать знання виноробних регіонів, сортів винограду, класифікацій, правил подачі, декантації та оцінки якості напоїв. Соціальні компетенції включають комунікабельність, психологічну гнучкість, стресостійкість і вміння орієнтуватися в уподобаннях клієнтів. У свою чергу, культурні компетенції охоплюють знання винної етики, національних традицій виноспоживання, здатність до ведення дегустаційної бесіди, дотримання

високих естетичних стандартів і уважність до деталей.

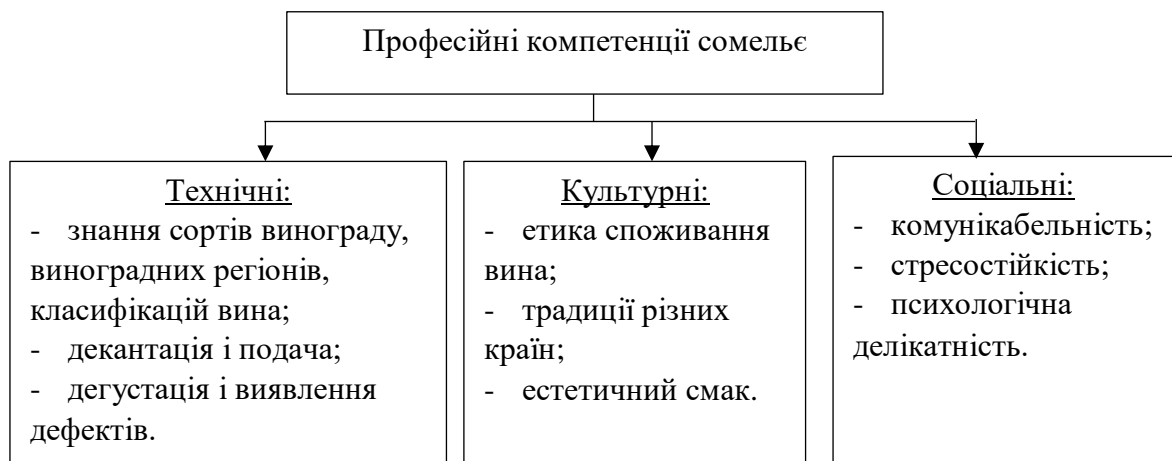


Рис. 1.2 - Професійні компетенції сомельє в системі ресторанного сервісу

Сучасний сомельє виконує функції не лише консультанта з вина, а й стратегічного партнера в управлінні гастрономічним простором закладу, що вимагає оновленого погляду на його професійну діяльність, функціональне навантаження та способи взаємодії з командою і гостями.

Одним із провідних підходів є інтеграція сомельє в команду менеджменту ресторану. У багатьох сучасних закладах ця посада розглядається не як допоміжна, а як стратегічна — сомельє бере участь у розробці концепції винної карти, формуванні фудпейрингу, оцінці ефективності закупівель, плануванні маркетингових активностей. Такий підхід сприяє глибшому залученню фахівця до внутрішніх процесів і посиленню ролі винного сервісу в загальній структурі обслуговування.

Важливим аспектом є гнучкість організаційної моделі. Залежно від типу закладу (*fine dining*, *casual dining*, гастропаб, винний бар тощо) підхід до розподілу обов'язків сомельє та формат його роботи може відрізнитися (табл.1.3). Наприклад, у ресторанах вищого класу сомельє функціонує як окрема штатна одиниця з чітко окресленими функціями, тоді як у демократичніших закладах його обов'язки можуть виконувати офіціанти, бармени чи адміністратори, які пройшли спеціальну підготовку. Таким чином, реалізується принцип функціональної адаптації — підбір моделі організації роботи

відповідно до цілей, бюджету та формату ресторану.

Таблиця 1.2 – Порівняння підходів до організації роботи сомельє в різних типах ресторанів

Тип закладу	Характеристика винного сервісу	Роль сомельє в структурі обслуговування	Формат взаємодії з гостями
Висококласний ресторан	Широкий асортимент преміальних вин, авторська винна карта	Повноцінна штатна одиниця; участь у формуванні концепції, закупівлях, фудпейрингу	Індивідуальні рекомендації, дегустації, pairing
Ресторан середнього класу	Стандартна винна карта, середній ціновий сегмент	Часткова зайнятість або функції поєднує адміністратор/офіціант	Базові консультації, участь у акціях
Гастропаб	Орієнтація на craft-алкоголь, авторські напої	Роль сомельє може виконувати бармен із винною освітою	Інформальне спілкування, рекомендації за смаком
Винний бар	Вузька спеціалізація на винах, велика ротація асортименту	Центральна фігура закладу, часто є бренд-амбасадором	Ведення дегустацій, винні школи, тематичні вечори
Готельний ресторан	Орієнтація на міжнародну публіку, поєднання з room-service	Участь у формуванні винної пропозиції для гостей з різних культур	Гнучка комунікація, пояснення на кількох мовах

Наступним важливим аспектом сучасної організації винного сервісу є впровадження цифрових технологій, які оптимізують роботу сомельє та підвищують залучення гостей до винної культури. Мобільні додатки для управління винною картою, електронні платформи для інвентаризації, інтерактивні винні меню з доповненою реальністю — усе це не лише полегшує внутрішні процеси, а й робить сервіс більш інтерактивним для клієнта. Крім того, сомельє активно використовують цифрові ресурси для навчання, сертифікації, аналізу ринку та комунікації з постачальниками.

Окрему увагу варто приділити підходу до навчання та професійного розвитку сомельє. У закладах, орієнтованих на якісний винний сервіс, організовуються регулярні тренінги, дегустації, стажування за кордоном, а також забезпечується участь у спеціалізованих курсах і сертифікаційних програмах (WSET, ASI, Court of Master Sommeliers). Це не лише підвищує рівень обслуговування, а й формує позитивний імідж закладу як винно-компетентного

середовища.

Не менш важливим є маркетинговий підхід до організації роботи сомельє. Йдеться про активне залучення фахівця до формування контенту для соціальних мереж, проведення винних заходів, презентацій, дегустацій. Сучасний сомельє — це бренд-амбасадор ресторану, який може створювати навколо себе професійну спільноту, залучати нову аудиторію та формувати довіру до винної пропозиції закладу. Особливо актуальним є формат «винних вечорів» та подій з інтерактивним контентом, які поєднують освіту, культуру та емоційний досвід.

Крім того, спостерігається тенденція до розширення компетенцій сомельє в суміжні сфери — зокрема, барне мистецтво, гастрономічна критика, організація винного туризму. Такий мультидисциплінарний підхід дозволяє фахівцеві бути більш універсальним, а ресторану — гнучкіше реагувати на зміни ринку та запити гостей.

Усе частіше в ресторанах застосовується гостьовий підхід до винного сервісу — з фокусом на емоційний комфорт клієнта, глибоку персоналізацію обслуговування та створення винної атмосфери. Відповідно, організація роботи сомельє передбачає не лише формальні процедури, а й розвиток софт-скілів: емпатії, харизми, мистецтва small talk.

Таким чином, сучасні підходи до організації роботи сомельє базуються на поєднанні функціональної адаптивності, цифрових технологій, персоналізованого сервісу, професійного розвитку та маркетингової активності. Це формує нову модель винного сервісу, де сомельє виступає не лише виконавцем, а й творцем винної культури в межах ресторану.

1.3 Сучасні тенденції винної культури та трансформації професії сомельє

У сучасному винному просторі спостерігається активне оновлення цінностей і підходів, що безпосередньо впливають на зміст професії сомельє.

Актуальні зміни у винній індустрії демонструють багатовекторність

підходів до винного сервісу, що вимагає від сомельє нових знань, навичок і гнучкості. На рис.1.3 подано узагальнену візуалізацію ключових тенденцій, які формують сучасну винну культуру в ресторанному середовищі.

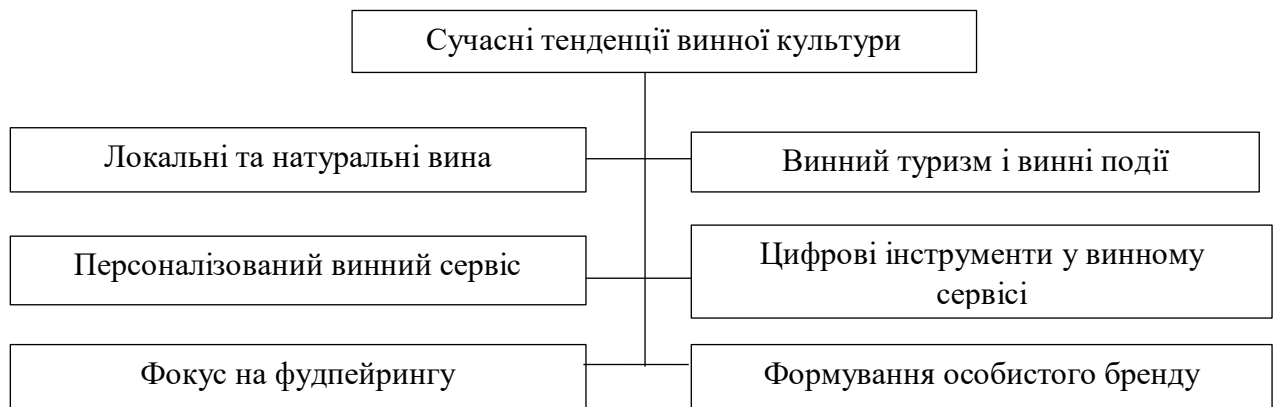


Рис. 1.3 – Сучасні тенденції винної культури

Однією з найяскравіших тенденцій є посилення інтересу до локальних, органічних і натуральних вин. Сучасні споживачі дедалі частіше обирають продукцію невеликих виноробень, що працюють за біодинамічними принципами, з мінімальним втручанням у природні процеси. Це зумовлює зростання інтересу до альтернативних виноробних регіонів, нових сортів винограду та нестандартних методів виробництва.

