

ВПРОВАДЖЕННЯ ПОСЛУГИ СОМЕЛЬЄ ТА ЙОГО РОЛЬ В ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТАХ ДІЯЛЬНОСТІ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ

Соколенко А. С., Крайнюк Л. М., Семерніна Т. І.

1. Вступ

Споживання вина в Україні завжди було традиційне, хоча і більшість експертів стверджують, що культура споживання вина в Україні є ще нерозвинутою у порівнянні з країнами Західної Європи. Поки вино стає все більш популярним і споживачі більш обізнаними, робота сомельє продовжує відігравати важливу роль у визначенні найкращого напою, доступного для задоволення потреб клієнтів. З огляду на це питання потрібно розуміти, що цінність і роль роботи сомельєрів є досить актуальною. Але в наш час відсутні дослідження питання зв'язку роботи сомельєра з фінансовими результатами діяльності ресторану.

2. Об'єкт дослідження та його технологічний аудит

Об'єктом дослідження є впровадження послуг сомельє в заклади ресторанного господарства України. На практиці послуги сомельє в ресторанах України непоширені у порівнянні з країнами Західної Європи. Проблема полягає у відсутності розуміння позитивного впливу впровадження послуг сомельє на фінансову діяльність закладів ресторанного господарства. Також відсутні дослідження щодо виявлення факторів впливу діяльності сомельє на дохід ресторану. Тому робота направлена на виявлення причин відсутності послуг сомельє в ресторанах України, а також на виявлення перспектив роботи сомельє для закладів ресторанного господарства.

3. Мета та задачі дослідження

Мета роботи – дослідження особливостей роботи сомельє як професійного продавця вина.

Для досягнення поставленої мети необхідно виконати такі задачі:

1. Провести дослідження проблем розвитку культури споживання вина за консультацією сомельє.
2. Виявити причини, що пояснюють відсутність послуг сомельє в ресторанному бізнесі.
3. Виявити фактори впливу діяльності сомельє на дохід ресторану.

4. Дослідження існуючих рішень проблеми

Розмірковуючи про значення сомельє виникає питання, чи є це насправді необхідним для ресторанного бізнесу. В роботі [1] досліджено, що близько половини ресторанів, перерахованих в списку винного глядача «Gold Medal Winners» обрали послугу сомельє або спеціального винного стюарда в своєму бізнесі. Але в роботі

автора відсутні дослідження, щодо особливостей роботи сомельє. Для ресторанів продаж вин є важливою частиною доходів і може збільшити значно прибуток. Це стверджують автори досліджень [2, 3]. Однак, яким чином співробітники, а саме сомельє, можуть приносити більше прибутку не вказано.

Крім того, як продаж вин має істотний вклад в дохід ресторану, так і навчання персоналу особливостям винної дегустації можливо розглядати як хороші інвестиції для ресторану. Це стверджують автори робіт [4, 5]. Однак залишається питання, яким чином проводити навчання спеціалістів винної дегустації. Економічні проблеми виноробної галузі вивчалися у дослідженнях [6, 7]. Але в них немає розгляду економічної проблеми виноробної галузі в контексті розвитку ресторанного господарства.

Вивченню соціально-економічних та організаційних проблем розвитку послуг ресторанного господарства в Україні присвячені праці [8, 9]. В цих роботах досліджуються структурні трансформації системи громадського харчування, які відбулися в постприватизаційний період, особливості послуг підприємств харчування та їх діяльності. Однак, в них недостатньо відображені сучасні тенденції змін в типах закладів ресторанного господарства та перспективи їх подальшого розвитку. А також не розглянуто проблеми розвитку культури споживання вина за консультацією сомельє. Автор роботи [10] підкреслює важливість послуги сомельє в наш час для ресторанного бізнесу. Однак в цій роботі немає досліджень щодо виявлення недоліків впровадження послуг сомельє.

Таким чином, результати аналізу дозволяють зробити висновок про те, що необхідні дослідження щодо впливу послуг сомельє саме на фінансові результати діяльності ресторану не вивчалися. Також відсутні необхідні дослідження, направлені на виявлення причин відсутності послуг сомельє в ресторанах України, а також на виявлення перспектив роботи сомельє для ресторанів України.

