

Секція 1. СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ ТА ТУРИЗМУ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Е.А. Абенова, канд. пед. наук (*Університет Нархоз, Алматы, РК*)

НОВЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА И ФАКТОРЫ, ПОВЫШАЮЩИЕ ЕГО КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ

Сегодня наблюдается спрос на заведения питания, концепция которого нацелена на организацию «тихого» отдыха, без громкой музыки, куда не проникает городской шум и другие звуки из внешней среды, приятная уютная атмосфера, способствующая релаксации, соответствующий дизайн интерьера, нестандартное озеленение, использование аквариумов в интерьере, живых птиц. Предпочтение тому или иному виду отдыха и соответственно, выбор заведения питания или развлечения, зависит еще от того, какова профессия человека. Если ему приходится изо дня в день активно общаться с клиентами, или быть мобильным и в течение дня перемещаться по городу, то такой человек, вероятнее всего, будет отдавать предпочтение тем заведениям, в которых соблюдается режим тишины.

Проведя анализ рынка гостеприимства города Алматы, рассмотрим современные тенденции в ресторанном бизнесе, мы пришли к выводу, что в нашем городе очень мало ресторанов/кафе с продуманной эксклюзивной концептуальной идеей. Однообразие, как в дизайне, так и предлагаемом меню, является одним из недостатков многих ресторанов города.

В нашей статье проанализированы новые направления и тенденции в сфере гостеприимства и питания, рассмотрены рестораны, которые нацелены на предоставление эксклюзивных услуг. Интересным решением и новым видом услуги, на наш взгляд, является услуга предприятий питания, где соблюдается комфортный звуковой режим, играет тихая спокойная фоновая музыка, стены заведения не пропускают городской шум, используются мягкие цветовые решения в интерьере и приятное рассеянное освещение.

Целью данной статьи – выявление новых тенденций и нового спроса на рынке ресторанных услуг и определение факторов и направлений удовлетворения данного спроса.

Как известно, ресторан – это предприятие общественного питания с широким ассортиментом блюд сложного приготовления, включая заказные и фирменные; вино-водочные, табачные и кондитерские изделия, с повышенным уровнем обслуживания в сочетании с организацией отдыха и предоставлением развлекательных программ [1]. Но на сегодняшний день –

это далеко не все, что может предложить ресторан искушенному городскому жителю. Сегодня такое явление, как ресторан уже выходит за определенные рамки, прежде всего по ассортименту предлагаемых услуг. В нем можно увидеть комплекс услуг, связанных с развлечением, поэтому создаются целые комплексы, в которых гость может не только вкусно поесть и пообщаться с друзьями, но и, например, пойти поиграть в бильярд в перерыве или в боулинг. Многие рестораны делают эксклюзивно оформленными внутренние открытые дворики, где создается особая атмосфера релакса, журчит ручеек, маленький водопад или фонтан, насыщая окружающий воздух прохладой, создается необыкновенный ландшафтный дизайн прилегающих газонов, много уютных уголков, в тени красивых деревьев.

Какие факторы способствуют успешному ведению ресторанного бизнеса? На наш взгляд, прежде всего это такие факторы, как продуманная концепция ресторана, экстерьер и интерьер ресторана, униформа обслуживающего персонала, их доброжелательное отношение к клиенту и профессионализм, способствующий высокому сервису. И как в любой другой предпринимательской деятельности, большое значение должно уделяться планированию. Ресторатор – это уже производитель, так как он производит определенные, часто эксклюзивные блюда и напитки из определенного сырья и продает их потребителю (посетителям ресторана), управляет командой профессионалов, отвечающих за разные участки работы (технологи, повара, работники зала и т.п.) Эта деятельность проходит в рамках ресторанного рынка, в условиях жесткой конкуренции, когда важно быть лучше других или иметь эксклюзивный ассортимент услуг, иначе тебя с этого рынка вытеснят [2, с. 26].