Усе більшого значення набуває персоналізований підхід до винного сервісу. Клієнти прагнуть не лише отримати якісний напій, а й пережити індивідуальний гастрономічний досвід. Звідси — актуальність фудпейрингу: точного підбору вина до страви відповідно до смакових уподобань гостя. Від сомельє очікують глибокої емпатії, уважності та здатності працювати з емоційним фоном клієнта. Це, своєю чергою, зумовлює потребу в постійному вивченні поведінкових моделей споживачів, які дедалі частіше шукають не стандартного обслуговування, а емоційної взаємодії.

Зростає популярність винного туризму та винно-подієвих форматів у ресторанному середовищі. Сомельє все частіше виступає не лише консультантом у залі, а й модератором дегустацій, ведучим винних вечорів, організатором майстер-класів. Таким чином, його професійна діяльність охоплює івент-

менеджмент, комунікацію з аудиторією та створення винної атмосфери. Цей аспект особливо важливий для формування іміджу закладу як відкритого до інтелектуального і культурного спілкування з гостем.

Не менш актуальним є впровадження цифрових інструментів у сферу винного сервісу. Електронні винні карти, інтерактивні меню, мобільні додатки для вибору вина — усе це змінює звичні формати обслуговування. Сучасний сомельє повинен володіти базовою цифровою грамотністю, адаптуватися до онлайн-комунікацій і використовувати нові технології для покращення якості сервісу. Наприклад, в європейських ресторанах дедалі частіше використовуються сервіси на кшталт WineListApp або Vivino, що дозволяють клієнтам ознайомитися з відгуками та рекомендаціями в реальному часі.

Важливою є роль особистого бренду фахівця. У добу соціальних мереж і контент-маркетингу сомельє може бути не лише обличчям винної карти ресторану, а й впливовою фігурою в медіапросторі. Створення професійного контенту, ведення блогів і сторінок у соцмережах, популяризація винної культури — усе це стає невід’ємною частиною щоденної роботи. Яскравими прикладами таких експертів в Україні є Володимир Бондаренко (Shabo), Олександр Ігнатенко (WSET Ukraine) та інші, які активно ведуть винні курси, дегустації та медіаосвітні проекти.

Паралельно розширюються можливості для професійного зростання. Сьогодні доступними є міжнародні сертифікаційні програми (такі як WSET, ASI, Court of Master Sommeliers), онлайн-курси, професійні школи. Це сприяє підвищенню кваліфікації фахівців, розширенню світогляду та уніфікації професійних стандартів. В Україні діють такі освітні платформи, як «Винна Школа W» у Києві та сертифікаційна програма Wine House Ukraine.

Крім загальних тенденцій оновлення винної культури, важливим чинником, що вплинув на трансформацію професії сомельє, стали глобальні та локальні виклики, зокрема пандемія COVID-19 та повномасштабна війна в Україні. Ці події змінили не лише економічні та логістичні умови функціонування ресторанної індустрії, а й переорієнтували акценти у сфері

сервісу.

Становлення сучасної винної культури зумовило суттєву зміну професійного профілю сомельє. Його функції, формат взаємодії з клієнтом та роль у структурі ресторанного сервісу вийшли за межі традиційного уявлення. На рис. 1.4 наведено порівняльну схему, яка ілюструє трансформацію ключових аспектів діяльності сомельє у відповідь на нові виклики та очікування споживачів:

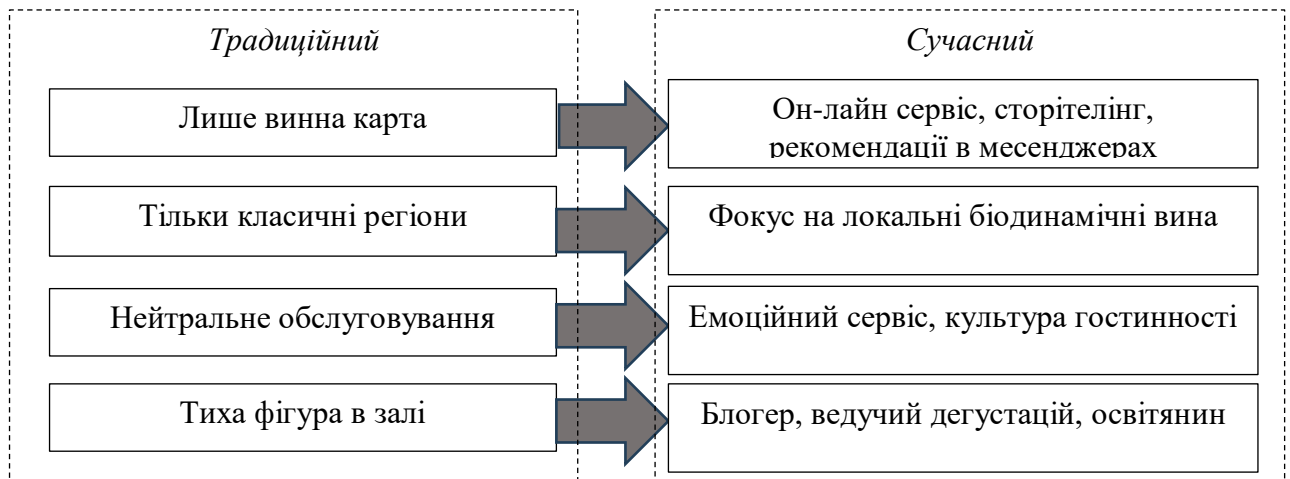


Рис. 1.4 – Трансформація функцій сомельє в умовах сучасної ресторанної індустрії

Як видно з рисунка, сучасний сомельє має не лише добре орієнтуватися у винній карті, а й володіти навичками онлайн-комунікації, створення емоційного сервісу, фудпейрингу, а також бути публічною особою, здатною до освітньої та просвітницької діяльності. Така еволюція ролі фахівця безпосередньо впливає на якість ресторанного обслуговування та імідж закладу загалом.

В умовах карантинних обмежень та соціального дистанціювання виникла потреба у нових формах взаємодії з клієнтом — таких як онлайн-дегустації, доставка винного сету з індивідуальним рекомендаційним супроводом, консультації в месенджерах. Це вимагало від сомельє не тільки розширення сервісного мислення, а й цифрової грамотності, гнучкості та комунікаційної адаптивності.

Через тимчасове скорочення імпорту європейських вин на перший план

вийшли вітчизняні виробники, що стимулювало відновлення інтересу до локального виноробства. Українські бренди — Shabo, Kolonist, Beykush, Biologist, Frumushika-Nova, Father's Wine — продемонстрували не лише конкурентоспроможну якість, а й здатність до культурної комунікації зі споживачем. Таким чином, роль сомельє трансформувалася у бік популяризатора національного продукту, що несе не тільки смакову, а й культурну цінність.

Значущим аспектом стала емоційна складова обслуговування. У контексті суспільної напруги й стресу, відвідування ресторану дедалі більше сприймається як елемент емоційного відновлення. Сомельє, як частина сервісного персоналу, має проявляти не лише професіоналізм, а й чуйність, підтримку, делікатність у спілкуванні — тобто виконувати роль своєрідного культурного медіатора між продуктом і настроєм гостя.

Паралельно з цим змінився і портрет сучасного споживача вина. Молоді покоління дедалі частіше цікавляться винною тематикою не тільки з гастрономічних міркувань, а й як формою самовираження та пізнання культури. Увага фокусується на походженні продукту, методах його виробництва, етичності бізнесу виробника, екологічності упаковки тощо. Такий запит потребує від сомельє знання не лише органолептичних властивостей вина, а й ширшого контексту його створення.

Окремим напрямом стала поява сегменту low-alcohol і безалкогольних вин, що відповідає запитам здорового способу життя. Це створює нові виклики для професійної дегустації, поєднання з їжею та формування повноцінного сервісу для цієї категорії напоїв.

Не можна оминути увагою глобальні винні тренди, які активно впливають на формування нових компетенцій сомельє. Серед них — зростання популярності так званих оранжевих вин, натурального шампанського, амфорових і нефільтрованих вин. Ці напої часто мають складнішу структуру, незвичний аромат і потребують особливої подачі та пояснення. Звідси — актуалізація навичок професійного storytelling, здатності не лише описати, а й

«розповісти історію» напою.

Активно розвивається тренд «transparency» — відкритості та прозорості в інформації про вино: від географії походження і виробничої філософії до конкретних виноробів. Сомельє все частіше виступає як посередник між автентичністю продукту і ціннісною системою клієнта.

Сучасні трансформації у сфері винної культури формують новий професійний профіль сомельє — не лише експерта з дегустації, а й гнучкого комунікатора, бренд-амбасадора, аналітика і носія культурної місії. Його роль дедалі частіше розглядається як стратегічна, а компетентність — як одна з конкурентних переваг ресторанного закладу в динамічному середовищі індустрії гостинності.

У першому розділі було розкрито історичні передумови становлення професії сомельє, окреслено її основні завдання, напрями діяльності та професійні компетенції, а також проаналізовано сучасні тенденції у винній культурі, які безпосередньо впливають на зміст і функціональне наповнення цієї спеціальності. Актуальні виклики — такі як глобалізація, діджиталізація, зростання інтересу до локальних продуктів і зміна споживчих пріоритетів — зумовлюють необхідність переосмислення підготовки та ролі сомельє в системі ресторанного господарства. Таким чином, формування сучасної професійної моделі сомельє стає важливою умовою підвищення конкурентоспроможності закладів гостинності.

2 КОМПЛЕКСНИЙ АНАЛІЗ ФУНКЦІОНУВАННЯ РЕСТОРАНУ «АМУР»

2.1 Загальна характеристика ресторану «Амур»

Ресторан «Амур» знаходиться у м. Хмельницький за адресою: вул. Березнева, 5/1. Заклад працює щодня з 08:00 до 22:30 без перерви, що робить його зручним місцем як для ранкової кави, так і для вечері з друзями. У меню гармонійно поєднуються страви європейської та української кухні з авторськими інтерпретаціями від шеф-кухаря. Особливу атмосферу ресторану «Амур» підкреслює морський стиль інтер'єру, де є використання натурального дерева, декоративних штурвалів і канатів, що створює враження перебування на елегантному кораблі. Така стилістика робить ресторан привабливим для романтичних вечерь, для сімейних свят тощо [9].