5. Методи досліджень

У процесі дослідження використовувалися наступні методи:

- монографічний – при висвітленні передового досвіду в розвитку винної індустрії;
- абстрактно-логічний – для теоретичних узагальнень результатів дослідження, при узагальненні і формуванні висновків;
- статистико-економічний – при визначенні перешкод впровадження професії сомельє в українських ресторанах.

6. Результати дослідження

У сучасних умовах постійно зростає роль послуг. Повсякчас збільшується кількість суб'єктів, працівників, зайнятих у сфері послуг, обсяг реалізованої продукції. Поняття «послуга» включає в себе значну кількість різноманітних видів діяльності. Одним із видів послуг, що надаються споживачам, є послуги об'єктів ресторанного господарства [5]. Послуги, які надають заклади ресторанного господарства, мають загальні (як і інші види послуг) і специфічні особливості. Нинішній ринок послуг ресторанного господарства характеризується загостренням конкуренції. Для більш ефективної діяльності власники закладів

ресторанного господарства повинні прикладати зусилля, щоб утримати вже існуючих та завоювати нових клієнтів. Для цього потрібно:

- впроваджувати сучасні новітні форми та методи управління;
- виготовляти нові страви та підвищувати їх якість;
- підвищувати якість обслуговування клієнтів;
- використовувати сучасне обладнання;
- швидко та гнучко реагувати на зміну потреб споживачів, враховуючи специфіку послуг саме цих об'єктів, щоб стати і залишитися неповторними.

Існує особлива група ресторанів, де прибуток від реалізації алкогольної продукції є значним, і це гастрономічні ресторани. Гастрономічні ресторани – це ресторани, в яких пропонуються різні страви зі складною рецептурою в поєднанні з вишуканими алкогольними напоями [6]. Головною концепцією таких ресторанів є висока кухня і безпосередньо алкогольна продукція, яка пропонується за індивідуальною рекомендацією сомельє. Існує багато визначень терміну «сомельє». Сомельє (sommelier) – французьке слово, аналогів якого не існує ні в англійській, ні в українській мовах, і тому воно вимагає пояснення. Згідно з визначенням, запропонованим в роботі [7], сомельє – це «людина, відповідальна за подачу напоїв у ресторані, яка дає поради щодо вибору вин і напоїв, яка сервірує їх або, яка стежить за їхньою подачею клієнтові аж до моменту, коли той залишає зал».

Сомельє – це людина, відповідальна за подачу напоїв у ресторані, точно знає, які страви з якими напоями найкраще поєднуються [8].

На думку авторів цієї роботи, сьогодні сомельє – це експерт, який володіє навичками дегустації вина, знаннями про його виробництво, різновиди, зберігання, подачу і поєднання з іншими напоями і стравами.

Сомельє – це імідж ресторану. Сомельє ресторану – це хранитель винного погребу, відповідальний фахівець за підбір вина для відвідувачів. Один з чимало важливих факторів, що в кожній країні обов'язки сомельє дуже відрізняються. Так, наприклад, в Україні крім обслуговування гостей ресторану, сомельє періодично веде моніторинг постачальників алкогольної продукції, цим самим виконує функції адміністратора і в певних випадках знає касові операції.

Професія сомельє постійно знаходиться на стадії свого розвитку, і її прямиї зв'язок з виноробством поступово розривається, розширюючись. Тому, в багатьох країнах світу з'являються так звані чайні, сирні, кавові сомельє (табл. 1).

Розглянемо детальніше функції сомельє. В його обов'язки входить:

- складання винної карти ресторану та підтримання у відповідності з нею запасу вин в ресторані;
- піклуватися про винний погріб (або інше місце зберігання запасу вин);
- закупка вина у постачальників або участь в обговоренні замовлення партій;
- вивчення ринку вин та інших спиртних напоїв;
- вибір постачальників (головний критерій – співвідношення ціни та якості вина);
- пропозиції з вибору вина гостям та грамотна подача його до столу.