Разработка концепции ресторана требует очень серьезного подхода, так как впоследствии она будет влиять на дизайн ресторана, используемый текстиль и оборудование, меню, подбор персонала и его внешний вид, характер развлекательных программ и даже название. Если ресторан открывается без четко продуманной концепции, его жизненный цикл будет непродолжительным. Сам термин «концепция» в переводе с латинского означает «восприятие», это система взглядов на актуальные явления, какой-то общий замысел. Поэтому концептуальный ресторан – это интересная идея, замысел, которого еще нет на ресторанном рынке. Эта идея способствует тому, что ресторан приобретает индивидуальность, потому что если у ресторана нет никакой идеи, то он неинтересен и у него нет перспективы дальнейшего развития [1, с. 149]. В этой связи на ресторанном рынке даже появилась новая профессия – концепт-дизайнер. В круг его обязанностей входит не только придумать и продумать концепцию будущего ресторана, но и всесторонний консалтинг будущего заведения. Идея «тихого» ресторана вполне может послужить в качестве концептуального замысла.

Новый концептуальный ресторан подразумевает разработку и выпуск новых продуктов и услуг. Менеджер и технолог ресторана должны осознавать, что ассортимент услуг должен формироваться с учетом потребностей гостей в долгосрочном периоде, быть конкурентоспособными и, одновременно с этим, не способствовать обострению конкуренции. Важно постоянно обновлять и пополнять ассортимент своих услуг, совершенствовать и модернизировать наработанные, уже освоенные, хорошо зарекомендовавшие себя услуги какими-то новыми дополнительными элементами.

Можно выделить несколько уровней ресторанной услуги в соответствии с принятой концепцией ресторана. Основная услуга – это та услуга, которую нацелен получить клиент/гость, намеревающийся пойти в ресторан. Основная полезность услуги определяется четырьмя уровнями. Если присутствуют все четыре уровня – можно сказать, что ресторан добился своей цели: предоставил эксклюзивную, концептуальную услугу, которой еще нет на рынке. Могут присутствовать только три или два уровня, либо только первый уровень услуги, в таком случае говорить об эксклюзивности еще рано [3].

Первый уровень – базовый. Предоставление услуги питания подразумевает наличие соответствующего помещения, оборудования, соответствующего оформления, определенного сервиса и т.п.

Второй уровень – ожидаемые услуги. Создается на фундаменте базовых услуг и не подразумевает ничего лишнего, направлен только на удовлетворение обычных стандартных запросов гостя: зал ресторана, определенный дизайн, сервировка стандартная, внимательный персонал, стандартная развлекательная вечерняя программа или фоновая музыка.

Третий и четвертый уровни – расширенная и потенциальная услуги – это переход к дополнительным, эксклюзивным, инновационным и другим видам услуг, что предусмотрено концепцией ресторана. Третий уровень – расширенная услуга, может включать «комплимент гостю», например цветы на столике или цветы даме, быстрое обслуживание, недолгое ожидание основного заказанного блюда, очень удобные мягкие кресла, наличие мультимедийных средств и Интернета, возможность отделения столика ширмой, приятная фоновая музыка и т.п. Если предусмотрен внутренний дворик или зимний сад в ресторане, посетители могут покормить рыбок в аквариуме, посидеть в тени раскидистого дерева на качающейся скамье и т.п. Это то дополнительное, что клиент не ожидал увидеть, то, что будет отличать этот ресторан от его конкурентов в том же ценовом сегменте.

Чтобы сформировать четвертый уровень – потенциальная услуга, необходимо кропотливая аналитическая работа менеджера, который должен активно сотрудничать с клиентами, изучать их мнение, их потребности, задаваясь вопросом о том, чего хотят постояльцы этого

заведения; как фактически предоставляют услугу гостю и что можно улучшить и видоизменить; все ли сделано для предотвращения конфликтов, безопасности и качественного обслуживания, то есть большое внимание уделяется обратной связи, изучению отзывов клиентов. Потенциальный уровень услуги может включать предложение выездного обслуживания или возможности оплаты разными способами и другое.

Таким образом, создание новой эксклюзивной услуги – это работа многоуровневого плана, это учет специфических особенностей услуги питания, это специфика оказания услуги, которая должна быть направлена на удовлетворение разнообразных потребностей гостя. На основе этого – создание концептуального ресторана – это, прежде всего, исследование рынка, потребностей клиентов, использование информационных систем, постоянное совершенствование оказываемых услуг [4].

