

УДК 33 DOI: 10.14451/2.198.137

Опыт поставщиков по управлению закупками в ресторанном бизнесе

© 2024 Асатрян Эдита Эдгаровна

Индивидуальный предприниматель.

E-mail: 79857265058@mail.ru

Ключевые слова: развитие управления, управление закупками, ресторанный бизнес, качество сырья, приобретение продуктов, развитие логистики, зарубежная практика.

Эффективная организация управления закупками играет одну из ключевых ролей в обеспечении стабильности и конкурентоспособности любого бизнеса. Для ресторанной сферы деятельности основными выгодами являются поддержание высокого уровня качества сырья и предсказуемость расходов на приобретение продуктов и материалов. Отдельно необходимо выделить логистический фактор – минимизация рисков, связанных с перебоями в поставках, который напрямую влияет на уровень удовлетворенности клиентов и репутацию данного бизнеса на рынке. Таким образом, поставщики, обеспечивая приведенные выше условия, выступают важнейшими стратегическими деловыми партнерами ресторанов. Актуальность исследования опыта поставщиков в управлении закупками обусловлена наличием значительного потенциала оптимизации данных процессов с позиции интеграции современных технологий, повышения качества организации взаимодействия и применения передовых успешных зарубежных практик. **Объект исследования:** система управления закупками в ресторанном бизнесе. **Цель исследования:** обобщение опыта поставщиков в контексте оптимизации закупочных процессов в ресторанном бизнесе. **Методы исследования:** документальный анализ, обобщение, абстрагирование, логический метод, индукция, дедукция. **Научная новизна исследования:** предложение методологических подходов по совершенствованию закупочных стратегий, основанных на эффективном взаимодействии поставщиков со службами закупок в ресторанном бизнесе; возможность повышения конкурентоспособности ресторанов и улучшения результатов функционирования организаций-поставщиков.

Управление закупками представляет собой процесс планирования, организации, контроля и оптимизации всех действий, связанных с приобретением товаров, материалов или услуг, необходимых для обеспечения функционирования и развития организации.

Основной целью управления закупками является обеспечение своевременного, качественного

и экономически эффективного снабжения предприятия ресурсами [3, с. 68].

Организация управления закупками предполагает налаживание эффективного взаимодействия между организацией-поставщиком материальных ресурсов и субъектом бизнеса. При этом для бизнеса поставщик выступает одним из центральных деловых партнеров в цепочке создания

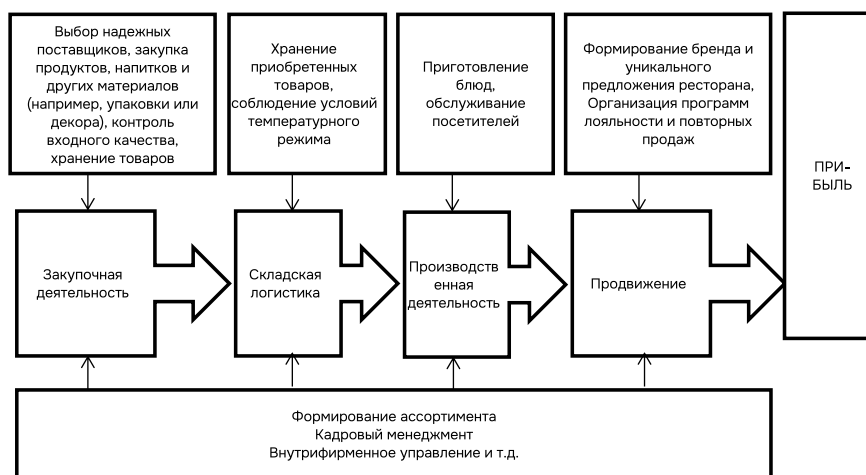


Рис. 1. Цепочка создания ценности в ресторанном бизнесе.

ценности, что наглядно показано на рисунке 1.

Таким образом, от поставщиков (в контексте цепочки создания ценности в ресторанном бизнесе) напрямую зависит качество конечного продукта, уровень удовлетворенности клиентов и, в целом, эффективность операций ресторана. Поставщики выступают как полноценные стратегические партнеры ресторанного бизнеса [10].

Алгоритм взаимодействия поставщика и ресторана (с позиции опыта поставщика) можно представить следующим образом.

1. Установление партнерства:

- проведение анализа запросов и специфики работы ресторана (тип кухни, объемы поставок, частота заказов);
- разработка индивидуального предложения с учетом ассортимента, условий поставки и цены;
- согласование условий сотрудничества (сроки, объемы, качество продукции, условия оплаты, штрафные санкции).

