

Лекція 8. Ресторанне господарство як складова індустрії гостинності

План лекції

8.1 Місце ресторанного господарства в індустрії гостинності.

8.2 Сучасні тенденції в ресторанному господарстві.

8.1 Місце ресторанного господарства в індустрії гостинності.

Бізнес, пов'язаний з організацією харчування, є важливою та найбільш значущою частиною індустрії гостинності. Перспективи ресторанного бізнесу залежать перш за все від економічної ситуації в країні і визначаються національними особливостями населення. Ресторанний бізнес, з одного боку, є одним із засобів високоліквідного використання капіталу, а з іншого – середовищем з високим ступенем конкурентності. У всьому цивілізованому світі це один із найбільш розповсюджених видів малого бізнесу, тому заклади та підприємства ведуть між собою постійну боротьбу за сегментацію ринку; за пошук нових та за утримання постійних споживачів їхньої продукції та послуг.

Під час організації ресторанного бізнесу, як однієї з головних сфер гостинності, необхідно керуватися принципами культури сервісу:

гість – найважливіша фігура ресторанного бізнесу, не він залежить від закладу ресторанного господарства, а заклад залежить від нього;

гість – не перешкода, а сенс та мета роботи закладу ресторанного господарства, саме він робить послугу закладу, дозволяючи обслуговувати себе;

гість – складова частина закладу ресторанного господарства; задача закладу – виповнити бажання гостя з користю для нього і вигодою для себе.

Тому, найважливішою метою в ресторанному бізнесі є задоволення потреб гостей і тільки потім – збільшення прибутку. Велику роль в досягненні цієї мети відіграє обслуговуючий персонал, який безпосередньо працює з гостями закладу. До всіх працівників закладу ресторанного господарства висувається високий рівень вимог з точки зору професіоналізму, етики та естетики, культури обслуговування загалом. Отже, успішна діяльність закладів ресторанного господарства залежить від того, як закладу вдасться залучити і втримати споживачів. Вирішення цього основного завдання залежить від багатьох складових, зокрема: меню, кухні, інтер'єру, рівня культури обслуговування, зовнішнього вигляду і поведінки персоналу закладу, тобто культури ресторанного сервісу загалом. Успіх ресторанної справи визначається здатністю задовольняти і передбачати потреби і очікування гостей. Протягом віків ресторанне господарство пройшло складний шлях від місць для організації харчування подорожуючих до створення потужних мереж ресторанів.

Ресторанне господарство (РГ) – це вид економічної діяльності суб'єктів господарської діяльності щодо надання послуг для задоволення потреб споживачів у харчуванні з організацією дозвілля або без нього. Суб'єкти господарювання здійснюють діяльність у ресторанному господарстві через підприємства (заклади) ресторанного господарства. **Заклад ресторанного господарства (ЗРГ)** – це організаційно структурна одиниця у сфері ресторанного господарства, яка здійснює виробничо-торговельну діяльність: виробляє і (або) доготовляє, продає та організовує споживання продукції власного виробництва й закуплених товарів, а також надає послуги з організації дозвілля споживачів.

Підприємство ресторанного господарства – це заклад (сукупність закладів), який є самостійним суб'єктом господарювання, має права юридичної особи і здійснює свою діяльність з метою одержання прибутку. За умов жорсткої конкуренції заклади ресторанного господарства змушені впроваджувати інновації, шукати свою неповторну особливість, забезпечувати собі постійних гостей різного роду заохоченнями та підвищувати рівень сервісу. Слід зазначити, що лише розвиток туризму, рекреації, освіти в галузі готельно-ресторанної справи, мінімальне втручання держави (лише у проблемних питаннях тарифів, стандартів), налагодження системи постачання, транспорту та сфери

послуг забезпечить розвиток ресторанної галузі, а постійне запровадження інновацій, інвестиції та жорстка конкуренція – збільшення рівня її глобальної та регіональної конкурентоздатності.

8.2. Сучасні тенденції в ресторанному господарстві.

Особливість функціонування сфери ресторанного господарства в економічному та соціальному прояві полягає у забезпеченні якості життя населення засобами задоволення фізіологічних потреб. Динамічний розвиток цієї галузі обумовлює появу закладів ресторанного господарства різних типів та цінних категорій, що дає можливість споживачам обирати таке підприємство ресторанної сфери, що найбільш підходить для них за всіма критеріями.

Сучасна індустрія ресторанного бізнесу постійно поширюється та видозмінюється під впливом різних факторів внутрішнього та зовнішнього середовища. В якості сфери підприємницької діяльності РГ виконує соціальні (задоволення потреб споживачів) та економічні функції (підприємницька одиниця сфери обслуговування).