Різновиди професії сомельє

Кавіст	Цей сомельє працює в винному погребі (або винно-гастрономічному бутіку). Професійний кавіст володіє знаннями і рівнем підготовки професійного сомельє. Назва кавіст йде від французького слова «cave» – «погбір»
Сигарний сомельє «фумельє»	Це сигарний фахівець, який знає досконально сигари і їх поєднання з різними алкогольними напоями
Вітольє	Це консультант по сортам сигар, їх правильному розкурюванню і поєднанню з напоями. Різниця між фумельє і вітольє – як у кавіста і сомельє
Сирний сомельє	На даний момент – це тільки послуга, яку ввели на кораблях однієї з міжнародних круїзних компаній. Вона організовує спеціальні тури для своїх клієнтів, де вони можуть скористатися порадами професіоналів з австрійської академії сиру. «Фромажерье» – такого терміну немає
Кавовий сомельє «кап-тестер»	Це людина, яка дегустує і оцінює каву. Він визначає по зернам сорт і країну походження кави. Оцінює мелену каву до того, як його заллють водою і після того, як він готовий і дає висновок вже по готовому напою
Чайний сомельє або «ті-тестер»	Це дегустатор чаю. Він за кольором, запахом і смаком визначає – звідки він родом, сорт, сезон збору, спосіб зберігання і переробки
Робот-сомельє або «дегустації однією лівою»	Перший робот-сомельє, сконструйований в Японії, він розбирається у винах майже як справжній живий професіонал, він визначає марку вина і сорт винограду, з якого зроблений напій. Завдяки системі сканування інфрачервоним випромінюванням, він може «дегустувати» вина, сири і фрукти. Зріст «електронного сомельє» розміром з пляшку – це приблизно 40 сантиметрів. Пробує він лівою рукою, яка є маніпулятором і оснащена зчитувальним пристроєм, до якого для дегустації необхідно підносити келих з вином
Телефонний сомельє по-японськи	Ця професія виникла в Японії. Йдеться про фахівців в області стільникових телефонів, в нових моделях яких складно розібратися. Вони регулярно підвищують рівень освіти і мають спеціальні ліцензії. В обов'язки телефонного сомельє входить допомога у виборі нової моделі, при цьому він враховує фінансові можливості клієнта і попереджає про ризики, пов'язані з купівлею

Примітка: побудовано на основі [9]

Однак, основним завданням професії сомельє є складання винної карти, дегустація вин та рекомендації щодо вибору напоїв гостям ресторану. До завдань сомельє входять не тільки знання різновидів напоїв, характеристик, року, а й уміння їх комбінувати між собою і з різноманітними стравами. Існують особливості роботи сомельє:

- психолог (вгадувати настрій своїх клієнтів, іноді навіть визначати їх соціальний статус і походження);
- праця в екстремальних умовах (для того, щоб запропонувати напої до замовлених страв, у сомельє, як правило, буває 2–3 хвилини);
- обов'язкове закінчення спеціалізованих курсів сомельє (знати технологію виробництва вина, багатогранність сортів винограду, кращі роки його врожаю, так само кліматичні умови і географічне розташування самих виноградників);
- повинен мати приємну зовнішність, добре поставлену мову, почуття такту;
- мати бездоганну нюхову і смакову пам'ять;
- мати якості комунікабельності і чесності;

- мати добру інтуїцію;
- чітко оцінювати платоспроможність гостя і вміти запропонувати йому найкраще з кожної цінової категорії;
- важливо вгадати пристрасті гостя і вибудувати гармонійну картину вечері, де аперитив, супровід і дигестив підкреслюють і доповнюють один одного.

В Україні професійних сомельє відносно небагато. Тому професія сомельє вважається затребуваною в ресторанному бізнесі. У робочих моментах у українського сомельє є свої нюанси. Проаналізовано перешкоди впровадження професії сомельє в українських ресторанах:

- в Україні ця професія досить нова, в наш час ще знаходиться в стадії свого формування;
- представники професії в більшості молоді люди, яким властивий юнацький максималізм, а також самовпевненість, що деякі роботодавці вважають недоліком. Це заважає молодим фахівцям продовжувати вчитися і критично оцінювати професійні знання в даній області;
- не всі українські відвідувачі ресторанів гастрономічної кухні уявляють собі особливість професії сомельє;
- не всі роботодавці на належному рівні оцінюють працівників цієї сфери;
- українським фахівцям з вина не завжди дають достатню свободу дій і часом коло їхніх обов'язків зазвичай вужчий, ніж у їхніх зарубіжних колег.

