

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

Кафедра Туристичного та готельно-ресторанного бізнесу

Допущено до захисту

Завідувач кафедри

Герасименко В.Г.

“___” _____ 2018 р.

ВИПУСКНА РОБОТА

на здобуття освітнього ступеня бакалавра

зі спеціальності Туризм

за темою:

**Удосконалення асортиментної політики
у підприємстві ресторанного господарства**

Виконавець

студентка центру заочної форми навчання

Якушева Віолетта Олегівна

прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

Науковий керівник

викладач

(науковий ступінь, вчене звання)

Єгупова Ірина Миколаївна

(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

Одеса 2018

ЗМІСТ

	стор.
ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ АСОРТИМЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ В ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА	6
1.1. Сутність, поняття асортиментної політики та її види	6
1.2. Специфіка асортиментної політики підприємств ресторанного господарства	6
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ АСОРТИМЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ В РЕСТОРАНІ «МІМІНО В ОДЕСІ»
2.1. Загальна характеристика ресторану «Міміно в Одесі» та аналіз його господарської діяльності	27
2.2. Оцінка кількісних та якісних показників асортименту ресторану «Міміно в Одесі»	36
2.3. Аналіз ефективності асортиментної політики в ТОВ «Міміно в Одесі»	44
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМКИ УДОСКОНАЛЕННЯ АСОРТИМЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ В РЕСТОРАНІ «МІМІНО В ОДЕСІ»	52
3.1. Рекомендацій по удосконаленню асортиментної політики ресторану «Міміно в Одесі»
3.2. Розширення в закладі асортиментної групи «десерти»	60
ВИСНОВКИ.....	65
Список використаних джерел.....	69

ВСТУП

Асортиментна політика - одне з найголовніших напрямків діяльності будь-якого підприємства. Компетентність в даному питанні і володіння методами реалізації асортименту дає торговим підприємствам можливість отримувати не тільки максимальний прибуток, але і залучити постійних покупців. Вибір вірної асортиментної політики торгового підприємства впливає на задоволення споживчого попиту і рентабельність підприємства.

Під асортиментної політикою розуміється формування асортименту продукції в залежності від потреб ринку, фінансового стану підприємства і його стратегічних цілей. Формування асортименту - маркетинговий управлінський процес, що вимагає підвищеної уваги з боку працівників підприємства ресторанного господарства і, саме тому, постійний аналіз своїх послуг є головне завдання організації.

Асортиментна політика передбачає також вирішення питання про походження товарів - вироблених фірмою або придбаних нею від зовнішніх джерел.

Правильна асортиментна політика забезпечує лідерство в конкурентній боротьбі, перевага в завоюванні покупців, виграш за рахунок оптимізації товарних запасів. Зазвичай вона переслідує довгострокові цілі.

Управління асортиментом, здійснюване асортиментною політикою, є однією з ключових областей управління в діяльності будь-якого підприємства, тому що саме асортимент є тим елементом, який пов'язує підприємство і споживача.

Рішення в області асортиментної політики є головними в рамках загальної маркетингової стратегії підприємства ресторанного господарства. Це пов'язано з тим, що його продукція служить ефективним засобом впливу на ринок, головною турботою підприємства і джерелом отримання прибутку. Крім того, він являє собою центральний елемент комплексу маркетингу, так як ціна, збутова і комунікативна політики ґрунтуються на особливостях продукції та

послуг. Навіть добре продумані плани збуту і реклами не зможуть нейтралізувати наслідки помилок, що виникли раніше при плануванні асортименту.

Комерційний успіх ресторану залежить також від того, який продукт вона пропонує, які послуги надає і наскільки якісно це робиться. Оптимальний асортимент ресторану повинен містити продукцію, що знаходиться на різних стадіях життєвого циклу.

Гармонійний, якісний асортимент - це те, з чого починається успіх підприємства. А меню - це та ланка, яка з'єднує бажання клієнта і ресторан, тобто його асортимент, тому меню є ключовим фактором залучення споживачів. Розроблене меню повинно бути не тільки ефективним, але і відмінним від пропозицій інших підприємств харчування. Меню - це візитна картка закладу та рекламний проспект одночасно.