Сегодня в ресторанный бизнес приходят инновационные технологии приготовления блюд. Эту тенденцию менеджеры и технологи также должны учитывать, поскольку мир меняется, меняются и предпочтения людей. Важно продумать, что можно использовать в своем заведении, чтобы это вписывалось и в концепцию ресторана и в предлагаемые услуги и соответствовало меню. Например, вакуумная технология *Sous vide*, при которой каждый продукт готовится в герметичной упаковке в специальном термостате, что позволяет максимально сохранить свежесть и витамины в овощах, а также сочность мяса и рыбы, это наверно актуально для многих ресторанов. Или приготовление пищи на уникальной угольной печи, которая сочетает преимущества мангала и русской печи и работает на чистом древесном топливе. Блюда, приготовленные в такой печи, наполняются особым изумительным вкусом и сохраняют свои полезные свойства в полном объеме. Немаловажно, что большинство блюд приготовлено без использования масла, а значит, такие блюда будут пользоваться спросом у гостей, имеющих какие-либо хронические заболевания.

Сегодня большой популярностью пользуются такие услуги ресторана, эко-меню; открытая кухня (*open kitchen*); летняя терраса; прогулка по внутреннему дворику, экскурсия на приусадебный участок; легкая приятная фоновая музыка; вызов такси; доставка цветов даме или виновнику торжества. И важно выстроить предоставление данных услуг по тому принципу, которую мы подробно рассмотрели выше.

Ресторанный бизнес развивается, несмотря на экономические кризисы и нестабильное политическое положение. Это специфичная сфера услуг, которая привлекательна для потребителя, объединяет в себе искусство, культуру и традиции, механизмы, технологию и опыт деятельности по предоставлению услуг питания, философию обслуживания и концепцию формирования потенциальной аудитории. Данный бизнес должен сочетать услуги и рекомендации специалистов разных областей: рестораторов,

маркетологов, технологів, менеджерів, пиар і других, так як росте конкуренція і на ринку з'являються нові форми і види ресторанів, нові форми обслуговування і сервісу. Грамотно розроблена концепція і послідовне комплексне впровадження всіх складових ресторанного бізнесу, зможуть гарантувати успіх в розвитку діяльності ресторану і забезпечити його життєстійкість і конкурентоспроможність.

Список источников информации

1. Бондаренко Г. А. Менеджмент гостиниц и ресторанов / Г. А. Бондаренко. – М. : Новое знание, 2008. – С. 141
2. Гарви М. Ресторанный бизнес: пер. с англ. / М. Гарви, Х. Дизмор и Э. Дизмор. – М. : ООО «И.Д. Вильямс», 2016. – 320 с.
3. Кабушкин Н. И. Менеджмент гостиниц и ресторанов / Н. И. Кабушкин. – М. : КНОРУС, 2013. – С. 25
4. Джум Т. А. Организация гостиничного хозяйства / Т. А. Джум, Н. И. Денисова. – М. : Магистр: ИНФРА – М, 2011. – 400 с.

Н.Ю. Балацька, канд. техн. наук, доц. (*ХДУХТ, Харків*)

ДОСЛІДЖЕННЯ СУЧАСНОГО СТАНУ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ ТА ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Сучасний розвиток готельної справи у світовій практиці пропонує споживачеві готельних послуг різноманітний сервіс залежно від цін, що складаються на ринках цих послуг. Велика розмаїтість закладів сфери гостинності, а також періодична поява нових їх видів створює велику конкурентоспроможність на ринку даної галузі.

Сучасний стан та розвиток економіки України характеризується стрімкими змінами пріоритетів, зокрема, важливою складовою соціально-економічного розвитку економіки країни є ефективне функціонування ринку готельних послуг. Однак глибока політична та економічна криза спричинили значне зменшення кількості туристів в Україні. Зниження туристичного потоку призвело до підвищення рівня конкуренції між готелями за платоспроможного споживача. Жорстка конкуренція потребує від власників закладів готельного господарства уміння формувати стійку і дієву конкурентну перевагу та розробляти ефективні заходи з просування своїх послуг, тобто вимагає застосування стратегічного інструментарію.

На даному етапі розвитку національна економіка унеможливується без індустрії гостинності та туризму, які виступають каталізатором соціально-економічного розвитку. Розвиток індустрії гостинності та туризму надає великий ринок робочих місць. Сьогодні кожна п'ятнадцята людина у світі