Розташований ресторан «Амур» на двох поверхах, де перший поверх розрахований на комфортне обслуговування до 30 гостей за окремими столиками, тоді як другий поверх займає просторий банкетний зал на 80 осіб. Такий розподіл дозволяє закладу гнучко адаптуватися під потреби як щоденних відвідувачів, так і великих святкувань. Банкетна зала обладнана всім необхідним для урочистих подій від весіль і ювілеїв до ділових зустрічей. Атмосфера залу підкреслюється елегантним оформленням і вдалим зонуванням простору, що забезпечує зручність для всіх гостей.

На території ресторану «Амур» є озеро, у якому мешкають лебеді. Озеро оточене зеленню та декоративними елементами, що робить його популярним місцем для прогулянок і фотозйомок. Також є дві літні альтанки і два будиночка із камінами, кожен з яких розрахований на компанію до 10 осіб. Будиночки обладнані всім необхідним для комфортного відпочинку, включаючи м'яке освітлення, стильні меблі та можливість індивідуального обслуговування [10].

Для родин з дітьми передбачена комфортна дитяча зона на першому поверсі ресторану, а в теплу пору року є облаштована літня тераса. В ресторані

«Амур» проводяться тематичні вечори, гастрономічні та святкові заходи. Простір ресторану дозволяє організовувати і камерні зустрічі, і масштабні події.

Розглянемо концепт-профіль ресторану «Амур», структуровані характеристики що наведено у табл. 2.1. У цьому профілі відображено ключові аспекти діяльності закладу, зокрема тип ресторану, цільову аудиторію, розробка меню та спеціальних пропозицій, кількість місць та інші визначальні елементи, які формують загальне позиціонування закладу на ринку. Такий підхід дозволяє комплексно оцінити рівень відповідності ресторану запитам споживачів та ринковим тенденціям.

Таблиця 2.1 - Концепт-профіль ресторану «Амур»

Показник	Характеристика
Тип закладу, спеціалізація закладу, назва закладу	Ресторан європейської та української кухні «Амур»
Торгова марка та вивіска ресторану	
Цільова аудиторія	Молоді пари, родинні зустрічі, бізнес-гості, туристи.
Розробка меню та спеціальних пропозицій	Європейська та українська кухня. Сніданки з 8:00 до 11:00. Дитяче меню. Винна карта. Барна карта. Ресторан має тандир для виготовлення шашлику та кебабу.
Кількість місць	На першому поверсі до 30 посадочних місць, на другому – до 80 посадочних місць в залі. Є дві літні альтанки і два будиночка із камінами до 10 посадочних місць.
Номенклатура послуг, що надаються	Повний перелік послуг: зв'язок, телекомунікації і замовлення транспорту, замовлення їжі, «їжа на виніс», безкоштовний WiFi, бронювання столиків, тематичні вечори, гастрономічні та святкові заходи, парковка.
Рівень обслуговування	Офіціантами, бармен
Розташування, будівля	м. Хмельницький, мікрорайн Дубово, будівля ресторану розташована на 2 поверхах
Умови експлуатації	Каналізація, водопостачання, кондиціонування, вентиляція, електроенергія, телекомунікації.
Сайт ресторану	https://amour.choiceqr.com/
Режим роботи	Ресторан працює без вихідних з 8:00-22:30

У рамках маркетингового дослідження в ресторані «Амур» було проведено

опитування 50 осіб віком від 18 до 60 років, які представляють різні сфери діяльності щодо факторів вибору ресторану. Збір інформації тривав з 28 квітня по 18 травня 2025 року. Результати відображено на рис.2.1.

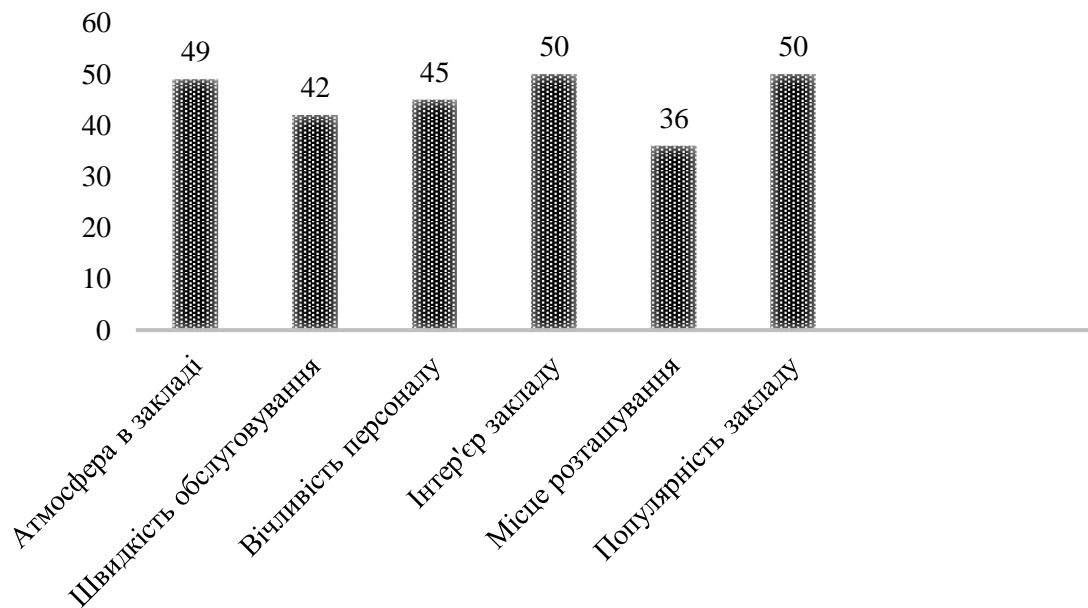


Рисунок 2.1 - Аналіз факторів вибору ресторану «Амур»

Найвищі оцінки ресторан «Амур» отримав за атмосферу, інтер'єр та популярність. Це свідчить про те, що заклад вміє створити особливий настрій, де кожен гість відчуває себе бажаним. Не менш важливим є ввічливість персоналу, а це показник високого рівня обслуговування, хоча деякі відвідувачі, можливо, очікували трохи більше персонального підходу. Серед викликів ресторану - це місце розташування в мікрорайоні Дубово. Але, в цілому ресторан «Амур» має гарні показники щодо визначення уподобань та смаків відвідувачів.

Розглянемо мету мотивів відвідування гостей, адже аналіз мотивів відвідування для ресторану «Амур» є важливим інструментом для розуміння справжніх причин, чому гості обирають саме цей заклад. Такий аналіз дає можливість власникам ресторану визначити ключові цінності закладу для відвідувачів, виявити сегменти аудиторії, поліпшити сервіс тощо. Основні мотиви, які спонукають відвідати ресторан «Амур», представлені на рис. 2.2.

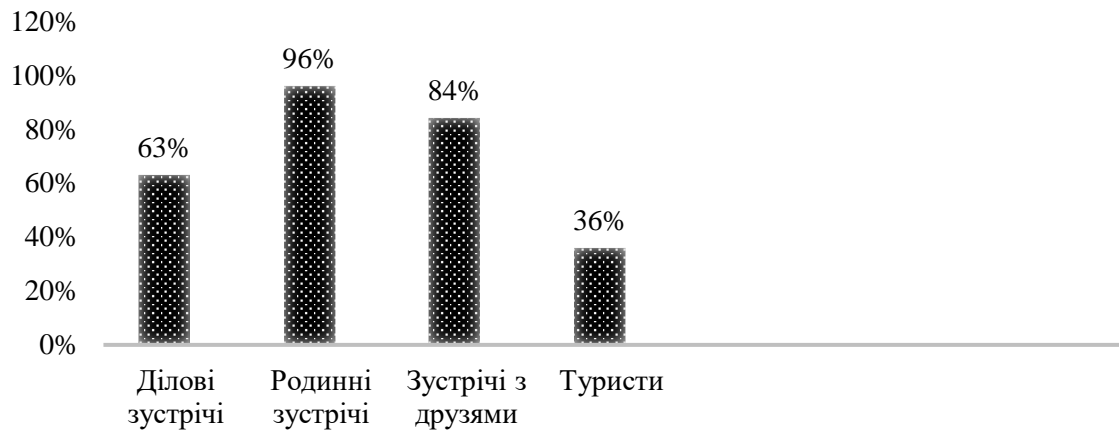


Рисунок 2.2 – Аналіз мотивів відвідування ресторану «Амур», (%)

Основним мотивом відвідування ресторану «Амур» є святкування родинних свят або родинні зустрічі (96%), спілкування з друзями (84%), а також ділові зустрічі (63%).

У ресторані «Амур» пропонується повне обслуговування, яке здійснюється професійними офіціантами. Тому, у межах дослідження було розглянуто ще один важливий аспект -це рівень задоволеності відвідувачів якістю обслуговування в ресторані «Амур» (рис. 2.3).

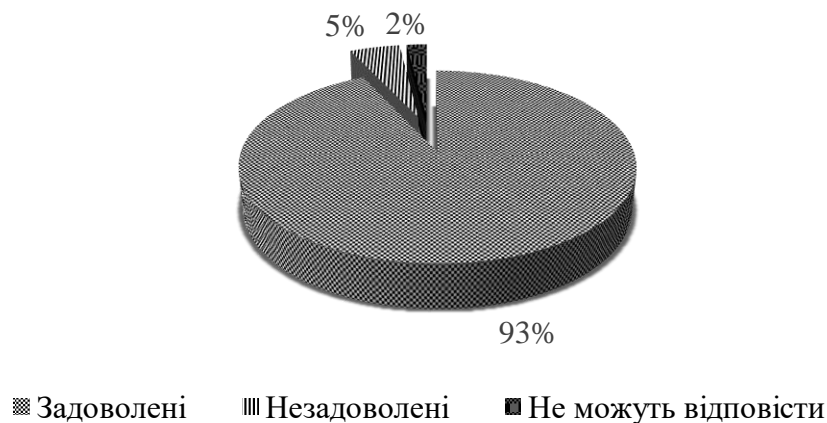


Рисунок 2.3 - Аналіз якості надання послуг відвідувачам ресторану «Амур»

Результати опитування засвідчили, що переважна більшість гостей, а саме 93%, позитивно оцінюють рівень наданих послуг, 5% респондентів утрималися від оцінки, зазначивши, що їм важко відповісти, і лише 2% висловили незадоволення якістю обслуговування в закладі.

