

УДК 338.48:640.4(477.43)

О. М. Гриценко,

аспірант

*Київського національного торговельно-
економічного університету,
викладач Хмельницького торговельно-
економічного коледжу КНТЕУ*

**ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ ЯК ОДНІЄЇ
ЗІ СКЛАДОВИХ ЛАНОК ГОСТИННОЇ ІНДУСТРІЇ**

Гостинність – одне з фундаментальних понять цивілізації – вже давно у розвинутих країнах перетворилася на індустрію, в якій зайнято

мільйони професіоналів. Індустрія гостинності орієнтована на споживача (клієнта, гостя), задоволення потреб якого є метою діяльності підприємств.

© О. М. Гриценко, 2009

емства та отримання ним позитивного фінансового результату.

Ресторанний бізнес є однією із найбільш суттєвих складових індустрії гостинності. Водночас ресторанний бізнес, з одного боку, є одним із засобів високоліквідного використання капіталу, а з іншого – середовищем із високим ступенем конкурентності. У всьому цивілізованому світі він є одним із найбільш розповсюджених різновидів малого та середнього бізнесу. У зв'язку з вищезазначеним підприємства ведуть між собою постійну боротьбу за сегментацію ринку, за пошук нових і за утримання постійних споживачів їх продукції та послуг.

За 90 роки ХХ та перші роки ХХІ століть громадське харчування, як галузь в цілому, і сфера ресторанної індустрії зокрема, потерпало від не завжди продуманих економічних реформ, приватизації та криз. Але, не зважаючи на усі економічні негаразди, сфера ресторанної індустрії має стійку тенденцію до зростання.

В умовах розвитку ринкової економіки та інтеграції України у світовий економічний простір переглядаються місце і роль ресторанного бізнесу. Зміни економічного розвитку у країні вимагають застосування нових підходів до управління та організації діяльності підприємств, які повинні бути орієнтовані на максимальне задоволення попиту споживачів і забезпечення високого рівня ефективності їх виробничо-економічної діяльності.

Ресторанний бізнес, як ефективна форма господарювання, покликаний суттєво активізувати людський фактор, забезпечити в широких масштабах соціально-орієнтовану економічну діяльність, зміцнити багатоскладність національної економіки. Виробляючи продукцію народного споживання, виконуючи роботи та надаючи послуги, дана галузь національної економіки підвищує добробут населення.

Проте галузь ресторанного господарства в Україні не підготовлена належним чином для виконання цієї складної соціально-економічної місії. Кризові явища трансформаційного періоду, несприятливе зовнішнє середовище, низка суб'єктивних внутрішніх чинників негативно позначилися на розвитку підприємств ресторанного господарства: звузилися масштаби діяльності, суттєво знизилася віддача соціального і економічного потенціалу, погіршився економічний стан значної кількості суб'єктів господарювання.

Ресторанний бізнес входить у трійку самих швидко розвинутих видів послуг і є одним із найбільш яскравих представників малого бізнесу. Ресторани забезпечують до 9 % робочими місця-

ми в національній економіці. У зв'язку з вищезазначеним підприємства ресторанного бізнесу є потенційними об'єктами капіталовкладень і потребують постійного розвитку.

Проблеми економіки та управління в ресторанному господарстві досліджували Н. В. Новодворська [1], Н. А. П'ятницька [2], Н. І. Морозова [3], В. В. Смірнова [4], О. В. Чумак [5] та інші.

Метою статті є здійснення критичного аналізу сучасного стану ресторанного бізнесу та визначення перспективних напрямів його розвитку.

Результати проведеного дослідження свідчать, що підприємства ресторанного бізнесу України не трансформували свою діяльність на загальновизнані міжнародні принципи господарювання.

Значна частина суб'єктів господарювання даної сфери діяльності функціонує збитково, решта, не витримуючи конкуренції на ринку, стає банкрутами. Здебільшого підприємства ресторанного бізнесу при визначенні ціни на продукцію і послуги не калькулюють їх собівартості, припускають волюнтаризм у ціноутворенні, порушують методологію обліку і контролю [1, с. 92–93].

Становленню та розвитку конкурентних відносин у ресторанному господарстві передувала низка об'єктивних причин: збільшення кількості та різноманітності підприємств, скорочення платоспроможності, попиту, зміна форм власності, трансформація поведінки споживача, перепрофілювання діяльності підприємств на ринку.

Розвиток конкурентних відносин особливо пов'язаний зі змінами у ринковій поведінці виробників і споживачів продукції ресторанного господарства. Трансформація поведінки споживача, обмеженість його платоспроможних можливостей змушує виробників підвищувати якість і знижувати ціни, що значно активізує конкуренцію.

Зміна поведінки підприємства на ринку, яка проявляється в реформуванні підходів до торгово-виробничої та комерційної діяльності від пасивного до активного напрямів, спрямована на пошук власного шляху до успіху.

