

УДК 911.3

Смирнов І.Г., Шматок О.В.

РЕСТОРАННА ЛОГІСТИКА: ІНФОРМАЦІЙНА СКЛАДОВА

Розкрито сутність та значення інформаційної складової логістики в ресторанному бізнесі, зокрема, у зв'язках з постачальниками. Запропоновано варіант логістичного міксу для ресторанної логістики. Представлено логістичний цикл ресторанного підприємства з виділенням матеріальних, інформаційних та фінансових потоків. Обгрунтовано логістичну схему інформаційної взаємодії «ресторан-постачальник» на базі системи електронного документообігу EDI. Відображено інноваційні можливості інформаційної логістики в ресторанному бізнесі щодо передання логістичних функцій особі, що відповідає за якість кінцевого продукту (шеф-кухарю), та щодо ефективного здійснення контрольних функцій керівника (директора) закладу.

Ключові слова: інформаційна логістика, ресторанна логістика, логістичний цикл ресторану, система електронного документообігу EDI, логістичні функції директора ресторану та шеф-кухаря.

Раскрыты суть и значение информационной составляющей логистики в ресторанном бизнесе, в частности, в связях с поставщиками. Предложен вариант логистического микса для ресторанной логистики. Представлен логистический цикл ресторанного предприятия с выделением материальных, информационных и финансовых потоков. Обоснована логистическая схема информационного взаимодействия «ресторан-поставщик» на базе системы электронного документооборота EDI. Отражены инновационные возможности информационной логистики в ресторанном бизнесе по передаче логистических функций лицу, ответственному за качество конечного продукта (шеф-повару), и по эффективному осуществлению контрольных функций руководителя (директора) учреждения.

Ключевые слова: информационная логистика, логистический цикл ресторана, система электронного документооборота EDI, логистические функции директора ресторана и шеф-повара.

Shown essence and importance of logistics information component in the restaurant industry, particularly in relations with suppliers. Proposed the variant of logistics mix for restaurant logistics. Presented restaurant company's logistics cycle with the release of material, information and financial flows. Grounded logistic scheme of information interaction «restaurant-supplier» on the basis of EDI. Displayed innovative features of information logistics in restaurant business on the transfer of logistics functions to the person responsible for the quality of the final product (chef), and on effective implementation of control functions by head (director) of institution.

Key words: information logistics, logistics cycle of restaurant, system of electronic document flow EDI, logistic functions of the director of restaurant and chef.

Постановка наукової проблеми. Логістика в сфері гостинності, зокрема в ресторанному господарстві, яка ще кілька років тому, за висловом журналу «Бізнес», була такою собі «terra incognita» в Україні [6]

нині набуває все більшої ваги та усвідомлення її переваг у бізнесі не тільки з боку науковців, але й підприємців-рестораторів та логістичних компаній.

Тому поступово збільшується кількість публікацій з досліджуваної теми в українських та закордонних джерелах, з якими виступають не тільки науковці [1; 2; 4; 5], але й бізнес-журналісти [6] та практичні працівники галузі [3]. Разом із тим таких публікацій, зокрема з новітніх та інноваційних тенденцій та напрямків ресторанної логістики все ще недостатньо, зокрема, це стосується застосування досягнень інформаційної логістики в ресторанному бізнесі. Між тим нині закордонні постачальники ресторанних мереж в Україні, компанії з логістичного аутсортингу, закордонні ресторани заклади не уявляють свій бізнес без застосування інформаційної логістики, EDI- технологій тощо.

Метою статті є розкриття переваг та особливостей інформаційної логістики, як складника ресторанної логістики; інноваційні можливості, які надає створення сучасної інформаційної системи ресторану, зокрема щодо передання логістичних функцій особі, що відповідає за якість кінцевого продукту (шеф-кухарю) та щодо ефективного здійснення контрольних функцій керівником (директором) закладу.