У меню є як класичні страви, так і вишукані позиції на кшталт стейка «Капітан Амур», десертів ручної роботи та соусів власного приготування, зокрема портвейнового та деміглас. Авторські страви ресторану мають оригінальні рецепти та вирізняють ресторан «Амур» серед інших ресторанних закладів, демонструючи креативність шеф-повара та турботу про гастрономічні враження.

Таблиця 2.2 – Аналіз фірмових страв щодо мети ресторану «Амур»

Мета ресторану «Амур»	Категорії, перед якими ставляться цілі	Страви всередині категорії, які досягають цих цілей
Забезпечити постійний потік відвідувачів	Пріоритетні та базові страви	Відомі та актуальні страви ресторану
Отримання прибутку	Пріоритетні та базові страви, не завжди унікальні	Особливі та нові страви
Втримати відвідувачів	Пріоритетні та базові страви, не завжди унікальні	Особливі, недорогі та сезонні страви
Збільшення середнього чеку	Пріоритетні та базові страви	Комплексні страви/сніданки
Винекнення бажання щодо здійснення замовлення	Пріоритетні та унікальні страви	Страви зі спеціальної пропозиції дня або новинки
Підтримати імідж ресторану	Пріоритетні та унікальні страви	Вишукані страви європейської та української кухні

Отже, у ресторані «Амур» меню розділене на категорії, а саме базові, пріоритетні та унікальні страви. Саме ці категорії працюють як інструменти досягнення конкретних цілей. Наприклад, для залучення постійного потоку гостей використовуються відомі та актуальні страви, які створюють відчуття надійності та стабільності. Для отримання прибутку та підвищення середнього чеку пропонуються особливі, нові або комплексні страви, які мотивують гостей замовляти більше або експериментувати зі смаками. Утримання відвідувачів здійснюється за рахунок сезонних і недорогих страв, які відповідають змінним запитам відвідувачів. А бажання зробити спонтанне замовлення викликають спеціальні пропозиції та новинки, що апелюють до емоцій і цікавості. Нарешті, імідж ресторану «Амур» формується завдяки вишуканим авторським стравам європейської та української кухні, які підкреслюють ексклюзивність закладу та професіоналізму шеф-кухаря.

2.2 Аналіз середовища функціонування ресторану «Амур»

Організаційна структура ресторану «Амур» є лінійною. Усі ключові управлінські та виробничі функції сконцентровані в руках адміністративного персоналу, який відповідає за координацію роботи персоналу, контроль якості послуг і реалізацію стратегічних цілей. Організаційна структура ресторану «Амур» зображено на рис. 2.4.

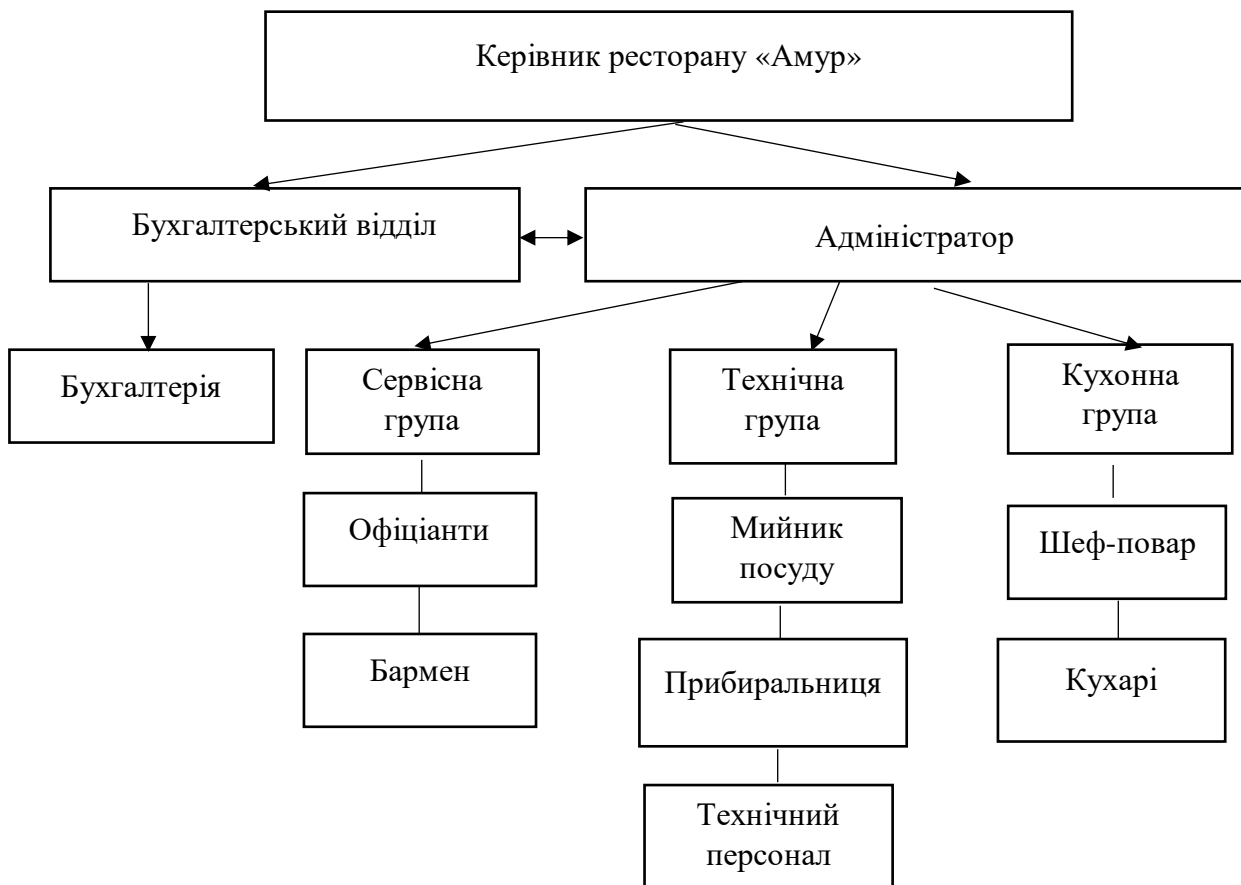


Рисунок 2.4 - Організаційна структура ресторану «Амур»

До структурно-технологічної характеристики ресторану «Амур» включено адміністративно-побутові, складські, виробничі та торговельні приміщення, які забезпечують повноцінне функціонування закладу. Кожна з цих зон виконує свою важливу роль у щоденній діяльності ресторану, сприяючи організованості, ефективності та високому рівню обслуговування гостей.

У ресторані «Амур» використовується погодинна система оплати праці. Аналіз штатного розкладу ресторану «Амур» зображено у таблиці 2.3.

Таблиця 2.3 – Аналіз штатного розкладу ресторану «Амур»

Найменування посади	К-сть од.		Зміна, чол. 2024-2023
	2023	2024	
Директор	1	1	0
Адміністратор	2	2	0
Бухгалтер	2	2	0
Шеф-кухар	1	1	0
Кухарі	4	5	1
Офіціанти	6	5	-1
Бармен	2	2	0
Прибиральниця	2	1	-1
Мийник посуду	2	2	0
Технічний персонал	1	1	0
Всього	23	22	-1

Штатний розклад ресторану «Амур» за 2023 та 2024 роки демонструє загальну стабільність у кадровій політиці закладу, однак із певними точковими змінами, які свідчать про оптимізацію персоналу. Загальна кількість працівників зменшилась на одну особу, а це свідчить про помірне скорочення.

Проаналізуємо заробітну плату працівників ресторану «Амур» (табл. 2.4).

Таблиця 2.4 - Аналіз заробітної плати працівників ресторану «Амур»

Найменування посади	Середньомісячна ЗП, грн		Темп приросту/ падіння, % 2024/2023
	2023	2024	
Директор	18000	21000	16,6
Адміністратор	15000	18000	20,0
Бухгалтер	15000	18000	20,0
Шеф-кухар	16500	20000	21,2
Кухарі	13000	15600	20,0
Офіціанти	10000	11000	10,0
Бармен	9500	10500	10,5
Прибиральниця	6800	8000	17,6
Мийник посуду	6800	8000	17,6
Технічний персонал	6800	8000	17,6

Незважаючи на складну ситуацію в країні через війну, заробітна плата продовжує зростати. Наприклад, посади адміністратора, бухгалтера, шеф-кухаря та кухаря демонструють темпи зростання заробітної плати. На противагу цьому, працівники допоміжного персоналу, такі як прибиральники, мийники посуду та технічний персонал отримують мінімальну заробітну плату. Це свідчить про те, що їхня праця не вимагає особливих навичок або досвіду. Проте, важливо зазначити, що навіть у цій категорії працівників якість виконання обов'язків має велике значення. Непрофесійне надання послуг допоміжного персоналу може призвести до конфліктних ситуацій, що, в свою чергу, негативно вплине на репутацію ресторану «Амур» і може призвести до фінансових втрат.

Основними конкурентами ресторану «Амур» є ресторани «Венеція», «Mr.Charlie» та «Сад на Європейській». Перелічені ресторани заклади спеціалізуються на європейській та українській кухні. Проаналізуємо більш детально та визначимо середній бал конкурентів, згідно відгуків Google.

