

Список літератури

1. Вассерман А. Сундук истории. Секреты денег и человеческих пороков / А. Вассерман. – М. : Астрель : Полиграфиздат, 2012. – 512 с.
2. Олгоф Ф. Їжа і філософія: їжте, пийте і будьте здорові / Ф. Олгоф. – К. : Темпора, 2011. – 346 с.
3. Каппати А. Итальянская кухня. История одной культуры / А. Каппати, М. Монтанари. – М. : Новое литературное обозрение, 2006. – 480 с.
4. Лосев А. Ф. История античной эстетики. Ранний эллинизм / А. Ф. Лосев. – Х. : Фолио ; М. : Изд-во АСТ, 2000. – 960 с.
5. Максимов С. В. Крестная сила. Нечистая сила. Неведомая сила : Трилогия / С. В. Максимов. – Кемерово : Кемеровское кн. изд-во, 1991. – 351 с.
6. Монтанари М. Голод и изобилие. История питания в Европе / М. Монтанари. – М. : Александрия, 2009. – 288 с.
7. Кулинарный бум // Огонек. – 2012. – № 9 (5 марта). – С. 44–49.
8. Telfer E. Food for thought: Philosophy and Food / E. Telfer // Routledge. – 1996. – 137 p.
9. Korsmeyer C. Making Sense of Taste: Food and Philosophy // C. Korsmeyer // Cornell University Press. – 2002. – 233 p.
10. Edited David. The philosophy of food / Edited David, M. Kaplan // University of California Press. – 2012. – 313 p.
11. US Department of Health and Human Services. Statistics Related to Overweight and Obesity [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <www.win.niddk.nih.gov/statistics/index.htm.10>.

Отримано 30.03.2012. ХДУХТ, Харків.

© О.М. Варипаєв, 2012

УДК 640.43:235

О.М. Варипаєв, канд. філос. наук, доц.

Л.М. Варипаєва, доц.

ПРОБЛЕМАТИКА ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА В «СУСПІЛЬСТВІ СЕРВІСУ»

Розглянуто проблеми розвитку сфери ресторанного господарства в Україні, запропоновано комплексний підхід до питання про досягнення успішності й ефективності роботи ресторану, розроблено факторну модель, продуктивну для стратегії підприємства, спрямованої на задоволення комплексу потреб споживача.

Рассмотрены проблемы развития сферы ресторанного хозяйства в Украине, предложен комплексный подход к вопросу о достижениях успешности и эффективности работы ресторана, разработана факторная модель, плодотворная для стратегии предприятия, направленной на удовлетворение комплекса потребностей потребителя.

Problems of development of sphere of a restaurant economy in Ukraine are considered, the complex approach to a question on achievements of success and a restaurant overall performance is offered, fruitful the factorial model is developed for the strategy of the enterprise directed on satisfaction of a complex of requirements of the consumer.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Аналізуючи проблематику розвитку ресторанного господарства в Україні, важливе значення мають не тільки економічні показники росту й розвитку, але й вироблення цільної стратегії сервісу підприємства, орієнтованої на задоволення комплексу потреб споживачів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Залученню людей і капіталів у сферу ресторанного бізнесу перешкоджає поширена думка, що близько 90% відкритих ресторанів припиняють своє існування в перший же рік. Незважаючи на популярність даної тези, вона не враховує процеси змін власності, особливості процедури банкрутства, інші фактори життєздатності й процесів переформування в галузі.

У реальності, як свідчать дослідження останніх років, можна говорити скоріше про коливання даного параметра від 30 до 60% у різних регіонах світу. Відповідно до економічних показників, після першого року роботи ресторану можливість його відходу з ринку значно знижується, а після семи років роботи в галузі одержує взагалі мінімальну статистичну ймовірність, крім того, ріст даної галузі визначається, наприклад, Національною Асоціацією ресторанів США в середньому в 3...4% за рік, що, безумовно, робить ресторанний бізнес більш привабливим для інвесторів і постійних клієнтів [4–6; 10].