Споживач пред'являє все нові, більш вишукані вимоги до продукції та послуг в закладах ресторанного господарства. Ось чому корекція асортименту дуже важлива сьогодні.

Актуальність теми обумовлена стрімким розвитком ринку ресторанних послуг, характерними рисами якого на сьогоднішній день є динамічні зміни попиту і пропозиції, поява нових форматів закладів, зміна тенденцій і т.д.

Об'єкт дослідження цієї випускної роботи - заклад ресторанного господарства ресторан «Міміно в Одесі».

Предмет дослідження - асортиментна політика як центральний елемент маркетингових досліджень в ресторанному закладі.

Мета роботи - вивчення поняття асортименту і визначення факторів, що впливають на його формування. Для досягнення цієї мети в роботі вирішуються наступні завдання:

- a) визначення сутності асортименту послуг в закладах ресторанного господарства і його характеристик;
- b) аналіз особливостей формування асортименту в закладі;
- c) дослідження специфіки асортиментної політики в ресторані;

d) визначення заходів щодо вдосконалення формування асортименту.

У процесі написання випускної роботи використовувалися підручники та навчальні посібники, періодичні видання, електронні ресурси мережі Інтернет. В даних журнал проводиться огляд ринку ресторанних послуг, наводиться безліч прикладів з практики управління асортиментом підприємств харчування, а також різні статичні дані, що дозволяють на їх основі робити висновки про особливості асортиментної політики підприємств ресторанного господарства.

ВИСНОВКИ

Рішення в області асортиментної політики є головними в рамках загальної маркетингової стратегії підприємства ресторанного господарства. Це пов'язано з тим, що його продукція служить ефективним засобом впливу на ринок, головною турботою підприємства і джерелом отримання прибутку. Крім того, він являє собою центральний елемент комплексу маркетингу, так як ціна, збутова і комунікативна політики ґрунтуються на особливостях продукції та послуг.

Ресторан грузинської кухні «Міміно в Одесі» в Одесі, який розташований за адресою вул., Жуковського 2, входить в мережу ресторанів «Світова карта». «Світова Карта» - це сильний бренд, що динамічно розвивається, який об'єднує кращі кухні світу у відомих ресторанах України.

«Міміно в Одесі» - це ресторан-ностальгія за улюбленим однойменним радянським кіно - це, перш за все, екранізація сонячної Грузії, яка з давніх-давен славилася своєю гостинністю. Все в ресторані нагадує улюблений фільм 80-х - інтер'єр, форма офіціантів.

У ресторані «Міміно в Одесі» є 4 затишні зали: окремий VIP зал - для сімейних та корпоративних банкетів з друзями на 150 місць; малий VIP зал - для ділових зустрічей на 25 місць, зал з каміном на 8 місць та зал з альтанкою на 30 місць для сімейного торжества. В літню пору облаштовується та працює літній майданчик.

Режим роботи ресторану: з 10:00 до 24:00 (до останнього клієнта).

Кухня в ресторані «Міміно в Одесі» у відповідності з концепцією підприємства грузинська, кавказька та європейська. В меню представлені салати, закуски, супи, блюда із м'яса, риби та морепродуктів, гарніри, десерти.

Середній чек складає 400-500 гривень, діє єдина дисконтна програма, учасником якої може стати кожен гість мережі «Світова Карта».

У ресторані «Міміно в Одесі» 7 днів у неділю пропонуються сніданки з 10 утра до 12 годин дня вартістю від 30 до 51 грн., комплексні обіди з 12:00 до

15:00, бізнес-ланчі, страви на винос, за замовленням по телефону - виїзне обслуговування фуршетів, кейтеринг.

Тут є безкоштовний Wi-Fi караоке, TV/Video, танцпол, жива музика, трансляція спортивних подій, тематичні вечірки, музичні та танцювальні шоу.

У ресторані «Міміно в Одесі» використовують систему обліку: «1С-Рарус: Ресторан + Бар + Ресторан, українська версія».