Таблиця 2.5 - Конкурентний профіль ресторану «Амур»

Показник	Ресторан			
	«Амур»	«Mr.Charlie»	«Венеція»	«Сад на Європейській»
Розташування	Березнева, 5/1	Заводська, 30	Старицького, 1А	Європейська, 16
Кухня	Європейська та українська кухня, дитяче меню	Європейська, азіатська та українська кухня	Європейська та українська кухня	Європейська та українська кухня
Спеціальні пропозиції	Тандир, сніданки з 8-00 до 11-00	У наявності великий вибір страв з морепродуктів, гриль-меню	Власна ферма форелі, тераси, дитяча кімната з нянею, банкетні на виїзд, гриль-та мангал-меню	Мангал, піч Jospet, коктейльна карта, «ділові обіди»
Додаткові послуги	Дві літні альтанки і два будиночки з камінами, озеро з лебедями, тераса, дитяча кімната, доставка їжі	Жива музика, доставка їжі	Є VIP-зали з окремим виходом, доставка їжі	Велика літня тераса, зала під скляним дахом, жива музика, доставка їжі
Кількість поверхів	2	2	2	2
Кількість місць	30/80	180	300 та vip-зали (65)	80/30
Рейтинг	4,6	4,5	4,7	4,7

Згідно з табл. 2.7, можна зробити висновок, що ресторан «Амур» має дещо нижчий рейтинг у порівнянні з ресторанами «Венеція» та «Сад на Європейській». Усі заклади пропонують широкий вибір страв європейської та української кухні, а також мають спеціальні пропозиції для відвідувачів. Ресторан «Венеція» вирізняється найбільшою кількістю посадкових місць, що потенційно забезпечує додаткові прибутки.

Провівши глибокий аналіз діяльності ресторану «Амур», можна систематизувати отримані дані у форматі SWOT-аналізу. Такий підхід дозволяє визначити ключові напрями розвитку, зосередитися на пріоритетних аспектах діяльності закладу, а також окреслити основні завдання, важливі для його подальшого успіху. SWOT-аналіз представлено в табл. 2.6.

Таблиця 2.6 - SWOT-аналіз ресторану «Амур»

Сильні сторони	Слабкі сторони
1. Дизайн ресторану у морському стилі; 2. На території ресторану є озеро, у якому мешкають лебеді; 3. Дитяча ігрова кімната для дитини; 4. Тераса; 5. Страви виготовлені в тандирі; 6. Тематичні вечори, гастрономічні та святкові заходи; 7. Професіоналізм шеф-кухаря; 8. Впізнаваність закладу; 9. Наявність сайту в соціальних мережах.	1. Плинність кадрів; 2. Велика кількість конкурентів; 2. Нестабільність в Україні;
Можливості	Загрози
1. Розширення цільової аудиторії; 2. Збільшення додаткових послуг; 3. Покращення онлайн-присутності; 4. Участь у гастрономічних фестивалях; 5. Використання новітніх ресторанних технологій; 6. Розвиток програми лояльності.	1. Не платоспроможність українського споживача (війна); 2. Зростання цін на сировину; 3. Збільшення кількості конкурентів з нижчою вартістю надання послуг; 4. Податкові реформи.

На підставі проведеного аналізу можна стверджувати, що своєчасно прийняті та продумані управлінські рішення здатні не лише оптимізувати внутрішні процеси ресторану «Амур», а й суттєво вплинути на загальний рівень його конкурентоспроможності. Адже, комплексне розуміння сильних і слабких сторін, а також можливостей і загроз, дозволяє сконцентрувати увагу на ключових аспектах, які мають вирішальне значення для розвитку ресторану.

2.3 Аналіз рівня задоволеності гостей винним сервісом у ресторані «Амур»

Якість обслуговування у ресторані «Амур» відіграє ключову роль у формуванні лояльності гостей та конкурентоспроможності закладу. Особливо це стосується таких специфічних послуг, як винний сервіс, адже культура споживання вина вимагає особливого підходу, знань персоналу та вміння створити відповідну атмосферу.

У ресторані «Амур» є винна карта, яка включає добірку якісних напоїв імпортного виробництва. Асортимент вин охоплює класичні європейські популярні бренди. Проаналізуємо винну карту ресторану «Амур».

Таблиця 2. 7- Аналіз асортименту вин ресторану «Амур»

№п/п	Назва розділу асортименту вин	Кількість позицій	Ціновий діапазон, грн
1	Ігристі вина	7	520-850
2	Шампанське	1	3700
3	Білі вина	7	450-890
4	Червоні вина	9	450-650
5	Рожеві вина	2	550-680
6	Безалкогольні ігристі вина	1	550
7	Безалкогольні вина	1	550

Асортимент вин у ресторані охоплює всі основні категорії: ігристі, білі, червоні, рожеві та безалкогольні вина. Особливої уваги заслуговує наявність безалкогольних вин, адже такий підхід є актуальним трендом у сучасній ресторанній індустрії. Загалом винна пропозиція ресторану «Амур» вирізняється не лише різноманітністю, а й збалансованістю. Асортимент охоплює як доступні позиції для щоденного споживання, так і преміальні вина для особливих випадків.

Проведемо детальний аналіз винної карти, адже це суттєво впливає на загальну якість обслуговування у ресторані «Амур». Систематичне вивчення асортименту дозволяє виявити сильні сторони винної карти та визначити можливості для її вдосконалення. Це також сприяє кращому розумінню потреб гостей і адаптації винної пропозиції до сучасних гастрономічних трендів.

Таблиця 2.8 – Огляд винної пропозиції ресторану «Амур»

№ п/п	Асортимент вин	Країна	Назва	Об'єм, мл	Ціна, грн
1	Ігристі вина	Італія	Martini Prosecco, екстра сухе	750	850
2			Martini Asti, солодке	750	850
3			Lambrusco Bianco / Rose / Rosso, н/сол.	750	520
4			Zebo Moscato, солодке	750	580
5			Borgo Sole Prosecco	750	650
6			Provetto Bianco, брют	750	610
7	Ігристі вина	Іспанія	Cava Jaume Serra, брют	750	650
8	Шампанське	Франція	Moet & Chandon Brut Imperial, брют	750	3700
9	Білі вина	Греція	Ionos Imiglikos, н/сол	750	490
10		Франція	Lettres de France Blanc Moelleux, н/сол.	750	490
11		Німеччина	Dr. Zenzen Yellow Label Mosel Riesling, н/сол	750	500
12		Італія	Pinot Grigio Castelnuovo, сухе	750	510
13		Нова Зеландія	Sauvignon Blanc Marlborough Sun, сухе	750	890
14		Іспанія	De Haan Altes El Convert. Sauvignon Blanc, сухе	750	450
15		Чилі	Chardonnay Aves del Sur, сухе	750	545
16		Червоні вина	Німеччина	Dr. Zenzen Dornfelder Lieblich, н/сол	750
17	Греція		Ionos Imiglykos, н/сол.	750	490
18	Португалія		Fat Baron Syrah, н/сухе	750	650
19	Італія		Nero d'Avola Messer del Fauno, сухе	750	605
20	Італія		Bardolino Castelnuovo, сухе	750	510
21	Франція		Letters de France Rouge Moelleux, н/сол.	750	490
22	Іспанія		Covinca Terrai OVG17, сухе	750	535
23	Іспанія		De Haan Altes El Convertido Syrah, сухе	750	450
24	Чилі		Carmenere Aves del Sur, сухе	750	545
25	Рожеві вина		Португалія	Alianca Casal Mendes Rose, н/сухе	750
26		Франція	Rose d'Anjou La Jaglerie Marcel Martin, н/сухе	750	680
27	Безалкогольні ігристі вина	Німеччина	Dr. Zenzen Dornfelder Alkoholfrei, н/сол	750	550
28	Безалкогольні вина	Німеччина	Dr. Zenzen Dornfelder Alkoholfrei, н/сол	750	550

Отже, асортимент вин у ресторані «Амур» справляє приємне враження своєю різноманітністю та гармонійним поєднанням класичних і сучасних

позицій. Так, у період з 28 квітня по 18 травня 2025 року для відвідувачів ресторану «Амур» було проведено опитування (Додаток А), де одне з головних питань було: «Чи достатньо обізнаний персонал у винному сервісі (знання, рекомендації, опис смаку)?». Результати відображені на рис. 2.5.

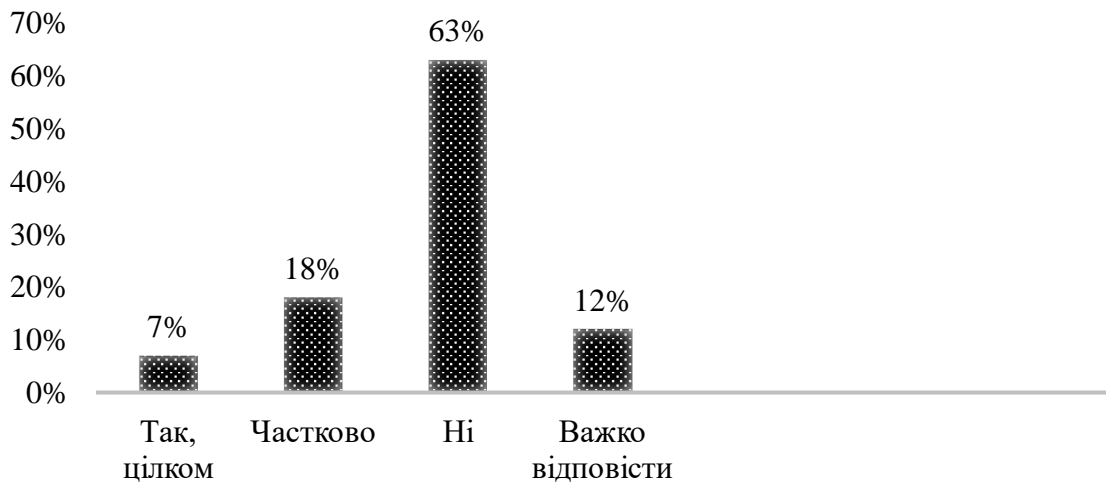


Рисунок 2.5 – Аналіз обізнаності персоналу у винному сервісі

Більшість респондентів надали відповідь «ні» або «частково», що вказує на недостатній рівень підготовки персоналу у сфері винної культури. Це може негативно впливати на якість сервісу, оскільки відвідувачі очікують професійного супроводу при виборі вина. У рамках дослідження також було розглянуто статистику замовлення вина в ресторані «Амур». Зібрані дані, представлені на рис. 2.6.