Мета та завдання статті. Виходячи з якісного аналізу й філософських передумов функціонування сфери гостинності в "суспільстві сервісу" останніх років запропонувати комплексний підхід, що враховує досягнення не тільки економіки, але й маркетингу та менеджменту, орієнтація на цикл життя родини споживача, його якість і рівень, здатний допомогти підприємству ресторанного господарства домогтися успіху.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сучасні дослідники приписують сучасному суспільству модель так званої макдональдизації (Дж. Рітцер), що стосується багатьох моделей суспільної поведінки й особистісного розвитку людства. Виявлені в результаті дослідження чотири основних принципи ресторану швидкого харчування – ефективність, кількісна вимірюваність, передбачуваність і контроль – виявляються співзвучними основним стратегіям життя й принципам функціонування сучасного суспільства [5; 10].

Також характерними рисами сучасної цивілізації в найбільш розвинених країнах світу є відділення виробництва від споживання, емоційна насиченість і барвистість індустрії розваг, глобалізація цінностей та уявлень про найкращий спосіб життя, сприйняті дозвілля як раціонально спланованого відпочинку, що зачіпає й підприємства індустрії гостинності, готельного й ресторанного бізнесу.

Форми споживання в "суспільстві сервісу" переплітаються та з'єднуються одна з одною. Продаж товарів поєднується із продажем їжі й навпаки, що спрямовано на все більше задоволення різноманітних виникаючих потреб в одному місці. Іноді готельно-ресторанний комплекс може бути об'єднаний з тематичним парком, казино, кінотеатрами, іншими засобами для проведення дозвілля, як це вже здійснено в Лас Вегасі.

Крім того, поширена практика замовлень страв додому, в офісі; у США все більша кількість працюючих замовляють собі обіди онлайн у ресторани, що сподобався. Розвивається етичний конс'юмеризм: вимоги до здорової їжі, спочатку сформульовані споживачами, тепер увійшли у відповідне меню навіть у більшості ресторанів швидкого харчування.

Серед останніх тенденцій варто відзначити тематизацію та специфікацію в ресторанній індустрії, які крім національних і географічних кухонь пропонують продукцію, пов'язану із широко розповсюдженими в глобалізованому світі феноменами масової культури, такими, наприклад, як рок-музика, спорт, історичні події й персонажі, культові фільми й літературні твори.

Для України може бути показовим прикладом те, що в США й інших країнах вже функціонують розвинені мережі таких тематичних ресторанів, як Planet Hollywood, All Sports Cafe, Fashion Cafe і таке інше, у Великобританії поширені тематичні паби. Такі ресторани й кафе потім поєднуються з готельними мережами, що сприяє їхньому успіху й процвітанню.

Проекти споживання заохочуються, закріплюються емоційно позитивно, причому працівники підприємства сервісу роблять вигляд, що їхня робота не складна й ефективна, не пов'язана зі сферою важкої рутинної праці, що заохочує клієнта до подальшого споживання [6].

Обслуговування в ресторані має відбуватися за загальною закономірністю такого процесу, що пов'язана з виникненням соціально бажаних емоцій і мотивації у споживача. Там, де персонал виявляє життєлюбство й доброзичливість до клієнтів, відбувається емоційно закріплений контакт, виникають позитивні очікування, що сприяє переходу споживачів з категорії разових у постійні.

Важливо відзначити, що загальнокультурна тенденція включає елементи процесу обслуговування в більш глобальний процес самоідентифікації особистості та способу життя, що у суспільстві споживання за допомогою апропріації товарів і послуг свідчить про прийнятну й бажану модель суспільного розвитку [1–3].

Дослідження останніх років свідчать, що не лише отримання прибутку, але більшою мірою стратегічний вибір місця розташування, орієнтація на демографічні зміни й національні традиції, завоювання сегмента ринку й побудова оригінального портфеля продукції, а також компетентність управлінської ланки й персоналу ведуть до зниження ризику банкрутства.

Якісна їжа, точність і правильність виконання замовлення, безпека, комфорт і надійність – такі основні вимоги, які ставлять споживачі у сфері ресторанного бізнесу, при цьому метою відвідування ресторану вони вважають, насамперед, задоволення спектра соціальних і духовних потреб, які рекреативно впливають на особистість [7].