На данном этапе, для формирования положительного опыта поставщика, целесообразно продемонстрировать понимание специфики ресторанной индустрии, показать сертификаты ответственности выпускаемой продукции необходимым стандартам, предоставить консультации по выбору продукции, предложить конкурентные

цены и выгодные условия оплаты, проинформировать ресторан о наличии стимулирующих программ (скидки за объем, программы лояльности). Важно применить персонализированный подход к каждому партнеру, а также, чтобы представитель ресторанного бизнеса понял, что поставщик нацелен на долгосрочные партнерские отношения [6, с. 12].

По своей сути, данный этап является предварительным. Часто на этом этапе необходимо убедить клиента в востребованности своей продукции или перспективности сотрудничества.

Показателен следующий пример. В небольшом городке семья решила создать уникальный бизнес – разводить сомов. Изначально казалось, идея была отличной: сом неприхотливая рыба, быстро растет, мясо богато белком, а содержание фермы обходится значительно дешевле, чем разведение традиционных видов рыб. Была построена акваферма, разработана технология экологически чистого выращивания рыбы, появились первые объемы производства и начались попытки предложения продукта ресторанам. Однако рестораторы, к которым обращались собственники бизнеса, отказались покупать сомов по причине потенциальной жесткости мяса и запаха тины. Таким образом, главным барьером для бизнеса стали стереотипы о вкусовых качествах сома. Поскольку собственники бизнеса были уверены в качестве своей рыбы,

оставалось доказать это рестораторам, которые еще ни разу не пробовали их продукт. Было решено организовать дегустацию. Приглашения были разосланы владельцам и управляющим ресторанов. В итоге, рестораторы, которые пришли скептически настроенными, были приятно удивлены. Мясо оказалось достаточно мягким, сочным и действительно без какого-либо запаха тины. Дегустация изменила отношение рестораторов к сомам. После мероприятия многие начали размещать заказы, шеф-повара стали экспериментировать с новыми блюдами, включая сома в меню. Таким образом, в данном примере ключевым шагом, который не только спас бизнес, но и помог раскрыть потенциал ранее недооцененного продукта, стала дегустация [4].

2. Планирование поставок:

- регистрация заявки от ресторана на конкретный ассортимент, количество и сроки доставки;
- разработка оптимального маршрута доставки;
- распределение ресурсов для своевременного выполнения заказа.

Здесь важно предусмотреть наличие резервов с целью обеспечения стабильных поставок даже в форс-мажорных ситуациях, учесть сезонные колебания спроса и изменений в меню. Эффективным решением является использование современных технологий (автоматизация управления заказами, цифровые платформы обработки заявок и т.д.).

В автоматизированных системах заказа (E-procurement) поставщик использует цифровую платформу для автоматизированного приема заказов от ресторанов. Система упрощает обработку данных, помогает в планировании и улучшает взаимодействие с клиентами. Рестораны получают возможность размещать заказы в удобной онлайн-форме, где указаны ассортимент, объемы, сроки доставки и другие параметры. Система автоматически обрабатывает заявку, проверяет наличие продукции на складе, отправляет подтверждение ресторанам и фор-

мирует задания для логистики.

Ключевые преимущества для поставщика:

- исключение необходимости ручной обработки заявок, сокращение ошибок и ускорение процесса;
- поступление заказов исключительно в стандартизированном формате (уменьшение вероятности недоразумений и уточнений между поставщиком и потребителем);
- учет наличия продукции и возможность оперативного обновления данных в реальном времени, поскольку платформы, как правило, интегрируются с системой управления запасами (WMS);
- снижение количества обратных запросов со стороны ресторанов.

Недостатки автоматизированных систем заказа: [7]

- необходимость значительных первоначальных затрат на внедрение;
- зависимость от технической инфраструктуры;
- вероятность технических сбоев, которые могут привести к задержкам.

Касательно разработки оптимального маршрута доставки, с позиции опыта поставщиков в ресторанном бизнесе, интерес представляет система RoutExpert, предназначенная для управления транспортной логистикой и оптимизации маршрутов доставки. Основные функции и возможности RoutExpert:

- разработка оптимальных маршрутов с учетом географического расположения точек доставки, загруженности дорог и временных ограничений (тайм-слоты для доставки);
- автоматическое назначение подходящих транспортных средств;
- отслеживание текущего местоположения транспортных средств;
- поддержка форс-мажорных ситуаций;
- возможность интеграции с системами управления заказами (OMS) и складскими системами (WMS);
- прогнозирование нагрузки на транспорт на

основе анализа предыдущих данных;
– адаптация маршрутов и графиков доставки к сезонным пикам спроса.

3. Обеспечение качества:

– контроль качества продукции перед отправкой;
– обеспечение сохранности продукции во время транспортировки (в том числе соответствие упаковки требованиям ресторана).