Виклад основного матеріалу. Логістика в ресторанному бізнесі стає все більш важливою складовою останнього, оскільки являє собою один із основних інструментів не тільки підтримання та підвищення ресторанними закладами своєї конкурентоспроможності, але й в деяких випадках їхнього виживання в умовах непростого пост-кризового періоду розвитку ринку громадського харчування в Україні. Однак зростаюча кількість нових кав'ярень та ресторанів, які постійно відкриваються, незважаючи на різноманітні проблеми та перешкоди, завойовують свою аудиторію та стають популярними, свідчить про те, що за правильного маркетингового підходу та налагодженої логістики і сьогодні є місце для нових проектів у сфері українського ресторанного бізнесу. В умовах подальшого посилення конкуренції між ресторанами з'являються зовсім нові критерії якості ресторанних послуг головним серед яких є забезпечення стабільної діяльності будь-яких підприємств, пов'язаних з громадським (або масовим) харчуванням. Одним із таких актуальних напрямків є організація стабільної співпраці ресторану з контрагентами (постачальниками) таким чином, щоб вони постачали саме той продукт, який у них замовляв ресторан, саме тієї якості, яка потрібна, саме за тією ціною, яка зазначена в договорі, нарешті, у потрібний час. Отже, можна запропонувати варіант логістичного міксу для ресторанної логістики, який буде дещо спрощеним у порівнянні з класичним логістичним міксом 8R-8П [1, 11] (рис.1). Попит на якісні логістичні послуги та оптимізацію ланцюжків поставок зростає паралельно з розвитком таких хазяйнуючих суб'єктів інфраструктури ресторанного ринку як: а) гуртові та роздрібні постачальники харчових продуктів та напоїв у сегменті HORECA; б) постачальники торговельно-технологічного та холодильного устаткування, кухонної та столової

посуди, інвентаря для ресторанів; в) постачальники допоміжних та витратних матеріалів та аксесуарів.

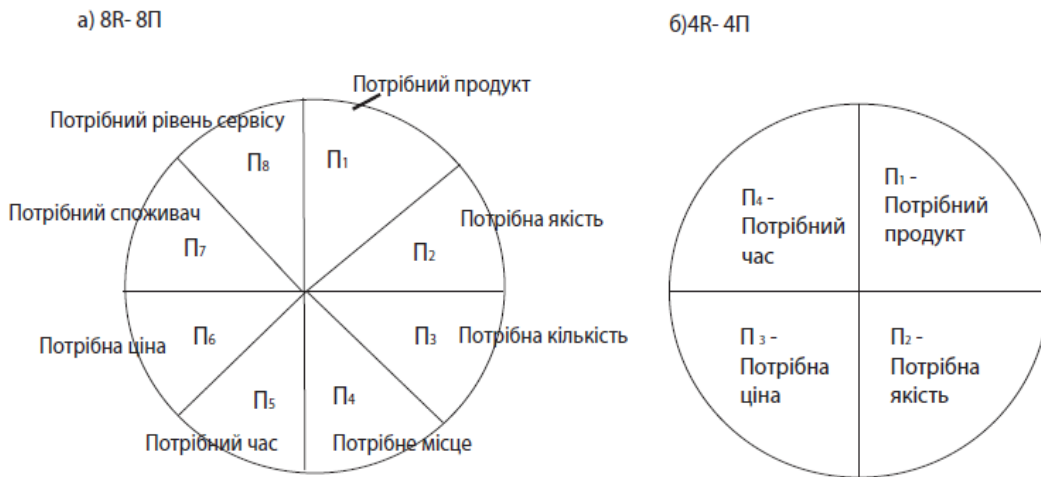


Рис. 1. Логістичний мікс у класичному варіанті (а) та у спрощеному варіанті стосовно ресторанної логістики (б)

