

Гуторов О. С., викладач,
ВСП «Харківський торговельно-економічний фаховий коледж
Державного торговельно-економічного університету»

ІННОВАЦІЇ У СФЕРІ ГРОМАДСЬКОГО ХАРЧУВАННЯ, ЯК ФАКТОР СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ

Громадське харчування нині одна з найбільш ліквідних галузей економіки України. При цьому ресторанна справа вимагає набагато менших інвестицій, ніж, наприклад, потрібна у виробничій сфері. За професійного підходу до створення концепції закладу, що передбачає грамотну цінову та управлінську політику, середній термін окупності проекту визначається терміном від одного до двох років, а рентабельність може становити від 20 до 60%.

Проте нерідко інвестиції не приносять бажаних результатів, і підприємства припиняють своє існування. Як свідчить матеріали статистики, щороку з тих чи інших причин закриваються вісім із десяти підприємств сфери громадського харчування. Серед головних причин банкрутства у сфері ресторанного бізнесу називається загальне економічне становище в країні: схильність громадян у нинішніх умовах життя до економії; висока вартість оренди приміщень для пунктів харчування; дорожнеча імпортованих продуктів; дефіцит освітніх програм щодо надання комерційних послуг та їх висока вартість.

Не викликає сумнівів, що ринок послуг безпосередньо залежить від загальних економічних показників розвитку країни. Платоспроможність та менталітет населення України також є суттєвими факторами, які визначають рівень витрат, призначених на харчування у кафе, ресторанах тощо, тобто поза оселею. У середньому у сприятливий період із 2007 по 2012 роки мешканці України витрачали на громадське харчування від 3 до 4% усіх витрат особистого бюджету. В цей час у розвинених країнах оборот галузі громадського харчування на душу населення становив, наприклад: США - 1360%; у Франції – 830%; у Німеччині – 410%; у Чехії – 420%; у Угорщині – 280%; у Латвії – 250% [1].

При цьому варто звернути увагу на те, що розширення ресторанного бізнесу в Україні відбувалося методом спроб і помилок, а наукові методи організації та управління у цій сфері задіялися мало. У зв'язку з цим у вигравші виявляються підприємці, які розуміють, що джерелом економічного зростання є лише наукові розробки, тому створюють та впроваджують стратегію управління, що базується на різноманітні інноваційного підходу.

Таким чином, формування інноваційної моделі управління бізнесом стає актуальним для розвитку ресторанного господарства і водночас є основною умовою забезпечення високої конкурентоспроможності підприємств галузі громадського харчування.

Система послуг громадського харчування в Україні завжди змінювалася залежно від реформ, які проводяться в економіці та політиці. Природно, що разом із реформами у сфері громадського харчування закономірно зазнали змін і пов'язані з ним харчова та переробна промисловості, системи захисту прав споживачів, організації контролю якості та підходів до стандартизації харчової продукції. У цих умовах фахівцям необхідно проводити експерименти з меню, запроваджувати різноманітні форми залучення клієнтів. Стає зрозумілим, чому неодмінною вимогою розвитку підприємництва стали маркетингові дослідження, спрямовані на виявлення особливостей ринку, що визначає спеціалізацію, масштаб та інші характеристики, що впливають формування стратегії управління підприємств ресторанного бізнесу.

Перспективи розвитку ресторанного бізнесу в Україні все ж таки є. Важливою умовою їхньої реалізації має стати вміння підприємців адаптуватися до нових умов економіки, що склалася, тобто здатність впроваджувати інновації технологічні, виробничі, логістичні, економічні, соціальні та ув'язувати їх в управлінській стратегії.