Організаційно - правовою формою досліджуваного підприємства є товариство з обмеженою відповідальністю. В штаті ресторану числиться 20 співробітників, робота персоналу організована позмінно. Організаційна структура ресторану є лінійною.

Динаміка чистого доходу від реалізації послуг позитивна протягом усього аналізованого періоду 2015-2017 років. Фондовіддача основних засобів знизилася на 3,2% за рахунок зменшення вартості основних фондів.

Середньорічна вартість оборотних коштів за аналізований період зросла на 35 тис. грн., а коефіцієнт оборотності на 6,6. Фонд оплати праці персоналу постійно збільшувався, так як відбувалась інфляція національної валюти впродовж цих років і з 956 тис. грн. в 2015 р. зріс до 1596 тис. грн. в 2017 р. Середньомісячна заробітна плата в 2015 році складала 3983 грн., а в 2017 році становила вже 6650 грн. на одного працівника.

За період з 2015 по 2017 рік собівартість продукції збільшувалася за рахунок підвищення вартості продуктів, що, в свою чергу, зумовило підвищення витрат на 1 грн. реалізованих послуг на 8% і зменшення прибутку від реалізації послуг на 193,2 тис. грн. або на 21,2%. Відповідно це вплинуло і на показники рентабельності, яка зменшилася в 2017 році до 19%, тоді як у 2015 роком складала 25%.

Асортимент ресторану «Міміно в Одесі» є досить раціональним та різноманітним. Фірмові страви склали 6% від загальної кількості. Найбільший вибір в асортименті серед других страв (їх 33 найменування і вони складають 34%), та холодних закусок і салатів (27 страв і 27%). Зважаючи, що це заклад з грузинською кухнею, то в складі меню багато страв, які йдуть «під вино» та

міцні алкогольні напої. В зв'язку з цим і доволі великий асортимент групи «гарячі закуски» - 11%, а от перших страв лише 6 найменувань, так як в грузинській кухні вони переважно густі, насичені та гострі. Кількість десертів також не дуже велика – 8 позицій, однак це відповідає загальній концепції закладу, адже основа грузинської кухні – це м'ясо, овочі та зелень.

Коефіцієнт широти ресторану дуже високий - 0,91, трохи менший коефіцієнт повноти – 0,85, а стійкість асортименту складає 0,95. Високий коефіцієнт стійкості також характерний для етнічних та національних закладів, як і низький коефіцієнт новизни, що в ресторані «Міміно в Одесі» дорівнює 0,08.

Аналіз складу і структури товарообігу ресторану «Міміно в Одесі» за асортиментними групами за 2015-2017 рр. показав, що в цілому спостерігається позитивна динаміка товарообігу - в 2016 році він збільшився на 77 тис. грн. в порівнянні з 2015 р, а в 2017 - на 4,7 тис. грн. в порівнянні з 2016 р.

Коефіцієнт оновлення продукції в закладі коливається приблизно на одному рівні (Кон. сер = 0,068), а значить, кожен рік в асортимент реалізованої продукції додається і вилучається приблизно однакову кількість товарів.

Поведений ABC – аналіз асортименту та розрахунок коефіцієнтів варіації і розподіл товарів за групами X, Y, Z дозволяє раціонально розподілити зусилля компанії за рахунок зниження витрат, пов'язаних з формуванням та зберіганням запасів, що дозволяє підвищити прибутковість підприємства.

Розширення асортименту за рахунок організації виробництва і реалізації морозива приведе до збільшення чистого прибутку на 53 232 грн. у рік. Додаткові капітальні вкладення в розмірі 24 000 грн. окупляться всього за 5,4 місяців.