На данном этапе необходимо соблюдение всех требований к свежести и состоянию продуктов, а также организация работающей системы возврата или замены продукции.

4. Логистика и доставка:

– организация своевременной доставки в согласованное место;
– соблюдение условий транспортировки (например, температурный режим), уведомление о статусе доставки, возможных задержках или изменениях.

Здесь ключевое значение имеет состояние самой системы доставки (транспортных средств и т.д.) и выбор оптимального метода доставки. Кроме того, существенный эффект обеспечивает применение цифровых решений по оптимизации маршрутов доставки и контроля движения транспортных средств. [8, с. 211]

Модели поставок продукции, используемые в современной ресторанной практике, показаны в таблице 1.

Таблица 1. Модели поставок продукции, используемые в современной ресторанной практике.

Вид поставок	Описание	Преимущества	Недостатки
Прямые поставки (Децентрализованная модель)	Поставка продукции напрямую от поставщика к ресторану без промежуточных складов или распределительных центров	Лучшее понимание потребностей ресторана. Снижение издержек на хранение. Возможность предлагать персонализированные условия сотрудничества.	Необходимость частых поставок мелкими партиями. Высокая зависимость от логистической инфраструктуры и надежности транспорта. Сложность управления большим количеством клиентов при масштабировании бизнеса.
Поставки через распределительные центры (Централизованная модель)	Поставщик доставляет продукцию в распределительный центр, откуда она затем отправляется в рестораны. Для поставщика важно обеспечить стабильные объемы поставок и соблюдение графика, так как сбои могут повлиять на всю сеть ресторанов.	Удобство для поставщика (работа ведется с одним распределительным центром, а не с множеством ресторанов). Снижение затрат на транспортировку.	Зависимость от распределительного центра, его процессов и логистики. Возможность возникновения избыточных запасов на складах при снижении спроса.

Продолжение на следующей странице

Таблица 1. Модели поставок продукции, используемые в современной ресторанной практике. (Продолжение таблицы)

Вид поставок	Описание	Преимущества	Недостатки
Использование складов третьих сторон (ЗРЛ)	Поставщик передает часть логистических функций сторонней компании, которая занимается хранением и доставкой продукции в рестораны.	Освобождение от необходимости самостоятельно управлять складскими запасами и логистикой. Относительно быстрое масштабирование без дополнительных инвестиций в инфраструктуру.	Потеря прямого контроля над процессом доставки. Дополнительные расходы на услуги логистической компании. Зависимость от качества работы третьей стороны.
Постоянные поставки (Just-in-time, JIT)	Модель требует точной координации с рестораном, поскольку предполагается поставлять продукцию «точно в срок» и минимизировать излишки на складе ресторана. Здесь особенно важно оперативное управление запасами и надежная логистическая инфраструктура.	Снижение складских расходов. Улучшение прогнозирования спроса. Повышение доверия со стороны клиентов.	Повышенная зависимость от точности графика поставок и надежности транспорта. Риски сбоев в цепочке поставок. Необходимость четкого прогнозирования и автоматизации процессов.

В области контроля движения транспортных средств одной из крупнейших платформ является Wialon. Данная система достаточно популярна в логистике поставщиков ресторанного бизнеса (в особенности, поставщиков свежих продуктов, мясных изделий, молочной продукции) за счет расширенного потенциала контроля температуры в рефрижераторах и маршрутов доставки.

Ключевые возможности Wialon: [1]

- отслеживание текущего местоположения транспортных средств на карте;
- контроль маршрутов, времени прибытия и отклонений от графика;
- настройка геозон: уведомления о въезде и выезде из заданных областей;
- подключение датчиков для мониторинга состояния двигателя, уровня топлива, температуры в кузове (особенно важно для перевозки продуктов);
- диагностика работы транспортных средств (скорость, пробег, стиль вождения);
- анализ износа и планирование технического обслуживания;

– возможность интеграции с IoT-сенсорами с целью контроля температурного режима и влажности.

Установка системы Wialon начинается с анализа потребностей бизнеса и выбора подходящих GPS/ГЛОНАСС-трекеров и IoT-сенсоров (например, для контроля температуры). Устройства устанавливаются на транспортные средства и интегрируются с платформой Wialon. Далее настраиваются учетные записи, маршруты, геозоны и параметры отчетности. Система может быть связана с ERP и TMS. После тестирования проводится обучение сотрудников (логистов и водителей), а сама система запускается в эксплуатацию с поддержкой и регулярными обновлениями от разработчиков. Весь процесс интеграции занимает от нескольких недель до месяца, в зависимости от масштаба проекта [2, с. 99].