Окрім цього нині активно розвиваються мережі магазинів та відділів кулінарії, що розміщуються і в торговельних центрах, і у продовольчих супермаркетах, і, своєю чергою, пропонують достатньо широкий асортимент різноманітних напівфабрикатів, а також кулінарних та борошняних кондитерських виробів. У такій ситуації на перший план виходить ретельний вибір постачальників та раціональна організація транспортних перевезень, що є особливо актуальним для великих ресторанних мереж, у яких оперативні та надійні вантажоперевезення продуктів харчування є однією з основних частин транспортної логістики. Власне, виробництво продукції ресторану може бути представлене у вигляді стандартного логістичного (рис.2) циклу, що складається з початкової стадії або стадії закупівлі харчових продуктів – сільськогосподарської продукції та напівфабрикатів; наступної стадії – їх отримання, розміщення на склад і зберігання та надання у основний виробничий цикл; виробничої стадії (приготування страв) та кінцевої стадії (продаж споживачеві) [2].

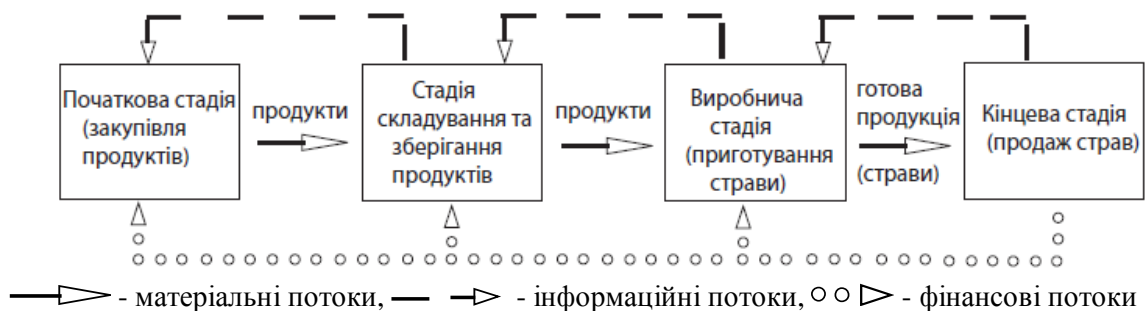


Рис.2. Стандартний логістичний цикл ресторанного підприємства

Забезпечення стабільності функціонування даного процесу та оптимізація витрат та зусиль є основними завданнями, які повинні вирішувати відділ логістики ресторанного закладу (чи ресторанної мережі)

або зовнішня транспортно-логістична компанія, що надає фахові логістичні послуги (логістичний аутсортинг у ресторанному бізнесі).

Важливою складовою організації логістики на ресторанному підприємстві є інформаційна логістика. У жодному ресторані не можуть дозволити собі мати завеликі складські потужності та залишки (відходи), обсяг яких не знижується з часом, враховуючи те, що на кухню багато разів на день дрібними партіями надходить велика кількість різноманітних свіжих продуктів. Одне з важливих завдань ресторанної логістики полягає в тому, щоб забезпечити швидке отримання цих необхідних складників для замовленої страви. Успішне вирішення цього завдання у багатьому залежить від інформаційної системи ресторанного підприємства. Така інформаційна система, зокрема, у мережевому ресторанному бізнесі, обов'язково повинна відслідковувати якість, ціну, умови поставки замовленої продукції. Постачальник продуктів до одного ресторану повинен розпізнаватися системою і у випадках взаємодії цього постачальника з іншими ресторанами мережі. Це надає можливість оцінити, як обидві сторони виконують свої зобов'язання, зокрема, ресторанна мережа – за обсягом закупівель, а постачальник – за обсягами і термінами поставок, контрактній ціні та якості продукції, що постачається. Приміром, може бути ситуація, коли від одного постачальника за однакові товари, що постачаються до різних ресторанів певної мережі (за обсягом, якістю, ціною) можуть надходити рахунки на різні суми. У минулому це могло би бути предметом емоційної «дискусії» між відділами бухгалтерії ресторанної мережі та постачальника. За умови наявності інформаційної системи ресторану, де є повна інформація про контракт та договірні умови як взагалі по підприємству, так і з кожного конкретного факту поставки, усе, що надходить від постачальників до ресторану, оприходується за конкретними цінами. Зазначення іншої суми у товарно-транспортній накладній розцінюється, як помилка в первинному документі постачальника, якого просять виставити новий, правильний рахунок.