Список використаних джерел

1. Закон України “Про якість та безпеку продуктів харчування й продовольчої сировини” від 6.09.2005 г. №2809- IV
2. ГОСТ 30523-97 «Межгосударственный стандарт. Услуги общественного питания. Общие требования
3. ДСТУ 4281:2004 "Заклади ресторанного господарства. Класифікація" (затв. Держспоживстандарт України від 01.07.04).
4. Архіпов, В.В. Організація ресторанного господарства [Текст] : навч. посіб. / В. В. Архіпов. – 2-ге вид., переробл. та доповн. – К. : ЦУЛ, 2010. – 280с.
5. Архіпов, В.В. Ресторанна справа : асортимент, технологія і управління якістю продукції в сучасному ресторані [Текст] : навч. посіб. / В. В. Архіпов, Т. В. Іванникова, А. В. Архіпова. – 2-ге вид. – К. : ЦУЛ, 2008. – 384с. – [Рекомендовано МОН України].
6. Ахмедов, Н.А. Маркетинг ресторанных услуг [Текст] / Н. А. Ахмедов, П. Б. Карпушенко // Маркетинг в России и за рубежом. – 2004. – №3. – С. 41-51. – [Маркетинг в непроеизводственной сфере].
7. Бузукова Е.А. Анализ ассортимента и стабильности продаж с использованием ABC-анализа и XYZ-анализа // Управление продажами. 2006. № 3. С. 166-185.
8. Буйлин А. ABC-XYZ-анализ ассортимента выпускаемой продукции как элемент стратегического маркетинга // Ремедиум. Журнал о российском рынке лекарств и медицинской технике. 2005. № 3. С. 80-84
9. Виноградська, А.М. Технологія комерційного підприємництва [Текст] : навч. посіб. / А. М. Виноградська. – К. : ЦНЛ, 2006. – 780с. – [Рекомендовано МОН України].
10. Гасанова Л.З. Разработка маркетинговых стратегий в ресторанном бизнесе // Экономика и менеджмент инновационных технологий. 2014. № 3 [Электронный ресурс]. URL: <http://ekonomika.snauka.ru/2014/03/4259>
11. Збірка практичних завдань з нормативної дисципліни «Маркетингова товарна

- політика» для студентів напряму 6.030507 «Маркетинг»/ Укладачі: К.П. Пілова. – Д.: НГУ, 2015. – 28 с.
12. Зубар, Н.М. Логістика у ресторанному бізнесі [Текст] : навч. посіб / Н. М. Зубар, М. Ю. Григорак. – К. : ЦУЛ, 2010. – 312с.
 13. Демченко А.И. Управление взаимоотношениями с клиентами в логистических цепях // Гуманитарные научные исследования. 2014. № 3 (31). С. 29.
 14. Демченко А.И., Ваганов М.А. Логистическая цепь как производственно-коммерческое объединение партнеров // Гуманитарные научные исследования. 2014. № 4 (32). С. 44.
 15. Демченко А.И. Стратегические альтернативы выбора формы партнерского взаимодействия в логистических цепях // Научно-методический электронный журнал “Концепт”. 2014. Т. 20. С. 3606-3610.
 16. Демченко Л.И., Лапина Е.В. Корректировка ассортиментной политики торговой фирмы с помощью матрицы совмещенного ABC- и XYZ- анализа // Вестник мясного скотоводства. 2009. Т. 3. № 62. С. 64-70.
 17. Коломієць, В.М. Організація торговельної діяльності у системі стратегічного управління готельно-ресторанним комплексом [Текст] / В. М. Коломієць // Інвестиції : практика та досвід. – 2010. – №23. – С. 42-44.
 18. Кондратьев К. П. Организация производства на предприятиях общественного питания : [Электронный ресурс] : учебное пособие / К.П. Кондратьев. – Улан-Удэ : Изд-во ВСГТУ, 2007. – 108 с.
 19. Мазараки, А. Тенденції розвитку ресторанного господарства в Україні [Текст] / А. Мазараки, Г. П'ятницька // Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. – 2004. – №2. – С. 5-15.
 20. Менеджмент готельно-ресторанного бізнесу [Текст] : навч. посіб. / Г. Б. Мунін, Ю. О. Карягін, Х. Й. Роглев, С. І. Руденко під заг. ред.: М.М. Поплавського, О.О. Гаца. – К. : Кондор, 2008. – 460с. – [Затверджено МОН України].
 21. Мостова Л. М. Організація обслуговування на підприємствах ресторанного