Економічні функції сфери РГ розглядаються як єдиний комплексний механізм виробництва та обігу продукції, що забезпечує ресторанному бізнесу певні переваги в порівнянні з іншими галузями народного господарства. Перш за все, це перспективна галузь для інвестування капіталу, що гарантує достатньо швидко оберненість вкладених засобів. Прибуток від інвестування складає близько 15...25 %, що зацікавлює нових учасників цього ринку і стимулює його поширення. У теперішній час можна прослідкувати існування різноманітних концепцій організації ресторанного бізнесу на локальному ринку, що забезпечує з одного боку, підтримку одне одному, а з іншого – створює конкурентне середовище, яке сприяє підвищенню рівня якості, залученню більшої кількості споживачів і, як результат, збільшенню прибутку. Конкуренція – невід’ємна складова ринкової економіки, оскільки у відвідувачів з’являється можливість вибору. Основне завдання кожного підприємства – підвищення якості продукції та послуг, що надаються.

Успішна діяльність закладу визначається якістю надаваних послуг, які повинні:

- чітко відповідати певним потребам;
- задовольняти вимоги споживача;
- відповідати прийнятним стандартам і технічним умовам;
- відповідати чинному законодавству та іншим вимогам суспільства;
- надаватися споживачу за конкурентоспроможними цінами;
- забезпечувати отримання прибутку.

За ситуації, коли пропозиції перевищують попит, необхідний маркетинговий підхід до організації роботи і конкурентоспроможність послуг харчування та обслуговування, а також забезпечення основних критеріїв конкурентоспроможності – безпеки, якості, асортименту, ціни, сервісних послуг. Важливо проводити маркетингові дослідження якості послуг. Об’єкт дослідження – споживачі, їх ставлення до послуг, вимоги до якості та асортименту продукції і послуг. Розвиток ресторанного господарства:

- дає істотну економію суспільної праці завдяки більш раціональному використанню техніки, сировини, матеріалів;
- надає робітникам і службовцям протягом робочого дня гарячу їжу, що підвищує їх працездатність, зберігає здоров'я;
- дає можливість організації збалансованого раціонального харчування в дитячих і навчальних закладах.

Велика швидкість обороту капіталу, надійність бізнесу, порівняно низькі витрати на будівництво, реконструкцію та придбання обладнання, відносно низькі поточні витрати – сприяють залученню інвестицій до ресторанного бізнесу. Ресторанне господарство на сучасному етапі налічує більше 60 тис. об’єктів ресторанного господарства. З початком економічної трансформації економіки України, коли прибутковість стала ключовою метою діяльності суб’єктів господарювання, відбулося значне зменшення кількості

об'єктів ресторанного господарства при установах, промислових підприємствах, навчальних закладах тощо, які обслуговують споживачів, об'єднаних за професійними ознаками за місцем роботи або навчання. Більше ніж удвічі зменшилася кількість фабрик-кухонь та фабрик-заготівель, що обумовлено згортанням діяльності з централізованого обслуговування напівфабрикатами та готовою продукцією закладів ресторанного господарства, які функціонують при навчальних закладах, промислових підприємствах тощо.

Незважаючи на незадовільні соціально-економічні фактори (високий ступінь ризику для інвесторів, низький рівень купівельної здатності населення) кількість ресторанів постійно зростає, хоча їх частка і сьогодні залишається найменшою – 3,3%. Пояснюється це тим, що в період ринкових трансформацій в Україні почали з'являтися фешенебельні ресторани, зорієнтовані в основному на ділову еліту, які, за оцінками фахівців, сьогодні можуть відвідувати 2...3% населення країни. Найбільшу частку в структурі мережі закладів ресторанного господарства займають кафе, закусочні, буфети (більше 53%), що обумовлено стійким попитом споживачів на продукцію і послуги цих підприємств. Їдальні в основному обслуговують організовані контингенти споживачів. Значна кількість об'єктів ресторанного господарства функціонує в системі роздрібною торгівлі (майже четверта частина від загальної кількості). В умовах становлення ринкових відносин розвиток ринків як торгових підприємств, торговельних та торговельно-розважальних комплексів є перспективним. У зв'язку з цим необхідно приділяти належну увагу організації харчування як працівників, так і покупців, що користуються послугами цих підприємств. Частка об'єктів ресторанного господарства у готелях та інших місцях для короткотермінового проживання на сучасному етапі має тенденцію до зростання.

Трансформація загальнодоступної мережі ресторанного господарства відбувається шляхом розвитку 2 основних напрямів: мережевого та немережевого.