Отже, постачальник не може в односторонньому порядку прийняти рішення про підвищення ціни продукту. Звісно, ринковий вплив існує, однак партнеру слід узгодити з рестораном зміну ціни та дату, з якої ця зміна буде чинною. Відповідно з узгодженим терміном інформаційна система переходить з однієї контрактної ціни на іншу. Така функція дозволяє здійснити контроль товарних потоків, а також зменшити навантаження на персонал. Так, ВАТ «Росінтер Ресторанс» (Росія) після перебудови бізнес-процесів під інформаційну систему вдалося скоротити чисельність фінансової та ІТ-служб при збільшенні числа ресторанів на 30% [3]. Поки що ж інформаційні системи переважної більшості українських ресторанів та їх контрагентів ніяк не взаємодіють. За звичаєм, співпрацівники ресторану у своїй інформаційній системі складають замовлення, потім електронною поштою чи факсом відправляють його партнеру, який приймає замовлення, вводить дані у свою інформаційну систему, і тільки після цього починається процес обробки замовлення.

Зрозуміло, що це звичний, але недостатньо сучасний та ефективний спосіб співпраці ресторанів із партнерами (рис. 3).

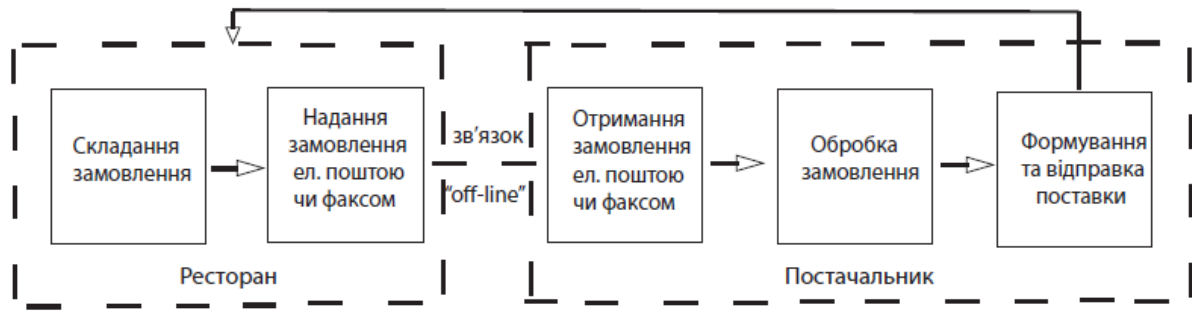


Рис. 3. Традиційна схема інформаційної взаємодії «ресторан-постачальник»

Однією з добре відомих логістичних стратегій, яку нині можна порадити будь-якому ресторатору, полягає у забезпеченні сумісності своєї інформаційно-логістичної системи з системою електронного документообігу EDI (Electronic Data Interchange, англ. – Електронний обмін даних). Система EDI дозволяє «спілкуватися» різним інформаційним системам, отже, виступає для партнерів свого роду універсальним перекладачем. Перехід на електронний документообіг, за якого інформаційна система замовника (ресторану) напряму «розмовляє» з системою підрядника (постачальника) надає можливість обом партнерам скоротити витрати на обробку інформації (рис.4).