Математические модели работы двигателя в системе мониторинга Wialon позволяют анализировать и предсказывать его поведение на основе данных с датчиков. Данная опция особенно



Рис. 2. Распределение проблем поставщиков в сфере ресторанного бизнеса, %.

важна для предотвращения поломок и повышения эффективности эксплуатации транспортных средств. Модели включают параметры оборотов двигателя, уровня топлива, температурного режима и выбросов. Используя данные, поступающие с GPS-трекеров и CAN-шины автомобиля, система рассчитывает оптимальный режим работы, выявляет перегрузки, перерасход топлива или неисправности.

Также необходимо отметить наличие инструмента «Телеметрия», который предоставляет возможность в реальном времени собирать и анализировать данные о состоянии транспортного средства – остаток топлива, температуру в грузовом отсеке и даже открытие дверей.

5. Передача заказа ресторану: [9, с. 89]

- совместная проверка поставки (качество, количество, соответствие заявке) и оформление документов, подтверждающих выполнение заказа.

6. Постпродажное взаимодействие:

- обратная связь от ресторана;
- обработка претензий, возврат или замена продукции при необходимости;
- оценка результатов сотрудничества и работа над их улучшением.

Проведенные опросы поставщиков в сфере ре-

сторанного бизнеса показывают следующие ключевые сложности: [5, с. 36]

- колебания спроса на продукты, изменение объемов и ассортимента заказов в последний момент;
- обеспечение соблюдения условий транспортировки скоропортящейся продукции, частая необходимость доставки мелких заказов, особенно при работе с небольшими ресторанами;
- большая конкуренция и тенденции ее дальнейшего усиления;
- давление крупных клиентов – в особенности выделяется требование особых цен и бонусов со стороны сетевых ресторанов, а также усложнение логистики для сетевых ресторанов;
- повышение экологических требований со стороны ресторанов.

Помимо этого, в меньшей степени выделяются высокая динамичность меню ресторанов, форс-мажорные обстоятельства и прочие проблемы.

Графически распределение перечисленных проблем представлено на рисунке 2.

Решение данных проблем предполагает совершенствование качества организации производства, выбор оптимального метода доставки, интеграцию новых (в том числе цифровых) технологий и ряда других мер, в зависимости от

специфики выпускаемой продукции. В качестве ключевого средства повышения эффективности работы, большинство поставщиков указывают на уникальность стартового предложения по качеству, цене и востребованности продукта, а также на цифровизацию (автоматизированные системы управления заказами, IoT-решения, мо-

ниторинг условий транспортировки, платформы маршрутизации и интеграции с ресторанными системами) как способ существенно повысить эффективность уже работающей системы поставок при масштабировании бизнеса и в условиях нестабильной рыночной среды.

Библиографический список

1. Wialon – система мониторинга транспорта. – URL: <https://wialon.com/ru> (дата обр. 15.12.2024).
2. Алиев О. М. Развитие ресторанного бизнеса в условиях цифровизации: зарубежный опыт // Индустриальная экономика. – 2023. – № 5. – С. 97–102.
3. Вольных К. В. Зарубежный опыт продвижения услуг ресторанного бизнеса в онлайн форматах // Вестник науки. – 2023. – Т. 4, 12(69). – С. 66–70.
4. Духанина Л. Д., Изтелеуова М. С. Организация управления закупками и работы с поставщиками // Наука, образование и культура. – 2022. – 2 (62). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/organizatsiya-upravleniya-zakupkami-i-raboty-s-postavschikami> (дата обр. 15.12.2024).
5. Машин Д. В., Русакович М. В. Международный опыт реализации стратегии устойчивого развития ESG в ресторанном бизнесе // Журнал прикладных исследований. – 2024. – № 4. – С. 32–38.
6. Петрикова А. В. Зарубежный опыт обеспечения конкурентоспособности ресторанного бизнеса // Актуальные вопросы современной экономики. – 2023. – № 9. – С. 9–15.
7. поставщиков Н. продажи продуктов в рестораны: опыт. – URL: <https://sberbusiness.live/publications/nalazhivaem-prodazhi-produktov-v-restorany-opyt-postavshchikov> (дата обр. 15.12.2024).
8. Тагрыт В. С., Луценко Е. Л. Совершенствование управления персоналом в системе управления человеческими ресурсами в ресторанном бизнесе // Научно-техническое и экономическое сотрудничество стран АТР в XXI веке. – 2020. – Т. 2. – С. 208–213.
9. Шашкин П. С. Терминологический анализ: управление закупками и снабжение // Вестник ГУУ. – 2014. – № 9. – С. 87–91.
10. RouteXpert's Handbook. – URL: <https://s3.eu-west-1.amazonaws.com/storage.myrouteapp.com/legal/RouteXpert%20Manual%202.2.2.pdf> (visited on 12/15/2024).