

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу

РЕФЕРАТ
кваліфікаційної роботи
на здобуття освітнього ступеня бакалавр
зі спеціальності 241 Готельно-ресторанна справа

на тему: **«ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ ГОСПОДАРСЬКОЇ
ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА (НА
ПРИКЛАДІ РЕСТОРАНУ «ЗАМОК МАСТАРА»)»**

Виконавець:

Студентка 4 курсу 41 групи
факультету міжнародної економіки
Горейда Олександра Сергіївна
(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

Науковий керівник:

___ ст. викладач, к. пед. н. _____
(науковий ступінь, вчене звання)
_____ Мартінова Н. С. _____
(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

Одеса 2021

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. Сфера туризму активно розвивається упродовж останніх десятиліть. Важливе місце в обслуговуванні та комплексному наданні послуг займають підприємства сфери гостинності: готельні та ресторани заклади. Важливим аспектом діяльності підприємств ресторанного господарства є не тільки надання послуг харчування, а також це діяльність, пов'язана із соціальним аспектом діяльності людини.

У даний час ринок послуг ресторанного господарства постійно поширюється та видозмінюється під впливом різних факторів внутрішнього та зовнішнього середовища. Як сфера підприємницької діяльності, ресторанне господарство виконує соціальну (задоволення потреб споживачів) та економічну (підприємницька діяльність в обслуговуванні споживачів) функції. Економічні функції сфери ресторанного господарства розглядаються як єдиний комплексний механізм виробництва й обігу продукції, що забезпечує ресторанному бізнесу певні переваги порівняно з іншими галузями народного господарства.

З початком економічної трансформації економіки України, коли прибутковість стала ключовою метою діяльності суб'єктів господарювання, відбулося значне зменшення кількості об'єктів ресторанного господарства при установах, промислових підприємствах, навчальних закладах тощо, які обслуговують споживачів, об'єднаних за професійними ознаками за місцем роботи або навчання.

На даний момент формується та розширюється кількість закладів ресторанного господарства, при цьому значними є інноваційні підходи у організації закладу, орієнтованого на різні цільові групи споживачів. Одеський регіон є одним із ключових за кількістю туристичного потоку, а також має позитивну динаміку розвитку готельного та ресторанного бізнесу. Формування великої кількості закладів орієнтоване не тільки на споживачів, що проживають у даному регіоні, але також на туристів. Із ростом доходів населення та формуванням закладів,

орієнтованих на різні цільові групи, дані фактори вплинули на активізацію розвитку ресторанної справи у даному регіоні.

Мета дослідження – визначити аспекти господарської діяльності підприємства ресторанного господарства та шляхи щодо її покращення.

Основними завданнями кваліфікаційної роботи є:

- визначити поняття господарської діяльності ресторану, основні складові та критерії для її оцінки;
- охарактеризувати аспекти виробничої діяльності підприємства ресторанного господарства;
- проаналізувати підходи до оцінки господарської діяльності підприємства ресторанного господарства;
- охарактеризувати організаційно-економічну характеристику досліджуваного підприємства ресторанного господарства;
- провести аналіз господарської діяльності досліджуваного підприємства;
- надати рекомендації щодо удосконалення господарської діяльності підприємства;
- обґрунтувати пропозиції удосконалення господарської діяльності досліджуваного підприємства ресторанного господарства.

Об'єктом дослідження кваліфікаційної роботи є процес удосконалення господарської діяльності підприємства ресторанного господарства.

Предметом дослідження роботи є теоретико-методологічні підходи щодо удосконалення господарської діяльності підприємства ресторанного господарства.

Інформаційна база дослідження. Інформаційною базою для написання кваліфікаційної роботи є підручники, монографії та статті, тези конференцій, що пов'язані з економікою ресторанного господарства, діяльністю закладів торгівлі, теоретичними аспектами ресторанної справи, таких вчених, як: В. Г. Герасименко, С. С. Галасюк, О. П. Єфімова, Н. О. П'ятницька та ін.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота бакалавра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (38 найменувань).

Загальний обсяг роботи становить 73 сторінки. Основний зміст роботи викладено на 70 сторінках. Робота містить 14 рисунків, 20 таблиць.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У розділі 1 **ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ПОНЯТТЯ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА РЕСТОРАННОЇ СФЕРИ** розглянуто питання господарської діяльності підприємства ресторанного господарства. Визначено ознаки господарської діяльності, види та форми господарювання, серед яких основним є підприємство. Активність підприємства проявляється у кількох аспектах: інноваційній, виробничій, комерційно-збутовій, маркетинговій. Інструментарієм для забезпечення діяльності підприємства є маркетингові дослідження, ресурсне забезпечення та ціноутворення, засоби товарообороту тощо.

