

І.М. Ощипок, д-р техн. наук, проф. (ЛКА, Львів)

Х.З. Гук, асист. (ЛКА, Львів)

ІННОВАЦІЙНИЙ ПІДХІД ДО ФОРМУВАННЯ МЕНЮ

Важливим елементом отримання економічних вигод підприємств ресторанного господарства є створення меню. У результаті цього виникає необхідність практичного освоєння методики формування і керування його розробкою. Одним з підходів, галузі до формування меню може бути створення своєрідної матриці меню, що представляє формалізовану структуру меню та його кількісне співвідношення, прив'язане до конкретного місця розташування закладу.

На підставі глибокого аналізу первинної та вторинної інформації розкриємо термін, що відображає значення матриці меню як методичного прийому управління його підготовки. Під матрицею меню в даній роботі будемо розуміти кількісно і структурно спланований перелік страв і напоїв, які в максимальній ступені задовольнятимуть вимогам планування виготовлення страв при досягненні ефективності та результативності діяльності периферійних структур ресторанного виробництва.

Структура матриці меню – кількісне співвідношення страв і напоїв, які знаходяться на різних рівнях ієрархічної системи формування асортиментного переліку. Рівні ієрархічної системи з першого по третій можуть об'єднуватися в міжрівневого структурному утворенні матриці меню, яка є комплексним елементом формування та управління асортименту страв закладу ресторанного господарства.

Наповненість матриці меню – розміщення страв і напоїв у порядку їх впливу на вирішення відвідувачів про замовлення: за споживчою цінністю.

Пріоритетність закладу – демонструє досягнення кращої конкурентної позиції асортименту меню в зоні охоплення (розмір якої визначається за кращою пропозицією в даній локальній зоні розташування закладу).

Стандартна пропозиція – є структурованою пропозицією матриці меню у кількісному і якісному вимірі відповідно до конкурентної пропозиції в зоні охоплення (розмір якої визначається за найближчим конкурентним оточенням) кожного закладу ресторанного господарства.

Мінімальна пропозиція – відображає ту частину матриці меню, яка є базовою пропозицією страв, відповідно до очікувань цільової

споживчої аудиторії в зоні охоплення розмір якої можна визначити на підставі пішохідної (15 хв) і автомобільної (30 хв) доступності.

Матриця меню повинна задовольняти наступні вимоги:

- надавати цільовій аудиторії споживачів повноцінний набір страв і напоїв відповідно до їх очікувань, у задоволенні своїх потреб, за рахунок закладу даного місця розташування;

- бути збалансованою з точки зору відповідності економічного результату діяльності закладу;

- бути зрозумілою для цільової споживчої аудиторії;

- бути динамічною, постійно оновлювати пропозицію, відповідно змінам очікувань (рівня добробуту споживачів, обсягом і структурою попиту на окремі види страв, конкурентні пропозиції). Коефіцієнт оновлення асортиментного переліку меню декларується як фактор конкурентної переваги.

Якість страв і напоїв є основою для включення їх до складу матриці меню відповідної категорії. Пріоритет вибору рівня якості є їх безпечність, урахування співвідношення ціна-якість, що формується цільовою споживчою аудиторією на підставі отриманого досвіду. Цей фактор є визначальним для рішення про включення страв і напоїв до матриці меню закладу даної зони охоплення.

Параметрами ефективності управління асортиментом страв і напоїв з точки зору цінового критерію матриці меню повинні бути обрані наступні:

- структура матриці повинна гарантувати цільовій споживчій аудиторії вибір варіантів страв і напоїв на різних цінових рівнях;

- у кожній асортиментній категорії меню повинні бути присутні страви (напої)-індикатори, які демонструють рівень «кращої ціни» в зоні охоплення;

До критеріїв за якими будемо характеризувати матрицю меню віднесемо якісні і кількісні складові.

Кількісні критерії матриці меню є найважливішим її показником, що відображає раціональність структури асортименту страв з точки зору споживачів місця розташування закладу ресторанного господарства, які знаходяться в певному конкурентному оточенні.

Якісні критерії матриці меню повинні відображати регламентування управлінських процесів, супроводжуючих реалізацію страв. В якості таких критеріїв можуть бути наступні: планограма пропозиції асортименту меню у прив'язці до обладнання, необхідного для його виготовлення і реалізації; оптимізація споживчого маршруту; регламент закупівлі сировини і товарів; логістика управління товарними запасами.