На особливу увагу заслуговують інновації в логістиці, використання яких дозволяє розглядати процес матеріально-технічного забезпечення господарської діяльності

підприємства громадського харчування, як єдину систему. Головне завдання цієї системи полягає в тому, щоб оптимізувати сумарні витрати на функціонування всіх її елементів з урахуванням існуючих обмежень, забезпечуючи водночас високий рівень обслуговування клієнтів. Логістичні розробки сприяють скороченню часу виробництва, знижують її собівартість, зменшують обсяги матеріально-технологічних запасів. Удосконалення логістичних розробок вкрай необхідне підприємствам ресторанного господарства, які мають невеликі обсяги виробництва. Такі виробництва зазвичай характеризуються невеликою кількістю зайнятих для підприємства трудових ресурсів, і навіть обмежені виробничими, складськими і торговими приміщеннями.

Інноваційний характер має система управління запасами, яка сприяє мінімізації запасів, орієнтації на великого постачальника, незалежно від зовнішніх факторів впливу, оскільки створюється широка мережа супермаркетів, які обслуговують дрібнооптових покупців, до яких належить більшість підприємств ресторанного бізнесу. Наслідком такої закупівельної політики є своєрідний самостійно організований just-in-time (точно в термін). Цей метод усуває невідповідність між поставками та попитом.

Все активніше відбувається використання рестораторами прогресивних технологій управління, наприклад: система автоматизації обслуговування у залі (фронт-офіс), автоматизація бухгалтерського обліку (бек-офіс) та ін. Всі великі підприємства громадського харчування використовують сучасні програмні продукти, здатні контролювати товарні та грошові потоки, що діють, а також оптимізувати витрати часу.

Все частіше використовують другий так званий гостьовий екран касової станції. Зміна рекламних сюжетів на екрані залежить від складу поточного замовлення, і нагадує гостю про ті страви або групи страв, яких ще немає на замовлення. Звичайно, згадуються ті страви, продаж яких є найбільш вигідним підприємству. Динамічні меню-борди також дозволяють створювати сценарій виведення страв на LCD-екрани залежно від часу доби, дня тижня, погоди та інших параметрів. Технологія «електронна черга» дозволяє відвідувачам замість звичного очікування у черзі стежити за станом свого замовлення, дивлячись на гостьовий монітор.

Нова технологія «Віртуальна карта гостя» за якісними характеристиками є сучасною альтернативою звичайної пластикової картки постійного відвідувача ресторану. Завдяки власному мобільному телефону або планшету, відвідувач ресторану може скористатися наявною знижкою, сплатити накопиченими бонусами рахунок, подивитися вміст і суму поточного замовлення, відправити повідомлення офіціанту, попросити принести рахунок.

Модуль «Мобільний менеджер» - це ще одне мобільне рішення, яке виявилось затребуваним на підприємствах громадського харчування. Ця новація є розширеною версією мобільного терміналу офіціанта на iPod. Функціональні можливості «Мобільного менеджера», крім надання звичного набору опцій, дозволяє змінити кількість сидячих за столом, видалити або перенести страви, сплатити замовлення цілком або частково (відповідно до місць).

Важливо, що програмне забезпечення формує рахунок одночасно із замовленням, це дозволяє уникнути помилок під час розрахунку відвідувача. Розплатитися можна картою, розписавшись на планшеті, а чек буде отримано електронною поштою клієнта або повідомлення на телефон. Коли гість самостійно робить замовлення за допомогою електронного меню на планшеті, він, як правило, замовляє більше, тому перед очима постійно з'являються додаткові пропозиції страв і напоїв.

Серед інноваційних способів подачі страв виділяється використання кайтенів, які застосовуються головним чином у ресторанах японської кухні, і інакше називаються «суші-конвеєри». Кайтен є круговим конвеєром, усередині якого розташовуються кухарі, які постійно ставлять тарілки з готовими стравами. Оплата за такої організації обслуговування є фіксованою ціною і виставляється не за страви, а за можливість сидіти у конвеєра.

Нові пропозиції для автоматизації робочого місця є затвердженим порядком резервування столів, що дозволяє оптимально управляти бронюванням місць і розсадкою відвідувачів [2].