Визначено, що підприємство розвивається у конкурентному середовищі, де факторами є зовнішні та внутрішні, які впливають неоднаково на господарську діяльність підприємства.

Визначено класифікацію та участь основних та оборотних засобів на діяльність підприємства, функції, які виконує заклад у виробничій діяльності – сервісні та виробничі.

Проаналізовано основні підходи до оцінки господарської діяльності підприємства ресторанного господарства, а саме: визначення економічної ефективності використання трудових ресурсів, оцінка результатів господарської діяльності, виявлення внутрішніх резервів та розробка заходів з використання виявлених резервів для подальшого розвитку підприємства.

У розділі 2 **АНАЛІЗ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА** Аналіз ресторану у складі готелю «Замок Мастара» показує, що даний заклад функціонує як фізична особа-підприємець, розташоване у курортній зоні Чорного моря, має вигідне транспортне розташування щодо доступності для споживачів.

Більшість показників підприємства характеризують значну частку послуг харчування, що складають не менше 40% від усіх доходів закладу. Ресторан представлений двома бенкетними залами, що влітку додатково облаштовуються, і дозволяє закладу отримувати додаткові доходи від реалізації власної продукції. Продукція власного виробництва складає не менше 85% від усього товарообороту ресторану, а меню передбачає організацію сніданків, комплексних обідів, дитячого меню. Можна зробити висновок, що підприємство орієнтується на кілька груп споживачів, і для цього має відповідний персонал.

Персонал підприємства має значний досвід у роботі, відповідну кваліфікацію для організації якісного обслуговування. Економічні показники підприємства свідчать, що зовнішні чинники, такі, як обмеження через пандемію, падіння попиту на ресторанну продукцію, негативно вплинули на доходи підприємства, скорочення персоналу, а також зростання витрат на утримання матеріальної бази підприємства. Показники ефективності використання матеріальної бази в цілому є позитивними, а прибуток знизився на 25% по відношенню до попереднього року. Зовнішні чинники можуть посилитись і в наступні періоди операційної діяльності підприємства, тому необхідно оптимізувати виробництво та шукати нові шляхи доходів для підприємства.

У розділі 3 **ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА «ЗАМОК МАСТАРА»** проаналізовано конкурентні позиції підприємства «Замок Мастара», необхідно зазначити, що підприємство є готельно-ресторанним комплексом. Такі переваги впливають на діяльність та асортимент послуг, що надаються закладом. Не дивлячись на це, необхідно зазначити, що вплив пандемії негативний для виробничої діяльності закладу. Зниження прибутку впливає на показники прибутку, тому у конкурентній боротьбі необхідно активізувати маркетингові інструменти комунікації та просування послуг, розробки нових продуктів ресторанного господарства, формування нових пропозицій, що можуть позитивно вплинути на господарську діяльність закладу. Нами запропоновано маркетингові інструменти удосконалення господарської діяльності, а саме –

залучення комунікаційних інструментів для контакту із потенційними споживачами закладу, а також активізація роботи в соціальних мережах, де є переваги розглянутих конкурентів. Важливим аспектом є розширення пропозицій як послуг, так і нових ресторанних продуктів. Пропонуємо організацію комплексних обідів, до яких можуть бути залучені споживачі району розташування закладу, торгового центру «Рив'єра», а також використання інструментів онлайн-замовлення та доставки продукції закладу, а також надання послуг кейтерингу. Для цього необхідні організаційно-управлінські рішення закладу: навчання персоналу, підготовка та організація технологічних схем обслуговування та організації споживання страв, маркетингові інструменти просування нової послуги.

ВИСНОВКИ

На основі проведеного дослідження можемо зробити такі висновки:

1. Розглянуто питання господарської діяльності підприємства ресторанного господарства. Визначено ознаки господарської діяльності, види та форми господарювання, серед яких основним є підприємство. Активність підприємства проявляється у кількох аспектах: інноваційній, виробничій, комерційно-збутовій, маркетинговій. Інструментарієм для забезпечення діяльності підприємства є маркетингові дослідження, ресурсне забезпечення та ціноутворення, засоби товарообороту тощо.

2. Визначено, що підприємство ресторанного господарства розвивається у конкурентному середовищі, де факторами є зовнішні та внутрішні, які впливають неоднаково на господарську діяльність підприємства. Такі фактори впливають безпосередньо на виробничу, маркетингову діяльність тощо. Визначено класифікацію та участь основних та оборотних засобів на діяльність підприємства, функції, які виконує заклад у виробничій діяльності – сервісні та виробничі.