Усе ж відносно велика кількість невдач у розвитку ресторанного бізнесу вимагає звернути особливу увагу на економічні й соціальні причини, які призводять рестораторів до припинення діяльності.

У деяких країнах проводяться спеціальні соціологічні й економічні дослідження шляхом інтерв'ю й анкетування успішних власників ресторанів і тих, хто втратив свій бізнес, для того, щоб спрогнозувати й вплинути на ситуацію на ринку. Ми вважаємо, що подібні дослідження потрібні для України, оскільки дозволили б відобразити ментальну й господарську специфіку розвитку галузі для нашого регіону та порівняти її з показниками розвинених країн.

Серед головних причин, що впливають на виживання ресторанів, можна виділити наступні: вплив навколишнього конкурентного середовища; розмір підприємства (відповідно до статистики, більші ресторани виживають частіше, ніж маленькі); щільність населення в місці розташування ресторану; екологічні

фактори зовнішнього навколишнього середовища; внутрішні фактори, що включають у себе некомпетентність управління, неефективність і недосвідченість персоналу, відсутність загальної стратегії підприємства.

На наш погляд, один із ключових факторів успішності роботи ресторану полягає у вмілому стратегічному плануванні і ясності розуміння місії підприємства, а також особистісна психологічна стійкість керівника.

Важливими передумовами розвитку бізнесу є маркетинг відносин, мотивація, своєчасне перенавчання службовців, своєрідна "філософія підприємства" [9].

Незважаючи на важливість якості продукції й специфіку ресторану (національна кухня, дарунки моря і таке інше), важливе значення для успішності має саме загальна концепція, що передбачає довгострокове планування існування підприємства на даному ринку, врахування позиції конкурентів і необхідні капіталовкладення у модернізацію [4; 8].

Таким чином, з огляду як на конкретні особливості галузі готельного й ресторанного бізнесу, так і на загальні процеси розвитку суспільства в XXI столітті, можна виділити низку факторів успішності й ефективності у сфері ресторанного господарства:

- наявність цілісної концепції й стратегії підприємства, спрямованої на задоволення потрібнісно-мотиваційної складової особистості споживача;
- прийняття рішень, розрахованих на довгостроковий економічний ефект;
- використання прикладних досліджень, які відслідковують виникаючі потреби клієнтів у даному сегменті ринку;
- своєчасне перенавчання персоналу й делегування повноважень;
- створення місії підприємства, передача корпоративних цілей і цінностей службовцям для протидії конкурентам;
- доцільний розподіл робочого часу на підприємстві, що забезпечує пропорційний баланс робочого й неробочого часу;
- ефективний менеджмент, що створює позитивний образ і внутрішню корпоративну культуру.

Модель факторів, які найбільше впливають на життєвий цикл підприємства ресторанного господарства, можна представити у вигляді наступної схеми (рис.).

