

УДК 642.59

Липова Ю. Ю.

асистент, ННІ Українська інженерно-педагогічна академія Харківського
національного університету імені В. Н. Каразіна, м. Харків

**СТРАТЕГІЇ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ТА ЯКОСТІ ПОСЛУГ
ХАРЧУВАННЯ В ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА**

Сьогодні сфера ресторанного сервісу, завдяки своїй перспективній і динамічній модернізації, стає однією з найбільш перспективних галузей. Разом із тим спостерігається зростання кількості виробників послуг харчування, отже, загострюється і посилюється конкуренція. Враховуючи це ресторатори намагаються знайти нові форми і техніки приготування страв, а також унікальні методи обслуговування гостей. Інакше кажучи, завданням кожного виконавця є пошук, розробка та реалізація такої інноваційної стратегії, яка змогла б посилити ефективність організації харчування, а також поліпшити якість послуг.

Розглянемо сам процес розроблення стратегії ресторанного підприємства. Ця процедура передбачає кілька етапів:

- аналіз зовнішнього середовища ресторанного бізнесу;
- визначення мети і завдань розвитку закладу ресторанного господарства;
- обґрунтування і вибір стратегії;
- аналіз стратегії;
- впровадження стратегії.

Під час розроблення стратегії підвищення ефективності та якості послуг харчування важливу роль відіграють технологічні чинники, оскільки саме в процесі їх аналізу можна визначити інформаційну основу тієї інновації, яку виконавець планує впровадити в діяльність закладу.

До технологічних чинників, що надають можливості розвитку, слід віднести:

- розвиток комунікативних технологій (приймання та обробка замовлень із використанням інтернет-технологій);
- удосконалення технології приготування продукції (використання сучасного обладнання);
- удосконалення технології подачі та надання готової страви.

Один із способів підвищення конкурентоспроможності закладу ресторанного господарства полягає в сукупному використанні інновацій.

До технологічних інновацій слід віднести такі: механічна обробка; теплова обробка; молекулярна кухня; охолодження; збільшення термінів зберігання [1].

Розглядаючи організаційні інновації, необхідно виділити:

- організацію вертикальної та горизонтальної системи управління;
- створення переліку надійних постачальників;
- розробку та впровадження власного мобільного додатка та сайту;
- удосконалення концепції організації.

Що стосується маркетингових інновацій, то до них належать: запуск мобільної реклами; використання мерчу закладу; створення унікальної системи лояльності клієнтів; розробка і впровадження CRM-системи.

На основі перерахованих вище інновацій можна виділити чотири основних стратегії, які можуть допомогти в підвищенні ефективності організації послуг харчування:

1. Досягнення лідерства шляхом низьких витрат, іншими словами – цінового лідерства. Таку стратегію в основному використовують великі підприємства, наприклад KFC. Якщо ж розглядати локальний ринок, то йдеться про куплену франшизу відомих закладів. Сутність цієї стратегії полягає у використанні нових технік і технологій, а також форм і методів обслуговування в сукупності з накопиченим досвідом і аналізом тих інновацій, які вже запущені в організаціях конкурентів. Завдяки цьому заклад отримує низький рівень витрат.

2. Диверсифікація виробництва. Для того щоб заклад мав конкурентну перевагу, йому необхідно розширювати асортимент послуг, що надаються, або ж розробити і впровадити послуги-новинки. Також тут може йтися про нові форми роботи організації, наприклад про кейтеринг.

3. Диференціація на локальному ринку, іншими словами, створення такої продукції, яка буде унікальною для сфери громадського харчування. Прикладом цього в закладі громадського харчування може бути якість послуг, що надаються. Оцінюючи цю стратегію, варто виокремити продуктові

(наприклад, спеціалізація на конкретній національній кухні) та маркетингові (наприклад, надання сертифікатів із певним депозитом) інновації [2].

4. Обслуговування малих сегментів ринку. Сутність цієї стратегії полягає в тому, що заклад орієнтується на конкретний сегмент споживачів (наприклад, молодіжну групу) і задовольняє їхні потреби. У процесі своєї діяльності заклад визначає, що можна модернізувати або ж додати.

Насамкінець хотілося б зазначити, що заклад ресторанного господарства, який займається обслуговуванням клієнтів, повинен використовувати такі стратегії, які змогли б дозволити поліпшити якість і ефективність процесу надання послуг. Серед таких стратегій слід виділити:

- організацію каналів зв'язку: виконавці у сфері послуг харчування повинні мати хороший досвід спілкування з людьми, їм необхідно залишатися доступними та ввічливими за будь-яких обставин; також важливу роль відіграють інноваційні сайти та додатки підприємства;

- навчання та підвищення кваліфікації персоналу: працівники повинні володіти навичками комунікації, а також інформаційною базою своєї галузі, щоб надати цю інформацію клієнтам і, крім цього, виступити перед гостями в статусі професіоналів;

- поліпшення робочого процесу: очікування клієнтів має бути мінімальним, отже, виконавцю необхідно швидко вирішувати проблеми гостей;

- аналіз рівня обслуговування: підприємству ресторанного господарства важливо знати, що про нього думають відвідувачі, щоб розвиватися надалі, не зупиняючись на досягнутому, або ж виправляти попередні помилки. У цьому можуть допомогти такі інструменти, як анкетування, книга відгуків і пропозицій тощо;

- забезпечення високого рівня культури обслуговування: важливу роль відіграє етика обслуговування (ввічливе ставлення персоналу) і естетика обслуговування (інтер'єр, декор тощо) [3].

Таким чином, підприємці в галузі ресторанного бізнесу мають розуміти, що зовнішнє середовище є динамічним і постійно вдосконалюється (з'являються нові тренди, посилюється конкуренція та багато іншого).

Отже, необхідно усвідомлювати важливість постійного впровадження інноваційних стратегій. Організація обслуговування клієнтів закладів ресторанного господарства має бути продуманою, оскільки це буде вигідно як для споживача, так і для виробника. Якщо відвідувачу сподобався певний заклад, то він обов'язково порадить його своїм друзям, родичам і знайомим. А з іншого боку, якщо заклад вирізняється гарним обслуговуванням, то з'являється й успіх у веденні бізнесу, який проявляється в отриманні прибутку. Також варто додати, що інноваційні стратегії у сфері ресторанного господарства деталізують розвиток підприємства загалом, оскільки, з одного боку, вони орієнтовані на досягнення мети закладу харчування, а з іншого – визначають мету і характер його тактичної діяльності.

Список використаних джерел:

1. Завадинська О. Ю., Кінчур А. А., Деревиський Є. В. Сучасні тенденції впровадження інноваційних форм обслуговування в закладах ресторанного господарства. *Підприємництво і торгівля*. 2019. № 25. С. 54–59.
2. Гірняк Л. І., Сопіга В. Б. Формування культури та якості обслуговування у готельно-ресторанних підприємствах. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2018. Випуск 21, частина 1. С. 50–55.
3. Постова В. В. Якість продукції та послуг як об'єкт управління на підприємствах ресторанного господарства. *Економіка та суспільство*. 2022. Випуск 41. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-41-49>