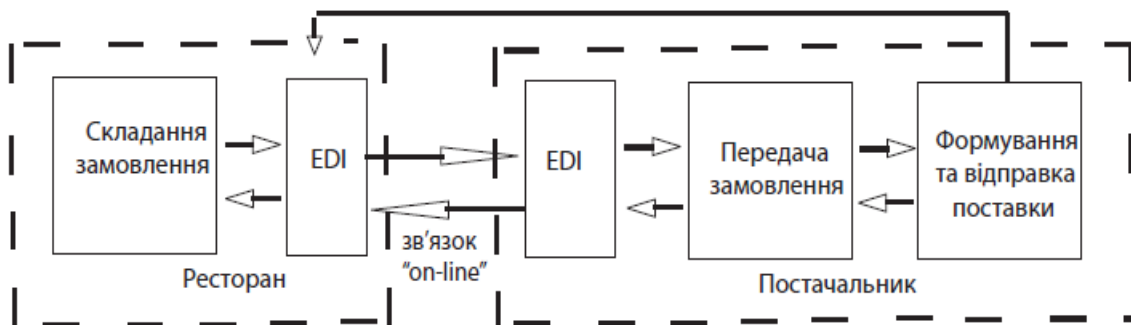


Рис. 4. Логістична схема інформаційної взаємодії «ресторан-постачальник»

Цей процес є однаково мотивованим для двох сторін. Якщо система настроєна та з'єднана з системами партнерів правильно, то кількість останніх не має значення. Окрім оптимізації людських ресурсів (зменшення кількості обслуговуючого персоналу) застосування даної системи надає ще одну істотну перевагу, а саме – зменшення залежності від людського чинника. Приміром, може виникнути ситуація, коли співпрацівник підрядника (постачальника), який вводить у систему

інформацію про отримане від ресторану замовлення, помилиться на нуль та замість 100 кг продукту надішле в ресторан 1 т продукту, або ще гірше – замість 1 т відправить 100 кг. Страва, для якої не вистачило інгредієнта, потрапить до стоп-листу ресторану, а офіціанту доведеться пояснювати гостю, що вона на сьогодні вже закінчилася. Це саме та ситуація, якої намагається уникнути кожна ресторанна компанія. В ресторанному бізнесі України вже помітна цікавість до електронного документообігу. Багато міжнародних постачальників виходять на українські ресторани компанії з пропозиціями про перехід на EDI. Дуже ймовірно, що у майбутньому керівникам навіть невеликих ресторанних закладів доведеться подумати про те, щоб перейти до подібного інформаційного формату спілкування з партнерами.

У ресторанному бізнесі надзвичайно важливим є якість отримуваних продуктів, адже від неї залежить якість приготованих страв та, в кінцевому рахунку, лояльність відвідувачів. Саме тому, для прикладу, в американських та європейських ресторанах замовлені продукти приймає шеф-кухар, який фахово може оцінити якість та свіжість того чи іншого компонента, адже саме йому належить готувати страви з отриманих продуктів. Щодо ресторанів України, то звичайно фізичний процес приймання товару в них здійснює комірник, а приймання в інформаційній сфері – оператор. Як результат, до шеф-кухаря доходять ті продукти, що надійшли на склад. Однак поступово західна культури робота проникає і на склади українських ресторанів. Керівництво ресторанних компаній, що володіє стратегічним баченням розвитку бізнесу, вважає одним із інструментів, що гарантує високу якість роботи, особисту участь шеф-кухаря у всьому технологічному циклі постачання – від замовлення та приймання продуктів до їх надходження на кухню. Такий новітній підхід, коли шефу кухні передається класична логістична функція працівників складу, потребує надійної операційної підтримки діяльності шеф-кухаря, з тим щоб на кухні можливо б було отримати максимальний обсяг доступних даних. Отже, інформаційна система повинна дозволяти шеф-кухарю на рівні технологічної карти подивитися, які інгредієнти і в якій кількості (з точністю до грама) входять до складу страв; який коефіцієнт відбраковки з кожного продукту; наскільки компоненти смажуться, упарюються тощо. Грамотно побудована інформаційна система ресторану також повинна показати наявність необхідних продуктів на складі та прогноз продажу/виробництва у найближчій перспективі. Із врахуванням цієї інформації відносно нескладним є формування замовлення, яке, з одного боку буде достатнім для підтримки продажу, а з іншого – не перевантажуватиме склад. Отже, новітнім трендом ресторанної індустрії є передача логістичних операцій, таких як планування та здійснення замовлень, закупівлі, приймання продуктів, від складських працівників до людини, яка відповідає за якість кінцевого продукту (шеф-кухаря). При цьому необхідність у проміжній фігурі – операторі відпадає.