Сучасні інноваційні маркетингові концепції розробляються та реалізуються з урахуванням основних характеристик підприємства громадського харчування. Ці характеристики традиційні, тому включають організацію кухні та склад меню, рівень сервісу всіх етапах обслуговування, особливості інтер'єру, місце розташування підприємства. У різні періоди розвитку та стану сфери комунального харчування де вони однаково класифікувалися за перевагами. Зараз велику значущість для людей, які вибрали їжу поза оселею, як правило, має рівень сервісу.

Великі фірми та виробничі мережі розробляють стандарти обслуговування, які мають вирішувати проблеми якості та швидкості обслуговування, а також дають рекомендації поведінки в нестандартних ситуаціях. Стандарти обслуговування повинні стати своєрідним кодексом поведінки обслуговуючого персоналу, особливо при підвищеному навантаженні або при зустрічі, так званих, важких клієнтів [3].

Для забезпечення професійними кадрами свого підприємства ресторатори часто вдаються до хедхантингу. Інші обмежуються отриманням від професіоналів консультацій, які коштують значно дешевше, ніж утримання працівника. Разом з тим, для утримання хороших фахівців широко використовуються нематеріальні стимули, наприклад: можливість кар'єрного зростання, внутрішньофірмове навчання. Одним із напрямків роботи в галузі навчання персоналу є проведення професійних тренінгів, які найчастіше бувають вузькоспеціалізованими. Участь у тренінгу сприяє підвищенню сприйнятливості працівників ресторанного сервісу до проблем відвідувачів, розвиває навички ділового спілкування та взаємодії з членами колективу, тим самим значно покращує рівень обслуговування загалом.

Для багатьох підприємств залишається проблемою нездатність керівників зрозуміти необхідність домогтися інноваційного оновлення, оскільки існує нерозуміння ролі інформації як базового ресурсу управління підприємством. Тому управління інноваційною діяльністю перетворюється до ланки провідних елементів стратегічного управління підприємствами громадського харчування. Воно реалізується через розробку планів та програм, а також шляхом забезпечення інноваційної діяльності необхідними ресурсами, наприклад: кадрами, сировиною та матеріалами, фінансами. У зв'язку з цим актуальною стає позиція держави, спрямована на створення дієвих механізмів, які б стимулювали підприємців до інноваційного оновлення.

При цьому слід враховувати той факт, що процес впровадження інновацій може мати як позитивні та негативні наслідки. Негативні наслідки від запровадження нового можуть виражатися у змінах у ціновій політиці виробленої продукції; зміни, викликані дією нових законів та законодавчих актів; витісненням дрібних підприємств громадського харчування більшими чи монополістами. Негативний вплив має завжди бути в центрі уваги управління інноваціями. Тому спрямовані дії дозволять скоротити вплив негативних чинників з урахуванням того, що при виході на ринок кожне підприємство визначає власну індивідуальну політику, націлену на власного клієнта, знаходить свій ринок збуту продукції.

Список використаних джерел:

1. Міністерство економічного розвитку і торгівлі України. Харчова і переробна промисловість України: Дослідження. Київ: МЕРТУ. 2019. 60 с.
2. Чхало Олена. Автоматизовані системи управління підприємствами ресторанного бізнесу. Журнал «СНТЕК». Режим доступу: https://tourlib.net/statti_ukr/chkhalo.htm. Станом на 12.02.2023 – Назва з екрану.
3. Стандарти обслуговування в ресторані. Центральний Український Вісник. Режим доступу: <https://government.com.ua/nashi-hroshi/standarti-obslugovuvannya-v-restorani.html> Станом на 12.02.2023 – Назва з екрану.
4. Томаля Т. С. Особливості управління персоналом на підприємствах готельно-ресторанного бізнесу. Вісник Хмельницького національного університету 2017. № 2. Том 2. С. 271 – 274.