За рівнем, якістю та специфікою надаваних послуг на українському ринку ресторанного господарства виділилися 3 основні мережеві системи:

- 1) елітних підприємств (закладів) ресторанного господарства (закладів «високої кухні»);
- 2) формату Quick&Casual;
- 3) підприємств (закладів) швидкого обслуговування (fast-food).

Найбільш широко вітчизняний ринок представлений закладами fast-food та формату Quick&Casual, основними характеристиками яких є стандартизація процесу виробництва і реалізації продукції, завдяки однаковому меню та встановленню однотипного обладнання, висока технологічність виробництва, помірні ціни, досить значна швидкість та якість обслуговування відвідувача.

Формат Quick&Casual розвинений тільки на 20-25% від можливого, оскільки дуже важко сьогодні знайти приміщення, що відповідає всім вимогам, розраховане на велику кількість місць.

В сегменті ринку Quick&Casual виділяють мережі піцерій ("Піца Челентано", "Уно піца", "Маріо" тощо) та експрес-кафе ("Пузата хата", "Домашня кухня", "Здоровенькі були", "Дрова", "Якіторія", "Тралі-Валі", "Матусина хата", "Єврохата", тощо).

Основними мережевими операторами на сегменті швидкого обслуговування, які є класичними (традиційними) мережами фаст-фуду, є "McDonald's", "Швидко", "Містер Снек", "Печена картопля", та ін.

На сьогоднішній день досить перспективним сегментом є організація швидкого харчування за типом food-court в торгових центрах. Особливу популярність останнім часом набуває сегмент клубів та розважальних центрів, складовою частиною яких є підприємства ресторанного господарства. У такому закладі кулінарні послуги активно поєднуються з сервісним обслуговуванням, що розширює можливості підприємства із залучення споживачів.

Ще одним напрямом розвитку ресторанного господарства є розвиток мережевих

ресторанів – як вітчизняних так і зарубіжних операторів. Це такі, як: «Мафія», «21 век», «McDonald's», «Baskin Robbins», «Карт бланш». Розвиток мереж відбувається переважно на умовах франчайзингу, який становить специфічну вертикальну інтегральну систему великих і малих фірм, що в комплексі з іншими формами організації бізнесу стимулює розвиток підприємств ресторанного господарства.

У конкурентній боротьбі вітчизняні підприємства ресторанного господарства не лише займаються пошуком нових сегментів ринку, але й широко застосовують новітні досягнення кулінарії та дизайну, до яких можна віднести креативну кухню, стиль високих технологій, кейтеринг-сервіс тощо.

Для популяризації підприємства ресторанного господарства та збільшення його цільової аудиторії господарюючі суб'єкти активно використовують можливості Інтернет, шляхом створення веб-сайтів та розміщення їх у ділових, інформаційних, комерційних та туристичних пошукових системах.

Отже, основними напрямками подальшого розвитку ресторанного господарства є:

- спеціалізація мережі підприємств харчування, збільшення питомої ваги підприємств швидкого обслуговування;
- удосконалення асортименту продукції, що реалізується;
- підвищення якості продукції та культури обслуговування;
- збільшення відпуску продукції власного виробництва у роздрібну торговельну мережу;
- освоєння виробництва нових видів продукції;
- удосконалення матеріально-технічної бази з метою впровадження ресурсозберігаючих технологій;
- надання додаткових послуг.

Зазначені напрями сприяють розвитку ресторанного господарства та наближенню його до світових стандартів. Ефективність діяльності та розвитку як мережевих, так і немережевих загальнодоступних підприємств (закладів) ресторанного господарства суттєво залежить від якості роботи їх виробничих та організаційно-обслуговуючих систем.

Основними тенденціями розвитку ресторанного бізнесу є:

- створення сприятливого іміджу для закладів;
- своєчасні розрахунки з постачальниками, від яких залежить ліміт кредиту і самих постачальників до даного закладу;
- формування позитивної думки про заклад ресторанного господарства серед постійних споживачів.

Сьогодні успіх ресторатора залежить від наявності: професійного менеджменту, сучасної кухні, концепції закладу, бездоганного сервісу, цікавого інтер'єру і розумних цін.

Запитання для самоконтролю

1. Дайте визначення поняттям «Ресторанне господарство», «Заклад ресторанного господарства», «Підприємство ресторанного господарства».
2. Які основні напрями розвитку ресторанного господарства?
3. Розвиток мереж закладів ресторанного господарства.
4. Які особливості розвитку мережі закладів ресторанного господарства формату Quick&Casual?
5. Які особливості розвитку мережі закладів ресторанного господарства формату fast-food?