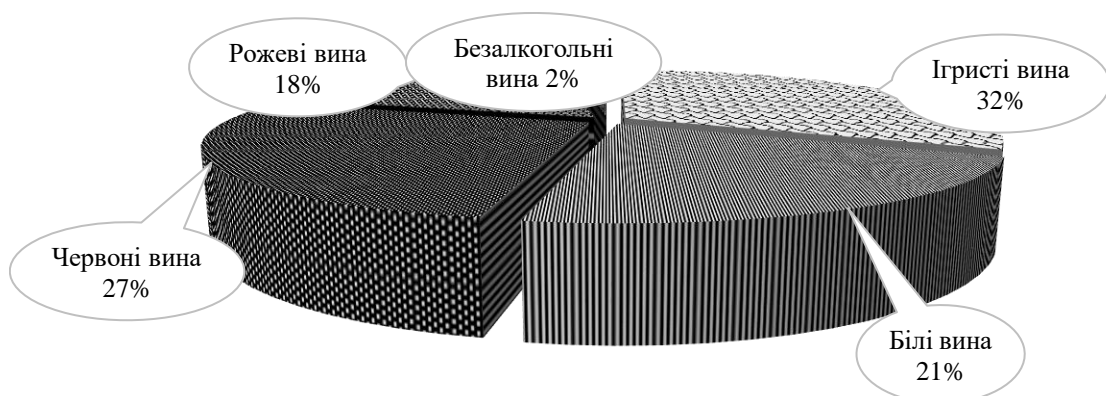


Рисунок 2.6 – Аналіз статистики замовлення вина в ресторані «Амур»

Аналіз показав, що найбільшою популярністю користуються червоні та

ігристі вина, тоді як безалкогольні позиції замовляються значно рідше. Такі результати можуть слугувати орієнтиром для подальшого коригування винної карти, оптимізації запасів або впровадження сезонних пропозицій відповідно до вподобань відвідувачів.

Проаналізуємо чи отримували відвідувачі рекомендації щодо вина від персоналу ресторану «Амур». Результати відображені на рис. 2.7.

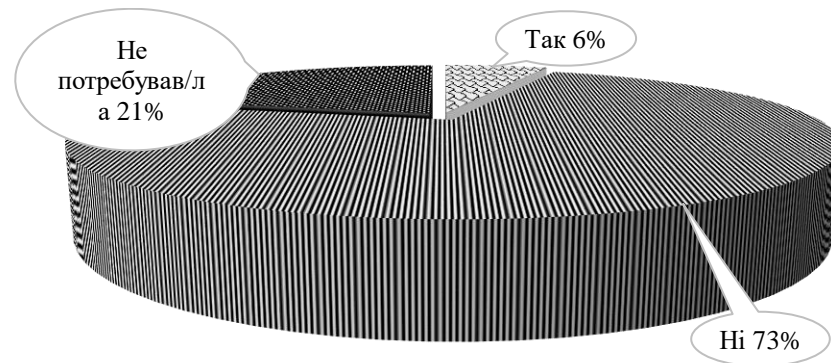


Рисунок 2.7 – Аналіз взаємодії персоналу з гостями щодо вибору вина

Аналіз дозволяє виявити певні проблемні зони, наприклад, недостатній рівень обізнаності офіціантів щодо характеристик вин або недоліки в подачі. Усі ці чинники впливають на загальне враження гостей та їхнє бажання повернутись.

Зауважимо, винна карта ресторану «Амур» включає широкий вибір напоїв від ігристих до безалкогольних вин, що дозволяє задовольнити найрізноманітніші смаки гостей. Водночас, незважаючи на багатий вибір, у закладі відсутня посада сомельє — фахівець, який міг би надати професійні рекомендації, підібрати вино до страви та розширити винну культуру серед відвідувачів. Це може впливати на повноцінне сприйняття винної пропозиції, особливо для вибагливих відвідувачів. Упровадження посади сомельє стало б логічним кроком у підвищенні рівня винного сервісу та посиленні іміджу ресторану «Амур».

3 РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ОРГАНІЗАЦІЇ РОБОТИ СОМЕЛЬЄ В РЕСТОРАНІ «АМУР»

3.1. Пропозиція впровадження посади сомельє у винний сервіс ресторану «Амур»

Ресторан «Амур» у місті Хмельницькому, що входить до складу готельно-ресторанного комплексу «Вік-Жан», позиціонується як заклад середньо-високого сегменту з європейською кухнею, авторськими стравами та преміальною атмосферою. Водночас, аналіз поточного стану винного сервісу свідчить про його обмеженість: хоча винна карта формально наявна, вона не містить описів сортів, регіонів походження, смакових характеристик або pairing-рекомендацій. Це вказує на відсутність участі фахового сомельє у формуванні винної пропозиції, а також обмежує можливості ресторану щодо створення винного досвіду для гостей.

У сучасному ресторанному бізнесі винна карта — це не просто перелік напоїв, а потужний інструмент іміджевого та емоційного впливу. Її правильне оформлення, структурованість, відповідність гастрономічному стилю закладу та персоналізований супровід з боку сомельє здатні суттєво підвищити середній чек, сформувати лояльність гостей і зміцнити бренд закладу.

З метою обґрунтування доцільності впровадження посади сомельє у ресторан «Амур» проведено порівняльний аналіз поточного стану винного сервісу та очікуваної моделі його розвитку (табл.3.1).

Порівняльний аналіз виявив чітку розбіжність між фактичним станом винного сервісу та його потенційним рівнем, якого можна досягти за умов впровадження фахового підходу. Особливо помітною є відсутність персоналізованої роботи з гостями, недостатня участь вина в маркетинговій комунікації та відсутність освітніх заходів для персоналу. Поточна система функціонує переважно на базовому рівні — як частина стандартного ресторанного сервісу без фокусування на створенні винного досвіду.

Натомість оптимальний стан передбачає перехід до концепції винної культури, у якій сомельє виступає не лише радником, а й активним учасником формування сервісної та емоційної складової бренду. Упровадження посади сомельє дозволить не лише усунути виявлені прогалини, а й вивести винний сервіс на якісно новий рівень, який відповідає сучасним очікуванням гостей і тенденціям ресторанної справи.

Таблиця 3.1 – Порівняння поточного та оптимального стану винного сервісу ресторану «Амур»

Компонент сервісу	Поточний стан	Оптимальний стан
Винна карта	Є базовий перелік вин, без описів, сортів і pairing	Структурована карта з описами, походженням, рекомендаціями до страв
Рекомендації	Відсутні або надаються офіціантами без підготовки	Професійні поради від сомельє з урахуванням смаку, настрою, гастрономії
Подача вина	Стандартна, без інформативного супроводу	Декантація, правильна температура, коментар сомельє
Освіта персоналу	Відсутня системна підготовка	Тренінги та міні-лекції від сомельє
Комунікація з гостем	Пасивна (винна карта – частина загального меню)	Активна взаємодія, презентації, дегустаційні формати
Маркетинг	Вино не використовується як інструмент залучення	Вино – частина бренду: винні вечори, контент, партнерства

З огляду на початковий рівень розвитку винного напрямку в ресторані «Амур» та відсутність досвіду реалізації винного сервісу за участю фахівця, доцільним є впровадження посади сомельє поетапно (табл.3.2). Такий підхід дозволить не лише уникнути різких організаційних змін, а й поступово адаптувати персонал, гостей та менеджмент до нових стандартів обслуговування. Кожен із етапів інтеграції передбачає конкретні кроки, спрямовані на формування повноцінної винної стратегії закладу:

Поетапна інтеграція посади сомельє дозволяє уникнути надмірного навантаження на операційні процеси ресторану та водночас забезпечити системне підвищення якості винного сервісу.

Кожен етап передбачає поступове нарощування функціоналу — від первинного аудиту і навчання персоналу до повноцінної участі сомельє у формуванні винного іміджу ресторану.

Таблиця 3.2 – Етапи впровадження посади сомельє в ресторані «Амур»

Назва етапу	Формат	Завдання
Етап 1 Пілотна інтеграція (1–3 місяці)	Часткова зайнятість або залучення зовнішнього фахівця.	- Аудит винної карти. - Розробка базової структури та pairing-блоків. - Навчання персоналу основам винної культури. - Проведення перших дегустацій для гостей.
Етап 2 закріплення функції сомельє (4–6 місяців)	Штатна посада або регулярна співпраця.	- Розширення винної пропозиції. - Впровадження стандартів подачі та рекомендацій. - Створення винного контенту для соцмереж.
Етап 3 Інтеграція в бренд-структуру (6+ місяців)	Сомельє стає частиною сервісної і маркетингової стратегії ресторану.	- Запуск циклу дегустацій, винних вечорів, заходів для клієнтів і персоналу

Такий підхід є гнучким і адаптивним: він дозволяє протестувати нові сервіси, скоригувати стратегію з урахуванням реакції гостей і поступово інтегрувати винну культуру в усі рівні взаємодії з клієнтом. Очікуваний результат — підвищення задоволеності гостей, зростання середнього чека та посилення позиціонування ресторану як експертного й емоційно привабливого гастрономічного простору.

Ефективна інтеграція посади сомельє передбачає не лише формальне розширення штату, а й чітке розуміння того, як саме фахівець функціонуватиме в межах конкретного закладу. У контексті ресторану «Амур» його діяльність має охоплювати як операційні завдання, так і стратегічні напрямки, орієнтовані на розвиток винної культури, підвищення сервісу та маркетингову активність. На рис. 3.1 наведено основні функції сомельє відповідно до формату і потреб ресторану. Такий підхід дозволяє чітко окреслити сферу відповідальності сомельє та інтегрувати його роботу в існуючу систему управління рестораном.