В ході даного дослідження автором проаналізовано, як роль сомельє сприймається в сучасних умовах та як якість надання послуг сомельє впливає на фінансові результати діяльності ресторану. В наш час сомельє допомагає гостям протягом усього обслуговування, даючи рекомендації не тільки щодо вживання вина. Він потребує достатньої кількості знання щодо поєднання напоїв зі стравами з меню. Функція сомельє також може розглядатися як сполучна ланка між виноробами і споживачами. Він передає спочатку інформацію і історію, і в кінцевому рахунку продає вино. Виконуючи це завдання, він може ознайомити гостя з новими винами виноробів.

Сомельє також відповідає за управління винним погребом, перевіряє запаси і забезпечує правильне зберігання продуктів [2]. Вино є делікатним напоєм і при неправильному поводженні воно може пропасти, що призводить до фінансових втрат для власника.

Під час дослідження виявлено ряд переваг впровадження послуг сомельє. Сомельє може підвищити ефективність роботи в ресторані, створюючи базу постійних клієнтів, встановлює допоміжну мережу з виноробами, і в кінцевому рахунку, збільшує доходи. Впроваджуючи новітні методи і оптимізуючи процеси, він робить позитивний вплив на ефективність роботи ресторану. Сомельє як кваліфікований співробітник може надавати допомогу іншим колегам в ресторані, поєднувати обов'язки сомельє з подальшими адміністративними та представницькими зобов'язаннями, роблячи таким чином компенсацію проблеми з кількістю персоналу. Сомельє здатний сформувавши репутацію для ресторану, як лідер команди в якості першої контактної особи, повинен реагувати в разі рекламацій або скарг. Він повинен мати достатні знання і соціальні навички для вирішення таких проблем з гостями. Незалежно від того, якщо це фінансовий

або рекламний фактор, сомельє підвищують прибуток за рахунком зниження витрат і підвищення продажів вина. Непідготовлений персонал просто не здатний продати та прорекламувати вино досить добре. Тому сомельє має навички і досвід, щоб виконувати свої обов'язки добре, і, отже, здатний генерувати більш високі доходи для бізнесу.

Не дивлячись на позитивні аспекти впровадження роботи сомельє в ресторани, є низька аргументів проти використання послуг сомельє. Виявлені чинники розділені на дві зони: фінансовий і фактор продуктивності. Сомельє в якості експерта і людських ресурсів є фактором витрат, особливо для невеликих ресторанів. Сомельє також може мати негативний вплив на бізнес через їх погану роботу. Вибір правильної людини – це найважливіше завдання власника ресторану. Якщо сомельє не має достатніх знань і досвіду для виконання завдань, що стосуються зберігання, придбання та продажів, в такому разі послуга сомельє буде не прибутковою. Сомельє може бути нав'язливим, консультувати гостей, не звертаючи уваги на їхні побажання і очікування. Також завжди видно, якщо сомельє працює занадто орієнтовано на прибуток та рекомендує найдорожчі вина, що призведе до втрати клієнтів. Використання послуг сомельє може виявитися поганим, якщо він закупає на занадто великі суми і без ніякого контролю. Це може привести до великих запасів, які важко продати і, таким чином, перетворюються у фінансові втрати для власника. Якщо немає ніякого контролю в покупці це може привести до фінансової катастрофи. Тому економічне мислення завжди має бути пріоритетом.

7. SWOT-аналіз результатів досліджень

Strengths. Результати проведеного дослідження дозволяють відзначити такі сильні сторони для впровадження послуги сомельє, як:

- розвиток інновацій в ресторанному бізнесі, що дозволяє використовувати новітнє обладнання для послуг сомельє;
- сучасна висока якість напоїв;
- широкий асортимент закордонних вин;
- можливість співпрацювати з країнами Євросоюзу щодо постачання в ресторани напоїв.

Weaknesses. Слабкими сторонами для впровадження послуги сомельє є:

- недостатньо сформований імідж роботи сомельє;
- необізнаність споживачів з культурою споживання напоїв;
- нерозвинена система маркетингу.

Opportunities. Впровадження послуг сомельє дає такі можливості, як:

- збільшення об'єму продаж, отже збільшення прибутку;
- завоювання популярності культури споживання;
- розширення асортименту напоїв в ресторанах;
- відкриття шкіл та наукових галузей зі спеціальності «сомельє».

