

УДК 338

Близнюк Д.Р.
студентка гр. МГРС22-1
Харківський національний університет
міського господарства ім. О. М. Бекетова,
м. Харків, Україна
наук. кер. – к.е.н., доцент Соколенко А. С.

УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Кожна сфера економіки має свої власні системи управління, які відповідають характеру діяльності та об'єктам управління. Ресторанне господарство є особливою галуззю національної економіки, яка вирішує економічні та соціальні завдання одночасно. Цей регіон взаємодіє як із матеріальною промисловістю, так і з галуззю обігу, послуг та споживання.

Мета управління ресторанним господарством полягає в ефективному використанні всіх ресурсів, включаючи технічні, економічні, організаційні та

соціальні складові цих установок. Окремі особливості ресторанного господарства можуть бути виділені, коли окремі деталі об'єднуються в функціональні підсистеми, як це показано на рисунку 1.

Основні комерційні рішення орієнтовані на довгострокові стратегічні цілі і вимагають відповідних дій на ринку. Організація процесів продажів і обслуговування відвідувачів у ресторанному господарстві реалізується відповідно до концепції [1]. Цю структуру очолює директор (комерційний директор або керівник відділу). Вона включає в себе такі посади як менеджер-економіст, фахівець з маркетингу, інженер-технолог, товарознавець і адміністратор залу. Важливо постійно слідкувати за ефективністю цієї структури, її розвитком і вдосконаленням [2].

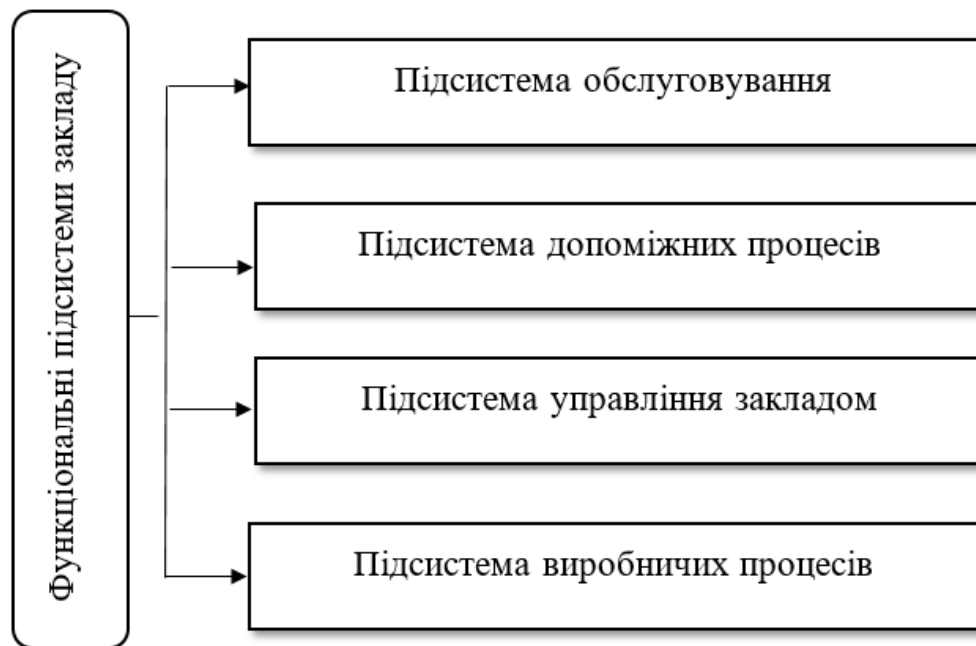


Рис. 1. Функціональні підсистеми діяльності закладів ресторанного господарства

Дослідимо основні інструменти управління:

- система моделювання і планування процесів;
- система виконання (регулювання, контроль, стимулювання);
- комунікаційна (інформаційна) система.

Основні функції управління стають активними завдяки їх впровадженню. Основні завдання управління продажами, спрямовані на організацію процесу

надання послуг, можна розділити на три групи: функції планування, функції організації, а також функції контролю та регулювання.

Функція планування включає:

- збір інформації про потреби споживачів, роботу та відпочинок;
- аналіз і оцінка конкуренції на ринку;
- формування діяльності відповідно до вимог споживачів;
- розробка поточних і оперативних планів продажів і форм продажів продукції і послуг закладу ресторанного господарства;
- вибір каналів розподілу продукції;
- оптимальні варіанти системи обслуговування споживачів закладу ресторанного господарства, їх моделювання;
- розробка заходів з планування та просування рекламних кампаній;
- організація процесу обслуговування клієнтів і складання плану витрат на маркетингову діяльність закладу ресторанного господарства.

Виконання функцій організації дозволяє систематично вирішувати такі завдання:

- організувати рух готової продукції, включаючи кіоски та літні майданчики, а також додаткові канали розподілу;
- забезпечити ефективне обслуговування клієнтів та реалізацію ресторанної продукції;
- скоординувати співпрацю всіх відділів компанії для задоволення потреб споживачів і досягнення цілей збуту послуг ресторанного господарства;
- організувати та керувати процесами підготовки персоналу у торговій групі та в залі;
- контролювати та керувати експедиціями, пов'язаними зі зберіганням напівфабрикатів та готової продукції, їх реалізацією або використанням у інших ресторанах.

До функцій регулювання та контролю входять наступні аспекти:

- моніторинг процесу обслуговування клієнтів та здійснення збутової діяльності в ресторанному господарстві;

- оперативне регулювання процесу обслуговування клієнтів на підприємстві ресторанного господарства та збутової діяльності, з урахуванням впливу зовнішніх і внутрішніх факторів;
- сприяння та оцінка продуктивності збутового відділу;
- виконання та моніторинг планів збуту;
- здійснення бухгалтерського, статистичного та оперативного обліку збутової діяльності.

Послуги, які надаються закладами ресторанного господарства, повинні відповідати певним стандартам і вимогам. Ці вимоги включають точність, відповідність цільовому призначенню, безпечність та екологічність, своєчасність надання, зручність та комфорт для клієнтів, естетичний вигляд, врахування соціальних аспектів, високий рівень обслуговування та інформативність [3].

Різні типи закладів ресторанного господарства надають комплекс послуг, який відповідає потребам різних клієнтів. Забезпечення конкурентоздатності власної продукції та послуг досягається завдяки впровадженню системного підходу до управління ресторанными підприємствами.

Література:

1. Чаркіна Т.Ю., Марценюк Л.В., Задоя В.О., Пікуліна О.В. Стратегічні напрями управління готельно-ресторанним бізнесом в умовах кризи. *Економіка та держава*, № 2, 2021. С. 19–23. URL: http://www.economy.in.ua/pdf/2_2021/5.pdf
2. Антонова В.А. Конкуренція і управління конкурентоспроможністю підприємств ресторанного господарства в умовах становлення ринку. *Науковий вісник Полтавського університету споживчої кооперації України*. 2007. № 1(21). С. 54–57.
3. Кіш Г.В. Методи антикризового маркетингу закладів ресторанного господарства в умовах пандемії COVID-19. Abstracts of the 4th International scientific and practical conference «Modern science: problems and innovations». SSPG Publish. Stockholm, Sweden. 2020. P. 356–360.