

УДК 338.488.2:640.43

**Роксолана Калитин**

студентка IV курсу спеціальності «Готельно-ресторанна справа»

**Марія Перун**

адміністратор ресторану «Вино & м'ясо»

*Науковий керівник:*

**Ольга Радзімовська**

викладач кафедри готельно-ресторанного бізнесу

**Володимир Холявка**

к. е. н., доцент,

декан факультету туризму,

Львівський державний університет

фізичної культури імені Івана Боберського

## ОСОБЛИВОСТІ КЛІЄНТООРІЄНТОВАНОГО ПІДХОДУ НА РЕСТОРАННОМУ РИНКУ ЛЬВОВА НА ПРИКЛАДІ МЕРЕЖІ ЗАКЛАДІВ «ВИНО & М'ЯСО»

Крамниця «Вино & М'ясо» – це мережа закладів ресторанного господарства, які здійснюють свою діяльність для одержання прибутку та створені для виробництва й реалізації кулінарної продукції.

**Мета роботи** – проаналізувати особливість клієнтоорієнтованого підходу в ресторанах.

«Вино & М'ясо» складається з двох закладів, один з яких розташований на вул. Озаркевича, 12, а другий – у ТЦ «ВАМ» на вул. Науковій, 35а.

Заклад на Озаркевича розміщено біля собору Святого Юра, і запах смаженого м'яса, що поширюється всією площею, є невимущеним рекламним елементом. Також необхідно врахувати те, що він розташований у туристичній зоні Львова та притягує гостей міста до себе.

Варто зазначити, що поруч багато офісних приміщень, куди замовляють страви з «Вина і М'яса» на обіди, або ж працівники приходять відпочити у заклад.

Крамниця на вул. Науковій розміщена у спальному районі Львова, що створює великий попит на доставлення та самовивезення у вечірній час та особливо в період карантинних обмежень.

Основна місія закладів «Вино & М'ясо» – надання стабільно-якісних гастрономічних послуг, для задоволення потреб клієнтів у їжі та відпочинку.

У діяльності підприємств можна виокремити три основні функції: виробництво продукції, реалізація продукції та організація споживання.

Організація діяльності закладів, орієнтована переважно на цільову групу споживачів – любителів м'яса є гнучкою і спроможною пристосуватися до змін на ринку.

Меню не містить багато позицій, відфільтроване часом і вподобаннями клієнтів та абсолютно відповідає назві й концепції закладу. Цей момент дає змогу тримати стабільну якість і викликає довіру в гостей. Особливістю закладів є те, що тут можна придбати як і готове м'ясо, яке готують лише на замовлення і подають відразу з мангалу ще гарячим, так і сире мариноване м'ясо, щоб приготувати його вдома чи на природі самому.

Заклад «Вино & М'ясо» також має свій власний сайт за посиланням [www.vim.lviv.ua](http://www.vim.lviv.ua). Цей сайт-візитка складається з п'яти сторінок, контент яких містить основну інформацію про заклад, вид діяльності, прайс-лист товарів, контактні дані, також можна оформити замовлення на доставлення чи самовивезення, обираючи собі певний вид страв, до яких прикріплене фото.

Для віртуальної комунікації з потенційними відвідувачами, адміністрація закладу «Вино & М'ясо» активно популяризує товари і послуги в соціальних мережах Facebook та Instagram. Сторінка закладу також створена в популярних застосунках TripAdvisor та Tomatina, де користувачі можуть детально ознайомитися з інформацією про специфіку і напрям діяльності закладу, а також почитати відгуки гостей, які вже відвідали «Вино & м'ясо».

Отже, діяльність закладу «Вино & м'ясо» орієнтована на задоволення гастрономічних потреб споживачів у м'ясних стравах та супутніх

додатках. Для виробництва та реалізації продукції, а також організації її споживання в закладі функціонують чотири виробничі підсистеми: керівна, виробнича, забезпечення та організаційно-обслуговувальна. Кожна система зазнала організаційних змін, пов'язаних зі збільшенням обсягів виробництва і продажу. На теперішній час організаційна та управлінська структура закладу вибудована так, що заклад функціонує як єдине ціле і його діяльність можна вважати ефективною та прибутковою.

*Ключові слова:* продукція, обслуговування, споживач, реалізація.

### Список використаних джерел

1. Петренко П. Клієнтоорієнтований підхід у діяльності підприємств індустрії гостинності / П. Петренко // Економіст. – 2014. – 9 С. 79–82
2. Організація обслуговування у закладах ресторанного господарства : підручник / [Мазаракі А., П'ятницька Н., Литвиненко Т., Расулова А., Григоренко О., Світлична М., Лукашова Л., Антонюк І., Медведєва А., Благополучна Н., Гайовий І.]; за ред. П'ятницької Н. О. – 2-ге вид. перероб. та допов. – Київ : Центр учбової літератури, 2011. – 584 с.
3. Паска М. З. Інноваційні аспекти розробки нових видів делікатесних продуктів спеціального призначення / М. З. Паска, О. В. Радзімовська, М. Бурак // Наукові проблеми харчових технологій та промислової біотехнології в контексті Євроінтеграції : тези ІХ Міжнар. наук.-техн. конф. – Київ : НУХТ, 2020. – С. 119–221.
4. Радзімовська О. Аналіз діяльності мережі чеської пивоварні «Старгород» на ресторанному ринку Львова / О. Радзімовська, М. Паска, В. Холявка // Сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності : зб. тез міжнар. наук.-практ. конф. – Львів : ЛДУФК імені Івана Боберського, 2020. – С. 106–109.
5. Standardization, Metrology, Certification and Quality Management, Manual. Bal'-Prylypko L. V., Slobodianiuk N. M., Polishchuk G. Ye., Paska M. Z., Burak V. Ye. – Kyiv : Komprint, 2017. – 558 p.
6. Куцмида А. Конкурентоспроможність ресторану «Фраєрка» на сучасному ринку Львова / Анастасія Куцмида, Ольга Радзімовська, Марія Паска // Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у ХХІ столітті : Матеріали 87 Міжнар. наук. конф. молодих учених, аспірантів і студентів (15–16 квітня 2021 р.). – Київ : НУХТ, 2021. – Ч. 3. – С. 250.