Важливу роль у ресторанній логістиці відіграє функція контролю. Ще з радянських часів, коли цей контроль «здійснював» ВБКСВ – відділ боротьби з крадіжками соціалістичної власності (рос. ОБХСС), у багатьох українських ресторанах і нині діє схема, за якої контроль відбувається на кордонах відповідальності: приймання замовлення в ресторані – звірка, надання продуктів зі складу на виробництво – ще одна звірка, надання страви з кухні в клієнтську залу наступна звірка. Але деякі просунуті ресторани в Україні вже дійшли до думки, що є тільки одна особа, відповідальна за проходження замовлення ресторанним ланцюжком – директор ресторану. Саме інформаційна система дозволяє йому контролювати всі процеси в підрозділах ресторанного закладу. Впровадження інформаційної системи ресторану, у якій видно, скільки продуктів за якою статтею списано, дозволяє виявити, структурувати та оцінити всі витрати закладу. При цьому враховуються не тільки ситуації, що не виходять за межі нормативів списання, наприклад, страва, що випадково впала на підлогу чи розбита банка, але й нестандартні варіанти, коли, приміром, виявляється, що усмажка картоплі залежить не тільки від сезону (зимовий усмажується менше ніж осінній), але й від того, наскільки врожайним був рік. Статистика, накопичена в інформаційній системі ресторану, дозволяє визначити та застосувати реальний коефіцієнт втрат.

Висновки. Інформаційна логістика є інтегральною частиною ресторанної логістики, яку відрізняють свої оригінальні варіанти логістичного міксу, логістичного циклу ресторанного виробництва тощо. Інформаційна логістика дозволяє організувати співпрацю ресторану з партнерами-постачальниками у сучасний ефективний спосіб «on-line», пов'язаний із застосуванням системи електронного документообігу EDI. Інформаційна логістика надає інноваційні можливості в ресторанному бізнесі: по-перше, шляхом передання логістичних функцій шеф-кухарю (тобто працівнику ресторану, що відповідає за якість кінцевого продукту); по-друге, забезпечує керівнику закладу (директору) можливість постійного контролю проходження матеріальних, інформаційних, фінансових потоків у ресторані, а також дій персоналу з обслуговування потоку гостей тощо. Зазначимо, що можливості інформаційної логістики щодо збільшення ефективності ресторанного бізнесу є значно ширшим, ніж викладено в даній статті, оскільки інформаційна логістика як складник ресторанної логістики поки що знаходиться на початковому етапі їхнього впровадження в ресторанний бізнес в Україні. Але без них розвиток ресторанної справи в Україні на сучасному рівні, інтеграція галузі у світовий ринок гостинності є неможливим.

Використані джерела:

1. Олійник Я.Б., Смирнов І.Г. Міжнародна логістика : навч. пос./ Я.Б.Олійник, І.Г. Смирнов. - К.: Обрії, 2011. -544с.
2. Смирнов І.Г. Ресторанна логістика : міжнародний та український аспекти/ І.Г.Смирнов// Зовнішня торгівля: право та економіка.-2009.- №4(45).-С.4- 18.
3. Буров Н. Когда логистику готовит шеф-повар/Н.Буров [електронний ресурс].- Режим доступу : <http://logist.ru/articles>

4. Зубар М. Логістика в ресторанному господарстві: навч. пос./ М. Зубар, М. Григорак.-К.:ЦУЛ, 2010.-307 с.
5. Кизим А. Логистика в системе кейтеринга как ключевой составляющей ресторанного бизнеса/ А. Кизим, В. Бабак. - Логистика.-2013.-№12.- С.28-31.
6. Попова О.А. ТРАКТурный счет/О.А. Попова [электронный ресурс].- Режим доступа : www.business.ua/articles/restorannaya_logistica.