4. Проаналізовано основні підходи до оцінки господарської діяльності підприємства ресторанного господарства, а саме: визначення економічної ефективності використання трудових ресурсів, оцінка результатів господарської

діяльності, виявлення внутрішніх резервів та розробка заходів з використання виявлених резервів для подальшого розвитку підприємства.

5. Аналіз ресторану у складі готелю «Замок Мастара» показує, що даний заклад функціонує як фізична особа-підприємець, розташоване у курортній зоні Чорного моря, має вигідне транспортне розташування щодо доступності для споживачів.

Більшість показників підприємства характеризують значну частку послуг харчування, що складають не менше 40% від усіх доходів закладу. Ресторан представлений двома бенкетними залами, що влітку додатково облаштовуються, і дозволяє закладу отримувати додаткові доходи від реалізації власної продукції. Продукція власного виробництва складає не менше 85% від усього товарообороту ресторану, а меню передбачає організацію сніданків, комплексних обідів, дитячого меню. Можна зробити висновок, що підприємство орієнтується на кілька груп споживачів, і для цього має відповідний персонал.

6. Персонал підприємства має значний досвід у роботі, відповідну кваліфікацію для організації якісного обслуговування. Економічні показники підприємства свідчать, що зовнішні чинники, такі, як обмеження через пандемію, падіння попиту на ресторанну продукцію, негативно вплинули на доходи підприємства, скорочення персоналу, а також зростання витрат на утримання матеріальної бази підприємства. Показники ефективності використання матеріальної бази в цілому є позитивними, а прибуток знизився на 25% по відношенню до попереднього року. Зовнішні чинники можуть посилитись і в наступні періоди операційної діяльності підприємства, тому необхідно оптимізувати виробництво та шукати нові шляхи доходів для підприємства.

7. Проаналізувавши конкурентні позиції підприємства «Замок Мастара», необхідно зазначити, що підприємство є готельно-ресторанним комплексом. Такі переваги впливають на діяльність та асортимент послуг, що надаються закладом. Не дивлячись на це, необхідно зазначити, що вплив пандемії негативний для виробничої діяльності закладу. Зниження прибутку впливає на показники прибутку, тому у конкурентній боротьбі необхідно активізувати маркетингові інструменти

комунікації та просування послуг, розробки нових продуктів ресторанного господарства, формування нових пропозицій, що можуть позитивно вплинути на господарську діяльність закладу.

8. Нами запропоновано маркетингові інструменти удосконалення господарської діяльності, а саме – залучення комунікаційних інструментів для контакту із потенційними споживачами закладу, а також активізація роботи в соціальних мережах, де є переваги розглянутих конкурентів. Важливим аспектом є розширення пропозицій як послуг, так і нових ресторанних продуктів. Пропонуємо організацію комплексних обідів, до яких можуть бути залучені споживачі району розташування закладу, торгового центру «Рив'єра», а також використання інструментів онлайн-замовлення та доставки продукції закладу, а також надання послуг кейтерингу. Для цього необхідні організаційно-управлінські рішення закладу: навчання персоналу, підготовка та організація технологічних схем обслуговування та організації споживання страв, маркетингові інструменти просування нової послуги.

АНОТАЦІЯ

Горейда О. С. «Шляхи удосконалення господарської діяльності підприємства ресторанного господарства (на прикладі ресторану «Замок Мастара»)

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра зі спеціальності «Готельно-ресторанна справа» за освітньої програмою «Готельно-ресторанна справа».

Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2021.

У роботі розглядаються аспекти господарської діяльності підприємства ресторанного господарства, чинники, що впливають на його діяльність. Визначено ключові фактори та підходи оцінки господарської діяльності підприємства.

Проаналізовано господарську діяльність підприємства «Замок Мастара», охарактеризовано виробничу діяльність, тенденції розвитку.

Запропоновано удосконалити маркетингову діяльність за рахунок використання інструментів комунікації, новий продукт у вигляді послуг кейтерингу, замовлень та доставки до споживача, комплексні послуги з надання страв.

Ключові слова: ресторан, господарська діяльність, виробнича програма, конкуренція.

ANNOTATION

Horeyda O. Ways to improve the economic activity of the restaurant business (on the example of the restaurant "Castle of Mastar")

Qualifying work for a bachelor's degree in "Hotel and restaurant business" in the educational program "Hotel and restaurant business".

Odessa National Economic University. - Odessa, 2021.

The work considers aspects of economic activity of the restaurant business, the factors influencing its activity. The key factors and approaches to assessing the economic activity of the enterprise are identified.

The economic activity of the enterprise "Castle of Mastar" is analyzed, the production activity, development tendencies are characterized.

It is proposed to improve marketing activities through the use of communication tools, a new product in the form of catering services, orders and delivery to the consumer, comprehensive food services.

Key words: restaurant, economic activity, production program, competition.