Замість абстрактного опису функціоналу, адміністрація отримає зрозумілий алгоритм дій і очікуваних результатів, що підвищує ефективність реалізації винної стратегії.

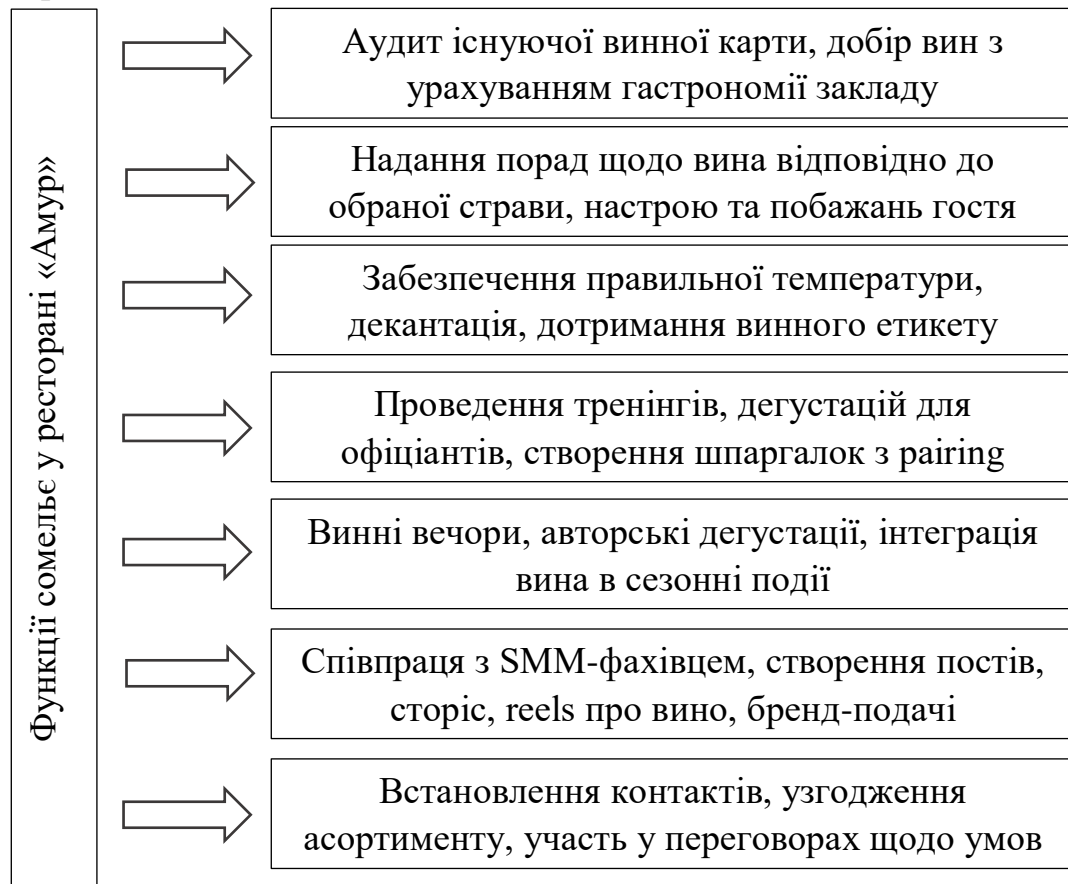


Рис. 3.1 - Основні функції сомельє у ресторані «Амур»

Упровадження сомельє не лише сприятиме підвищенню якості обслуговування та середнього чека, але й дозволить ресторану «Амур» зайняти нішу експертного гастрономічного простору з розвиненою винною концепцією, що відповідає сучасним вимогам клієнтів середньо-високого сегменту. Таким чином, посада сомельє може стати ключовим елементом у створенні сталого конкурентного іміджу закладу.

3.2 Обґрунтування ефективності впровадження посади сомельє в ресторані «Амур»

Впровадження посади сомельє в ресторанному бізнесі — це не лише

інвестиція у персонал, а стратегічне рішення, яке здатне суттєво вплинути на фінансову результативність і репутацію закладу. У випадку ресторану «Амур», де винна карта існує, але не супроводжується фаховим сервісом та персоналізованими рекомендаціями, запровадження сомельє відкриває нові можливості як з точки зору монетизації, так і з позиції емоційного залучення клієнтів.

За результатами практики аналогічних закладів, запровадження сомельє сприяє зростанню продажів вина на 20–40%, а середній чек збільшується щонайменше на 10–15% завдяки продажам з урахуванням гастрономічного поєднання страв і вина (pairing-продажам). Для ресторану «Амур» можна навести умовний прогноз:

Середня кількість пляшок вина, реалізованих у місяць: 200;

Середня вартість пляшки: 500 грн;

Потенціал зростання продажів завдяки сомельє: +25%;

Розрахунок додаткової виручки:

$200 \text{ пляшок} \times 500 \text{ грн} \times 25\% = 25\,000 \text{ грн додатково} / \text{місяць}$

Цей обсяг може повністю або частково компенсувати витрати на залучення фахівця, а в подальшому — приносити стабільний прибуток.

Також важливо враховувати ефект «опосередкованого прибутку», який полягає у зростанні повторних візитів гостей, збільшенні кількості замовлень по келихах, замовлення дорожчих вин за рекомендацією, а також розширенні цільової аудиторії.

Для обґрунтування мінімального рівня продажів, необхідного для окупності впровадження посади сомельє, розрахуємо поріг рентабельності:

Зарплата сомельє (часткова зайнятість) 15 000 грн/місяць;

Інші витрати (навчання, дегустації) 2 000 грн/місяць;

Загальні витрати (ЗП + інші витрати) 17 000 грн/міс.

Середній прибуток з 1 пляшки вина 150 грн

Мінімальний обсяг реалізації для окупності = $17\,000 \text{ грн} / 150 \text{ грн} = \sim 114$ пляшок/міс.

Це означає, що для забезпечення фінансової ефективності нововведення достатньо продавати додатково всього 114 пляшок вина на місяць, що еквівалентно лише 3–4 пляшкам щодня. За умови активного pairing-просування, рекомендацій та дегустацій, такий результат є цілком досяжним.

Крім прямої вигоди, ресторан отримує низку нематеріальних переваг. По-перше, підвищується якість сервісу: гість отримує професійний супровід та індивідуальний підхід. По-друге, зміцнюється імідж: заклад позиціонується як винно-компетентний простір, що викликає довіру та інтерес. Третім важливим аспектом є зростання лояльності гостей: вино перетворюється на емоційний елемент гостьового досвіду, що стимулює повторні візити. Нарешті, важливим є вплив на команду: сомельє сприяє навчанню персоналу, підвищуючи загальний рівень винної культури у закладі.

Сомельє може виступати не лише фахівцем із вина, а й публічним представником бренду. Його участь у створенні контенту — винні рекомендації в Instagram, освітні stories, прямі ефіри або подкасти — посилює присутність ресторану в інформаційному полі.

Крім того, організація дегустацій, винних вечорів і партнерських подій з виноробнями створює додаткові інформаційні приводи для просування.

Проведемо оцінку економічної віддачі (ROI).

$$\text{ROI} = (\text{Додатковий прибуток} - \text{Витрати}) / \text{Витрати} \times 100\%$$

Припустимо:

Додатковий дохід: 25 000 грн/міс.

Загальні витрати: 17 000 грн/міс.

$$\text{ROI} = (25\,000 - 17\,000) / 17\,000 \times 100\% \approx 47\%$$

Отже, інвестиція в сомельє окупиться вже протягом першого місяця і забезпечить позитивну динаміку зростання в подальшому.

Запровадження сомельє в ресторан «Амур» — це інвестиція, яка має як економічну, так і іміджеву віддачу. В умовах зростаючої конкуренції на ринку гастрономії та зростання запитів клієнтів на емоційність, експертність і персоналізацію обслуговування, наявність сомельє дає змогу ресторану не лише

покращити свої фінансові показники, а й сформувати сталу аудиторію лояльних гостей.

Запропоновані нами пропозиції в третьому розділі зводимо в таблицю 3.3.

Таблиця 3.3 – Основні заходи щодо організації роботи сомельє в ресторані «Амур»

Назва заходу	Зміст заходу	Очікуваний результат
Пропозиція впровадження посади сомельє у винний сервіс ресторану «Амур»	Формування моделі поетапної інтеграції сомельє: аудит винної карти, навчання персоналу, дегустації, pairing	Підвищення якості винного сервісу, зростання задоволеності гостей, посилення винної культури в закладі
Обґрунтування ефективності введення посади сомельє в ресторані «Амур»	Розрахунок потенційного доходу, визначення порогу рентабельності, аналіз фінансової доцільності	Підтвердження економічної ефективності посади сомельє, обґрунтування інвестиційного рішення для закладу

Реалізація цих заходів дозволить ресторану «Амур» не лише вийти на новий рівень винного обслуговування, а й зміцнити свою ринкову позицію шляхом формування стійкої лояльності гостей та збільшення фінансових показників. Впровадження посади сомельє, за умови поетапного підходу, стане стратегічним кроком у розвитку ресторану як експертного гастрономічного простору.

ВИСНОВКИ

У сучасній індустрії гостинності формування унікального гастрономічного досвіду набуває особливого значення, оскільки саме емоції, персоналізація та експертність обслуговування стають головними чинниками вибору закладу споживачем. В цьому контексті професія сомельє перетворюється з вузькопрофільної спеціалізації на стратегічну позицію, яка поєднує знання про вино з маркетинговим, сервісним та культурним підходом до взаємодії з гостем. Актуальність теми дипломної роботи полягає в необхідності пошуку ефективних рішень щодо підвищення рівня винного сервісу в українських ресторанах та реалізації потенціалу сомельє як носія цінностей сучасної винної культури.

У першому розділі було розглянуто еволюцію професії сомельє: від придворного виночерпця до мультифункціонального фахівця, що поєднує аналітичні, сервісні, логістичні, комунікаційні та маркетингові компетенції. Окреслено сучасні завдання сомельє в ресторанному сервісі, а також ключові тенденції винної культури, які впливають на трансформацію цієї професії: персоналізація, інтеграція цифрових інструментів, розвиток локального виноробства, зростання ролі storytelling, екологічні тренди та мультидисциплінарність фаху.