Threats. Загрози, з якими стикається заклад ресторанного господарства при впровадженні послуги сомельє:

- економічна нестабільність;
- збільшення числа конкурентів;

- неекономне мислення сомельє;
- слабкі інвестиції в виноробну галузь.

8. Висновки

1. При дослідженні проблем розвитку культури споживання вина за консультацією сомельє було виявлено, що культура споживання вина серед українців істотно відстає від європейської. На недостатній розвиток саме культури споживання вина в Україні здебільшого впливають наступні фактори:

- закріплений міф про те, що Україна є східною країною, для якої характерне споживання саме міцних алкогольних напоїв, таких як горілка;
- нерозвиненість власної сировинної бази;
- висока вартість кінцевого продукту через нестачу виноматеріалів власного виробництва;
- високі енергетичні витрати через відсутність енергозберігаючих технологій;

2. Під час виявлення причини, що пояснюють відсутність послуг сомельє в ресторанному бізнесі, було виявлено низьку аргументів проти використання послуг сомельє, а саме:

- фінансовий фактор і фактор продуктивності;
- нав'язливість декотрих сомельє;
- неекономне мислення.

3. Серед факторів впливу діяльності сомельє на дохід ресторану виявлено, що створюючи базу постійних клієнтів, сомельє встановлює допоміжну мережу з виноробами, і в кінцевому рахунку, збільшує доходи. Впроваджуючи новітні методи і оптимізуючи процеси, сомельє здатний сформувати репутацію для ресторану, тим самим сприяє збільшенню фінансових результатів діяльності ресторану.

Роль сомельє змінилася за останні десятиліття. Його площа обов'язків значно розширилася. Послуги сомельє здатні збільшити кількість виноробів-постачальників і гостей, зменшити експлуатаційні витрати, а також підвищити ефективність бізнесу та отримання доходів.

Література

1. Ben Dewald B. W. A. The role of the sommeliers and their influence on US restaurant wine sales // *International Journal of Wine Business Research*. 2008. Vol. 20, Issue 2. P. 111–123. doi: <http://doi.org/10.1108/17511060810883740>

2. Hughson A. L., Boakes R. A. The knowing nose: the role of knowledge in wine expertise // *Food Quality and Preference*. 2002. Vol. 13, Issue 7-8. P. 463–472. doi: [http://doi.org/10.1016/s0950-3293\(02\)00051-4](http://doi.org/10.1016/s0950-3293(02)00051-4)

3. An fMRI study on the influence of sommeliers' expertise on the integration of flavor / Pazart L. et. al. // *Frontiers in Behavioral Neuroscience*. 2014. Vol. 8. P. 358. doi: <http://doi.org/10.3389/fnbeh.2014.00358>

4. Gultek M. M., Dodd T. H., Guydosh R. M. Attitudes towards wine-service training and its influence on restaurant wine sales // *International Journal of Hospitality Management*. 2006. Vol. 25, Issue 3. P. 432–446. doi: <http://doi.org/10.1016/j.ijhm.2005.02.001>

5. Arvisenet G., Guichard E., Ballester J. Taste-aroma interaction in model wines: Effect of training and expertise // Food Quality and Preference. 2016. Vol. 52. P. 211–221. doi: <http://doi.org/10.1016/j.foodqual.2016.05.001>
6. Ralko O. S. Doslidzhennia vyrobnytstva ta spozhyvannia vyna v Ukraini // Intelekt XXI. 2014. Issue 6. P. 39–45.
7. Radchenko T. M. Ukraina v suchasnykh tendentsiakh funktsionuvannia svitovoho rynku vyno produktsii // Naukovyi visnyk Mykolaiivskoho derzhavnoho universytetu imeni V. O. Sukhomlynskoho. Serii: Ekonomichni nauky. 2015. Issue 1. P. 70–76.
8. Traino V. M. Spetsyfika posluh obiektiv restorannoho hospodarstva // Naukovyi visnyk Poltavskoho universytetu ekonomiky i torhivli. 2010. Issue 5 (44). P. 149–155.
9. Worldwide Sommelier Association. URL: www.worldwidesommelier.com
10. Harris E. K. Customer Service: A practical approach (4th Edition ed.). Upper Saddle River: Pearson Prentice Hall, 2007.