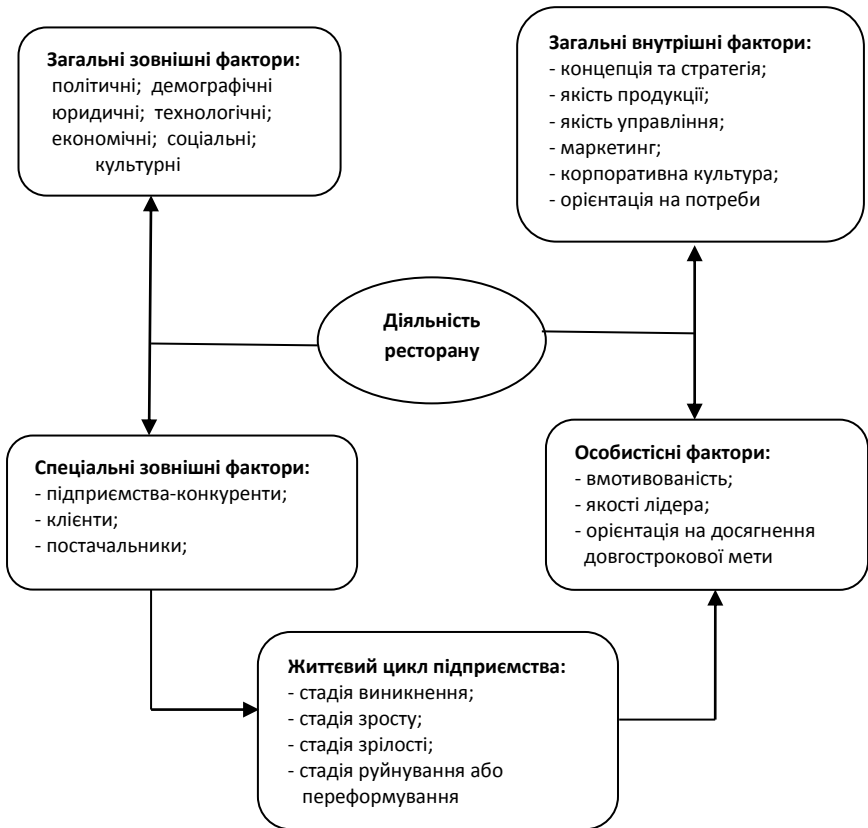


Рисунок – Фактори, які впливають на успішність роботи ресторану

Висновки. Отже, можна зробити висновок про те, що на тривалість функціонування підприємств ресторанного господарства більше впливають різноманітні внутрішні фактори, ніж зовнішні, які є приблизно рівними стартовими умовами для всіх при розвиненій ринковій економіці.

На перший план висуваються навички професійного керівника, здатного координувати всю внутрішню організацію підприємства, компетентного й ефективного.

Список літератури

1. Бауман З. Индивидуализированное общество / З. Бауман. – М. : Логос, 2005. – 390 с.
2. Бауман З. Текучая современность / З. Бауман. – СПб. : Питер, 2008. – 240 с.

3. Бодрийяр Ж. Общество потребления / Ж. Бодрийяр. – М. : Республика, 2006. – 272 с.
4. Дементьева Е. П. Ресторанный бизнес. Секреты успеха / Е. П. Дементьева. – Ростов-на-Дону : Феникс, 2008. – 256 с.
5. Ресторанный сервис. Основы международной практики обслуживания для профессионалов и начинающих / С. Зигель [и др.]. – М. : Центрполиграф, 2007. – 288 с.
6. Марвин Б. Маркетинг ресторана. Как привлечь клиента и удержать в вашем ресторане / Б. Марвин. – М. : ВВРГ. – 208 с.
7. Соломон М. Р. Поведение потребителя. Искусство и наука побеждать на рынке / М. Р. Соломон. – СПб. : ДиаСофтЮП, 2003. – 784 с.
8. Ульвик Э. Чего хотят потребители / Э. Ульвик. – К. : Companion Group, 2007. – 224 с.
9. Шмигин И. Философия потребления / И. Шмигин. – Х. : Гуманитарный Центр, 2009. – 304 с.
10. Walker J. R. The Restaurant: From Concept to Operation / J. R. Walker. – Willey. – 576 p.

Отримано 30.03.2012. ХДУХТ, Харків.
© О.М. Варипаєв, Л.М. Варипаєва, 2012

УДК 64.016:640.43(477)

О.В. Борисова, канд. екон. наук, ст. викл.

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Розглянуто тенденції розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні, визначено основні напрямки розвитку та інноваційна політика готелів і ресторанів, запропоновано підходи щодо активізації впровадження нововведень на підприємствах.

Рассмотрены тенденции развития отельно-ресторанного бизнеса в Украине, определены основные направления развития и инновационная политика отелей и ресторанов, предложены подходы по активизации внедрения нововведений на предприятиях.

Reviewed trends in hotel-restaurant business in Ukraine, the main directions of development and innovation policies of hotels and restaurants, suggested approaches for enhancing innovation in enterprises.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Готельне і ресторанне господарство є важливими складовими індустрії гостинності. Водночас підприємства цієї сфери з одного боку, є одними із засобів високоліквідного використання капіталу, а з іншого –