У другому розділі здійснено глибокий аналіз ресторану «Амур» у місті Хмельницькому: проаналізовано його архітектурно-функціональні особливості, концепт-профіль, структуру меню, організацію обслуговування, конкурентне середовище та фактори споживчого вибору. Особливу увагу приділено винному сервісу: досліджено асортимент винної карти, рівень підготовки персоналу, взаємодію з гостями щодо рекомендацій напоїв, а також частоту замовлень окремих категорій вин. Проведений аналіз виявив як сильні сторони винної пропозиції (різноманітність, наявність безалкогольних вин, преміальні позиції), так і слабкі — відсутність фахового супроводу, низький рівень поінформованості офіціантів та недостатній акцент на pairing-стратегії. Відсутність штатної посади

сомельє визначено як критичний фактор, що стримує розвиток винної культури в закладі.

У третьому розділі розроблено практичну модель впровадження посади сомельє в ресторані «Амур». Проведено порівняльний аналіз поточного та оптимального стану винного сервісу, визначено поетапну стратегію інтеграції сомельє до структури закладу, окреслено функціональні обов'язки фахівця та його роль у системі сервісу, маркетингу й персонального досвіду гостя. В межах економічного обґрунтування проаналізовано можливості зростання виручки та розраховано точку беззбитковості. Зокрема, прогнозований приріст продажів вина на 25% може забезпечити додаткову щомісячну виручку в розмірі 25 000 грн, що повністю покриває витрати на залучення фахівця та створює позитивну динаміку зростання.

Крім прямої фінансової ефективності, впровадження посади сомельє сприятиме формуванню іміджу ресторану як винно-компетентного простору, підвищенню лояльності постійних клієнтів, збільшенню середнього чека, покращенню взаємодії з аудиторією через дегустації, події та винний контент у соціальних мережах. Сомельє виступатиме не лише радником, а й провідником до емоційного гастрономічного досвіду, що відповідає очікуванням сучасного споживача.

Таким чином, результати проведеного дослідження підтверджують як актуальність, так і практичну доцільність впровадження посади сомельє в ресторан «Амур». Реалізація запропонованих заходів дозволить не лише підвищити якість обслуговування, а й сформувати сталу винну культуру в межах закладу, посилити його ринкові позиції та сприяти зростанню фінансової ефективності. Надалі доцільним є впровадження системи внутрішнього навчання персоналу, регулярний моніторинг винних уподобань клієнтів, розвиток співпраці з локальними виноробнями та активна інтеграція винного сервісу у бренд-стратегію ресторану.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАННЯ

1. Журнал ASI (Association de la Sommellerie Internationale). Офіційний сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.asi.info/about-asi/>
2. Архіпов В. В., Русавська В. А. Організація обслуговування в закладах ресторанного господарства : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. – К. : Центр учбової літератури, 2009. – 342 с.
3. Національне агентство кваліфікацій України. Професійний стандарт «Сомельє» [Електронний ресурс]. – Київ, 2025. – Режим доступу: https://www.socosvita.kiev.ua/sites/default/files/ПС_сомельє_22.04.25.pdf
4. Офіційний сайт Асоціації сомельє України (АСУ) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ukrsommelier.kiev.ua>
5. Освітня платформа VinClass (WSET – Wine & Spirit Education Trust) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://vinclass.com> Відтворення термінології сомельє у перекладі / Н. О. Поліщук, А. В. Головня // Закарпатські філологічні студії. - 2022. - Вип. 22(2). - С. 200-204. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/trphst_2022_22%282%29_38
6. Слащева А. В. Барна справа та організація роботи сомельє : конспект лекцій / А. В. Слащева, А. В. Клименко. – Кривий Ріг : ДонНУЕТ, 2017. – 48 с.
7. Матюшенко Р. В. Барна справа і робота сомельє : опорний конспект лекцій / Р. В. Матюшенко. – Київ : НУХТ, 2014. – 333 с.
8. Сало Я. М. Організація роботи барів : довідник бармена. – Львів : Афіша, 2012. – 351 с.
9. Ресторан «Амур». Офіційна сторінка у ChoiceQR [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://amour.choiceqr.com/>
10. Amour Family Restaurant. Офіційна сторінка в Instagram [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.instagram.com/amour_family_restaurant/
11. Ростовський В.С., Шамян С.М. Барна справа: підручник [для студ. вищ. навч. закл.] - К.: Центр учбової літератури, 2008. – 312с

12. Техніка професійної дегустації вина. Дегустатор вина: опис та характеристика професії, як стати сомельє [Електронний ресурс]. – Електронні текстові дані. – Режим доступу: <https://kvartiraartenda.com.ua/degustator-vina-opis-ta-xarakteristikiprofesi%D197-yak-stati-somelye/>

13. Гірняк Л. І. Організаційні особливості роботи сомельє, формування винної карти сучасних вітчизняних закладів ресторанного господарства // Сучасні напрями розвитку економіки, підприємництва, технологій та їх правового забезпечення : матеріали міжнар. наук.-практ. конф. – Львів : Видавництво ЛТЕУ, 2021. – С. 162–164. Литвиненко Т.К. Новітні технології обслуговування у сфері ресторанного бізнесу / Т.К.Литвиненко.- К.:КНТЕУ, 2018.- 215с/

14. Б'янка Б. Схиблені на вині. Мандрівка у вишуканий світ сомельє / пер. з англ. Г. Руль. – Київ : Наш формат, 2019. – 344 с.

15. Bosker B. Cork Dork: A Wine-Fueled Adventure Among the Obsessive Sommeliers, Big Bottle Hunters, and Rogue Scientists Who Taught Me to Live for Taste. – New York : Penguin Books, 2017. – 329 p.

16. Sokolenko A., Krainyuk L., Semernina T. Implementation of the sommelier service and its role in the financial performance in the restaurant industry of Ukraine // Technology Audit and Production Reserves. – 2018. – Vol. 5(5(43)). – P. 15–18. – URL: <https://doi.org/10.15587/2312-8372.2018.146901>

17. The evolution of wine research: A 26 year historical examination of topics, trends and future direction // International Journal of Contemporary Hospitality Management. – 2018. – Vol. 30(1). – P. 286–312.

18. Girard L. Global wine consumption continues to decline in 2023 // Le Monde. – 2024, April 26. – URL: <https://surli.cc/norahc>

19. The relationships of wine promotion, customer satisfaction, and behavioral intention: The moderating roles of customers' gender and age // Journal of Hospitality and Tourism Management. – 2019. – Vol. 39. – P. 212–218. – URL: <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2019.03.001>

20. Guest editorial: Wine and hospitality research: opportunities and challenges // *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. – 2024. – Vol. 36(8). – P. 2545–2554. – URL: https://www.researchgate.net/publication/382880120_Guest_editorial_Wine_and_hospitality_research_opportunities_and_challenges
21. Food–wine pairing suggestions as a risk reduction strategy: reducing risk and increasing wine by the glass sales in the context of a Swiss restaurant // *Psychological Reports*. – 2016. – Vol. 119(1). – P. 174–180. – URL: <https://surl.li/bxouah>
22. Дьяченко Р. В. Ресторанний сервіс: від задоволення утилітарно-прагматичних до культурно-дозвілєвих потреб // *Вісник Нац. акад. кер. кадрів культури й мистецтв*. – 2021. – № 2. – С. 37–41.
23. Кучечук Л. В., Подлепіна П. О. Аналіз сучасного стану ресторанного господарства України та перспективи розвитку в умовах пандемії COVID-19 // *Бізнес-Інформ*. – 2021. – № 9. – С. 139–144.
24. Гузар У. Є., Левчук А. В. Аналіз діяльності закладів ресторанного бізнесу в Україні під час війни // *Рестораторство і гостинність*, 2023. – DOI: <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2023-9-12-01>
25. Абрамова А. Г., Арпуль О. В., Князь К. І. Дослідження сучасних форм та методів обслуговування в закладах ресторанного господарства: вітчизняний та міжнародний досвід // *Економіка та суспільство*. – 2024. – № 63.
26. Концептуальні основи управління персоналом у закладах гостинності // *PMT: Problems and Modern Transformations*. – 2022. – № 8. DOI: <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2023-8-12-01>

ДОДАТКИ

ДОДАТОК А

АНКЕТА ДЛЯ ГОСТЕЙ РЕСТОРАНУ «АМУР»

1. **Як часто Ви відвідуєте ресторан «Амур»?**
 - Вперше
 - Раз на місяць
 - Раз на тиждень
 - Частіше
2. **Чи замовляєте Ви вино під час візиту?**
 - Так, завжди
 - Іноді
 - Рідко
 - Ніколи
3. **Як Ви оцінюєте різноманіття вин у меню?**
 - Дуже добре
 - Добре
 - Задовільно
 - Незадовільно
4. **Наскільки якісною є подача вина (температура, келихи, презентація)?**
 - Відмінно
 - Добре
 - Посередньо
 - Погано
5. **Чи достатньо обізнаний персонал у винному сервісі (знання, рекомендації, опис смаку)?**
 - Так, цілком
 - Частково
 - Ні, зовсім ні
 - Важко відповісти
6. **Як Ви оцінюєте співвідношення ціни та якості вин?**
 - Відмінне
 - Добре
 - Задовільне
 - Незадовільне
7. **Чи отримали Ви рекомендації щодо вина від персоналу?**
 - Так
 - Ні
 - Не потребував/ла
8. **Чи хотіли б Ви бачити у винній карті нові позиції (наприклад, локальні, органічні, ексклюзивні вина)?**
 - Так
 - Ні
 - Не має значення
9. **Яке загальне враження у Вас залишилось від винного сервісу в ресторані «Амур»?** _____
10. **Ваші побажання або коментарі щодо винної карти чи обслуговування:** _____

Зображення ресторану «Амур»