- господарства : учебник / Л. М. Мостова, О. В. Новікова. – 2-е изд. – К. : Ліра-К, 2011. – 388 с.
22. Нечаюк, Л.І. Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент [Текст] : навч. посіб. / Л. І. Нечаюк, Н. О. Нечаюк. – К. : ЦНЛ, 2006. – 348с. – [Рекомендовано МОН України].
23. Окольнішнікова І.Ю. Анализ подходов к оценке эффективности маркетинговых коммуникаций // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Экономика и менеджмент. 2011. № 28 (245). С. 134-142.
24. Окольнішнікова І.Ю. Влияние уровня эмоций и знаний клиентов на вовлеченность в потребление на предприятиях сферы услуг: опыт исследования // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Экономика и менеджмент. 2012. № 30. С. 147-152.
25. Особливості ресторанного сервісу. Обслуговування іноземних туристів : навчальний посібник / Л. О. Радченко, П. П. Пивоваров, О. В. Новікова, Л. Д. Льовшина. – Харків : Світ книг, 2012. – 288 с. : іл.
26. П'ятницька, Г. Розвиток підприємництва в ресторанному господарстві України [Текст] / Г. П'ятницька // Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. – 2007. – №4. – С. 80-89.
27. Пашкеев, С. Кухонный бизнес [Текст] / С. Пашкеев // Бизнес. – 2007. – №1-2. – С. 84-87. – [Первая хозяйка Америки Марта Стюарт (ресторанный бизнес)].
28. Правила роботи закладів (підприємств) ресторанного господарства [Текст] // Податки та бухгалтерський облік. – 2008. – №63. – С. 10-13.
29. Разнодежина Эльвира Николаевна Управление ассортиментом и качеством товаров и услуг Учебное пособие Учебное электронное издание <https://www.google.ru/search?q=%D0%90%D1%81%D1%81%D0%BE%D182&newwindow=1&ei=WPfrWqa7MMWDsAfkqrSADg&start=10&sa=N&biw=1051&bih=454>
30. Ресторанне господарство і туристична індустрія у ринкових умовах [Текст] :

- Збірник наукових праць. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2002. – 170с.
- Ройтер Л.М., Веденкина И.В., Терновская Т.С., Булгаков В.В. ABC- и XYZ-анализ в управлении ассортиментной политикой // Птица и птицепродукты. 2011. № 6. С. 62-66.
31. Сало Я. М. Організація обслуговування населення на підприємствах ресторанного сервісу : [Електронний ресурс] / Я. М. Сало. – Львів : Афіша, 2008.
32. Сусол, Н. Ресторанні послуги: структура факторів якості [Текст] / Н. Сусол // Стандартизація сертифікація якості. – 2005. – №4. – С. 63-66.
19. Сушальська, Т. Кейтеринг: нові можливості ресторанного бізнесу [Текст] / Т. Сушальська // Бухгалтерія. – 2008. – №21. – С. 47-51. – [Виїзне ресторанне обслуговування].
33. Технологія продукції ресторанного господарства : опорний конспект лекцій : ч. 2 / М. І. Пересічний, С. М. Пересічна, М. Ф. Кравченко ; ред. С. Г. Голосова ; Київський національний торговельно-економічний університет, Кафедра технології та організації ресторанного господарства. – К., 2012. – 182 с. : іл.
34. Сырчина, М. Ресторанное отрочество [Текст] / М. Сырчина // Компаньон. – 2005. – №47. – С. 16-19. – [Ресторанный бизнес в Украине].
35. Як побудований ресторанний бізнес [Текст] // Галицькі контракти. – 2007. – №49. – С. 54-56.
36. http://trade-drive.ru/services/analysis_restaurant_business/abc_analysis/
37. <https://sites.google.com/site/restaurantassortment/o-proekte>
38. http://studbooks.net/1553188/marketing/soderzhanie_suschnost_assortimentnoy_politiki_predpriyatiya_obschestvennogo_pitaniya
39. <https://www.google.ru/search?newwindow=1&source=hp&ei=mXvtWsfzMsv2kwXsham4Aw&q>
40. <https://znaytovar.ru/s/Proizvoditeli-frizerov.html>
41. <https://www.food-service.com.ua/smes-dlya-myagkogo-morozhenogo-comprital>