

Секція 1. РЕСТОРАННЕ ГОСПОДАРСТВО В СТРАТЕГІЯХ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ

ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ ФОРМУВАННЯ ГАСТРОТУРІВ НА ОСНОВІ УКРАЇНСЬКОЇ КУХНІ

Байрачна М.А., гр. МВ-28м

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **В.М. Селютін**
Харківський державний університет харчування та торгівлі

Сучасні темпи розвитку туризму в світі та Україні визначають посилення уваги до важливої складової туризму – ресторанного господарства. Приїзд до України не в останню чергу визначається інтересом до національної кухні. Однак, як свідчить досвід останніх років, очікування закордонних туристів не завжди виправдовуються з декількох причин. Зокрема, більшість страв української кухні за вмістом інгредієнтів не відповідає принципам здорового харчування; прийоми технологічної обробки продуктів не поліпшують, а скоріше погіршують харчову цінність страви; не завжди узгоджена пропозиція національних страв і напоїв до них; більшість рестораторів не знайомі з принципами високої кухні, що сформувалися в Європі і визначають уподобання туристів. Навіть добре приготовлена страв не гарантує якості ресторанної послуги в цілому, тобто ресторатори можуть допускати певні дрібні помилки в процесі надання послуги, що зводить нанівець враження від якісно приготовленої страви.

Сучасними тенденціями розвитку ресторанного господарства є розвиток певних кухонь; все більше ресторанів як Європи, так і України при складанні меню роблять акцент на натуральному використанні продуктів, а не на складності рецептур, набуває популярність авторська кухня, що дозволяє творчо переробити всі існуючі кухні миру і створити свій власний продукт, яким можна привернути увагу споживача. Однак, існуючі соціальні та економічні відмінності між європейськими та українськими традиціями визначають і певні проблеми в організації ресторанного господарства. Так, в Україні сильним залишається феномен «їсти інтер'єр», коли найчастіше стають популярними заклади, в яких інтер'єр дуже привабливий, а кухня залишає бажати кращого. На відміну від українського, європейський ресторан більше уваги приділяє кухні.

В Україні порівняно з європейськими країнами залишається проблема недостатньої кількості ресторанів на душу населення. Таке

положення частково викликано тим, що в Україні залишається традиція харчування вдома, а в Європі – поза домом.

Не менш важливим чинником, що визначає відношення до організації ресторанної справи, є компетентність самого ресторатора. В Україні ресторани часто відкривають люди високого достатку з «нересторанними» джерелами доходів. Як правило, за якістю обслуговування такі ресторатори не стежать. В Європі ж більшість ресторанів – це зазвичай основний бізнес власника, де господар проводить час постійно, піклуючись за кожним кроком його розвитку.

Незважаючи на проблеми, зумовлені різними соціально-економічними причинами, розвиток ресторанного господарства України та Європи має певні загальні риси. Його можна охарактеризувати такими сучасними тенденціями: наголос на органічності, натуральності і свіжості продуктів, обов'язкове використання стандартів в приготуванні страв, відсутність хімічних добавок, принцип доставки продуктів «з землі до столу»; подальший акцент на здоровому харчуванні сприятиме зростанню кількості суп-барів, салат-барів, вегетаріанських ресторанів; відкрита кухня та приготування страв безпосередньо на очах у споживача; під час приготування використовується мінімум обробки: клієнти хочуть відчувати смак продуктів, а не численних спецій; стилістика і манера обслуговування, одяг офіціантів, дизайн інтер'єру і якісно приготовлена їжа залишаються і будуть важливими складовими загальної атмосфери у закладі ресторанного господарства та впливатимуть на рівень задоволеності обслуговування гостей; використання сет-меню як знак якості та характерної риси закладу ресторанного господарства; в ресторанах з авторською кухнею шеф-кухарі створюють спеціальні дегустаційні меню, за допомогою яких відвідувачі мають можливість отримати уявлення про продукти;

Означені позитивні зрушення у ресторанному господарстві впливатимуть на розвиток такого напрямку, як гастротуризм. Враховуючи означені тенденції, можна визначити перспективи формування гастротурів: організація кулінарних турів з унікальними продуктами, стравами, напоями; використання кулінарних традицій в концепціях ресторанів, стилі підприємства, форми обслуговування, тематизація ресторанів; тематичні кулінарні фестивалі, конкурси та гуляння (свято урожаю, пива, молодого вина, бринзи, овочеві фестивалі); швидке харчування для екскурсантів з елементами національної кухні (формування національних брендів швидкого харчування туристів); розміщення ресторанів у складі туркомплексів (стилізація ресторанів під тематику туркомплексу, сценарні бенкети).

Український ресторанный ринок має величезний потенціал і перспективи розвитку, а запозичення закордонного досвіду – це перший крок до високорозвиненої ресторанного господарства, що з'єднує в собі як міжнародні, так і національні риси.

УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ МІЖНАРОДНИХ ГОТЕЛЬНО-ТУРИСТИЧНИХ КОМПЛЕКСІВ

Буравов А.С., гр. МВ-29м

Науковий керівник – д-р екон. наук, проф. **Л.М. Яцун**
Харківський державний університет харчування та торгівлі

Систематизація теоретичних аспектів управління та узагальнення підходів вчених щодо стратегій розвитку готельно-ресторанного господарства та методів їх формування, визначення специфічних рис готельного господарства дозволили запропонувати визначення та зміст стратегічного управління міжнародними готельними комплексами.

Стратегічне управління готельними корпораціями спирається на людський потенціал як основу організації, орієнтує виробничу діяльність на запити споживачів, гнучко реагує і проводить своєчасні зміни в організації, що відповідають вимогам туристів і дозволяють досягати конкурентних переваг, які в сукупності дають можливість готелю виживати в довгостроковій перспективі, досягаючи при цьому своїх цілей.

Процес стратегічного управління мережами готелів можна розділити на наступні етапи: аналіз ринку, стратегічний вибір, реалізація. Перший етап передбачає аналіз та оцінку ситуації, що склалася на ринку гостинності, виявлення проблем та обґрунтування необхідності прийняття певних коригувальних заходів. Другий етап дозволяє сформулювати бачення майбутнього розвитку готелю, місію, стратегічні цілі та задачі, необхідні для досягнення окреслених пріоритетів. На останньому етапі складається план дій щодо досягнення бажаних результатів. Останнім етапом є оцінювання результатів запланованих заходів та прогнозування очікуваних результатів.

Для розробки стратегії готелю обрано методика системи збалансованих показників (СЗП), що націлена на послідовне доведення до персоналу стратегічних факторів успіху, цілей компанії і контроль за їх досягненням через ключові показники ефективності.