Серед сучасних тенденцій розвитку ресторанного господарства слід визначити наступні:

стрімкий розвиток підприємства ресторанного бізнесу, які пропонують споживачам вишукані екзотичні страви, розважальні програми, комфортний відпочинок за відповідно високу ціну (висококомфортні ресторани, клуби з високим рівнем цін на продукцію);

підвищення рівня елементів НТП (комп'ютерної технології, автоматизованих систем управління та організації виробництва в галузі ресторанного господарства);

розширення асортименту додаткових послуг з метою організації дозвілля та відпочинку споживачів (ігровий бізнес, розважальні та концертні програми);

збільшення кількості національних, стилізованих і екзотичних ресторанів, при чому все більшої популярності набувають підприємства, що пропонують страви української, східної (японської, китайської, тайської, корейської тощо), класичної європейської (французької, німецької, італійської) кухонь;

досить часто на ринку ресторанного господарства функціонують підприємства харчування для сімейного відпочинку, які створюють умови для організації харчування та дозвілля сім'ї. З цією метою обладнуються ігрові майданчики для дітей, розробляються програми відпочинку та меню зі стравами для дорослого та дитячого контингенту, в окремих випадках пропонується послуга по догляду за дітьми;

все більшої популярності набуває кейтеринг-сервіс, який дозволяє максимально наблизити продукцію та послуги харчування до споживача і створити для замовника оптимально сприятливі умови організації і проведення святкових заходів. При цьому спеціалізована фірма (ресторан або ресторанний комплекс, кейтеринг-компанія) забезпечує замовнику приготування та доставку страв у банкетному виконанні на замовлення до офісу, бізнес-центру, орендованого приміщення чи додому, а також обслуговування на місці на рівні ресторанного сервісу.

Проте застосування різних шляхів щодо стійкого функціонування підприємств ресторанного господарства до бажаних результатів не призвели. Це свідчить про те, що кількість підприємств за різними формами власності та кількість місць на об'єктах ресторанного бізнесу зменшується з кожним роком, особливо підприємств юридичних осіб.

За даними Держкомстату України мережа ресторанних господарств підприємств-юридичних осіб на 1 січня 2007 р. нараховувала 26,7 тис. об'єктів і 1,68 млн місць, що у 23 та 2,6 рази відповідно менше, ніж на початку 1991 р.

У мережі ресторанних господарств фізичних осіб-підприємців на початок 2006 р. функціонувало понад 29,3 тис. об'єктів, що у 3,1 рази більше порівняно з аналогічним періодом 2000 р., і становило майже 52 % від загальної кількості об'єктів усієї мережі ресторанних господарств. Частка приватних ресторанних підприємств по всій мережі України декілька останніх років знаходиться на рівні 70 %, тоді як на початку 90-х років минулого століття вона не досягала й 1 %. Основними причинами таких структурних перетворень стали: посилення комерційної складової в розвитку підприємств ресторанного господарства і спрощена порівняно з юридичними особами система контролю, звітності та опо-

даткування підприємницької діяльності у фізичних осіб-підприємців [2, с. 102–105].

Перспективним для подальшого розвитку в Україні є сегмент загальнодоступних кафе, закусочних, що обумовлено ціною доступності їх послуг для українських споживачів, більшість з яких мають невисокі доходи. Крім того, для відкриття кафе або закусочної потрібний значно менший стартовий капітал порівняно з рестораном, що приваблює підприємців.

За рахунок розширення мережі ресторанних господарств фізичних осіб-підприємців оборот (на основі даних суцільного обстеження мережі ресторанного господарства, що належить фізичним особам-підприємцям) у 2007 р. проти відповідного періоду попереднього року збільшився на 14,7 % і становив 11,4 млрд грн. У січні-лютому 2008 р. оборот ресторанного господарства становив майже 2 млрд грн і збільшився проти січня-лютого 2007 р. на 14,9 % [6].

Розглянемо тенденцію розвитку ресторанного бізнесу у Хмельницькій області за 2000–2007 рр.

Дані статистичного збірника «Роздрібна торгівля Хмельницької області» свідчать, що в останні роки в цілому по області продовжує скорочуватись мережа ресторанного господарства підприємств (табл. 1). Порівняно з 2000 р. у 2007 р. кількість підприємств ресторанного господарства зменшилась майже на 52,4 %.

Незважаючи на скорочення мережі ресторанного бізнесу, забезпеченість населення місцями в об'єктах ресторанного господарства помітно розширюється. Такі розширення спостерігаються у підприємств-фізичних осіб – кількість посадочних місць збільшилась – у кафе, закусочних, буфетах – на 0,1 % порівняно з 2006 р., барах – на 4,2 %.

Скорочення мережі підприємств ресторанного господарства відбулось як у міських поселеннях порівняно з 2000 р. та 2007 р. – на 39,7 %, так і у сільській місцевості, причому значно скоротилась кількість об'єктів ресторанного господарства у сільській місцевості – на 69 % (табл. 2).

У січні-вересні 2008 р. на балансі підприємств Хмельницької області перебувало понад 500 об'єктів ресторанного господарства.

Оборот ресторанного господарства (з урахуванням мережі підприємств-фізичних осіб) за січень-вересень 2008 р. становить 211 млн грн, що на 15 % більше обсягу відповідного періоду попереднього року. Більш ніж дві третини у структурі обороту ресторанного господарства припадає на оборот мережі ресторанного господарства підприємств-фізичних осіб, порівняно з відповідним періодом минулого року він збільшився на 25 %, тоді як товарооборот підприємств (юридичних осіб) – зменшився на 5 %. За 9 місяців 2008 р. закладами ресторанного госпо-

Таблиця 1. Мережа підприємств ресторанного господарства

Заклади харчування	Роки							
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Всього, у тому числі	1099	983	944	835	735	699	557	527
Ресторани	40	35	38	32	32	33	26	26
Кафе, закуочні, буфети	700	594	546	473	405	379	274	254
Бари	162	173	174	149	126	122	107	105
Їдальні	194	179	185	180	171	164	149	141
Фабрики-кухні, фабрики-заготівельні, постачання готової їжі	3	2	1	1	1	1	1	1
У них місць								
Всього, у тому числі	58914	53498	52994	49574	45419	43173	38878	38286
Ресторани	5291	4447	4822	4703	4475	4421	4181	4099
Кафе, закуочні, буфети	23084	20025	17897	16515	15008	14285	11850	11863
Бари	4970	5647	5838	4737	4197	4195	3797	3963
Їдальні	25557	23347	24413	23595	21705	20238	19016	18327
Фабрики-кухні, фабрики-заготівельні, постачання готової їжі	12	32	24	24	34	34	34	34

Таблиця 2. Кількість об'єктів ресторанного господарства підприємств

Дислакація закладів ресторанного господарства	Роки								2007 р. у % до 2000 р.
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	
у міських поселеннях	637	581	539	491	460	447	382	384	39,7
у сільській місцевості	462	402	405	344	275	252	175	143	69
Всього	1099	983	944	835	735	699	557	527	52

дарства області в розрахунку на одну особу було реалізовано товарів в середньому на 156 грн [7].

Таким чином, всупереч різним фінансово-економічним кризам прослідковується тенденція, що нові об'єкти ресторанного господарства у Хмельницькій області з недержавною формою власності продовжують відкриватися та успішно працювати, нарощуючи обсяги товарообороту.

Проведене дослідження дало можливість зробити наступні висновки:

визначення оптимальної ціни на власну, добротну продукцію, яка відповідала б конкуренції й соціальній відповідальності та отримання доходу від її реалізації на обраному сегменті ринку;

відкриття в Україні загальнодоступних кафе, закуочних, що обумовлено ціновою доступністю їх послуг для українських споживачів;

направлення діяльності підприємств ресторанного бізнесу на досягнення отриманого прибутку в довгостроковій перспективі з орієнтацією на задоволення соціальних потреб населення.

Література

1. Новодворська В. Удосконалення обліку сировини і товарів на підприємствах громадського харчування // Вісник КДТЕУ. – 2000. – № 3. – С. 92–98.

2. П'ятницька Г. Концептуальні засади розвитку ресторанного господарства в Україні / Г. П'ятницька // Вісник Київ. нац. торг.-екон. ун-ту. – 2008. – № 3. – С. 100–109.

3. Практикум з курсу «Бухгалтерський облік в торгівлі та ресторанному господарстві»: Для студ. спец. «Облік і аудит» спеціалізації «Облік і аудит у підприємстві» усіх форм навч. освітньо-кваліфікац. рівня «Бакалавр» / Київський національний торговельно-економічний ун-т / Ніна Іванівна Морозова (уклад.). – К.: КНТЕУ, 2003. – 22 с.

4. Смірнова Н. В. Облік у ресторанному господарстві: організація і методика: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: 08.06.04 / Смірнова Надія Володимирівна. – К., 2006. – 19 с.

5. Чумак О. В. Облік і аналіз собівартості продукції в підприємствах ресторанного господарства: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: 08.06.04 / Чумак Оксана Володимирівна. – Х., 2006. – 17 с.

6. Ресторанний бізнес / Податки та бухгалтерський облік. – 2008. – № 63. – С. 48.

7. Статистичний щорічник України за 2007 рік / Державний комітет статистики України. – К.: Вид-во Консультант, 2007. – 504 с.

Подано до редакції 12.03.2009 р.