

ОЦІНКА ПРАКТИКИ ФУНКЦІОНУВАННЯ НАЦІОНАЛЬНОГО РИНКУ РЕСТОРАННИХ ПОСЛУГ ASSESSMENT OF PRACTICE FUNCTIONING NATIONAL MARKET RESTAURANT SERVICES

УДК 338.1.001.5«73»

Дружиніна В.В.

д.е.н., професор кафедри туризму
Кременчуцький національний
університет

імені Михайла Остроградського

Залузіна О.М.

к.т.н., доцент кафедри туризму
Кременчуцький національний
університет

імені Михайла Остроградського

Углава А.О.

студент

Кременчуцький національний
університет

імені Михайла Остроградського

У статті оцінена практика функціонування вітчизняного ринку ресторанних послуг з урахуванням виконуваних ним функцій (вартісної, попиту і пропозиції, конкуренції, пропорційності). Кожна функція сполучена з відповідними показниками статистичної звітності. Визначені основні фактори, що впливають на розвиток ринку ресторанних послуг. Сформовані основні перспективи розвитку ресторанного бізнесу в Україні.

Ключові слова: ринок ресторанних послуг, комплексний аналіз, функції ринку, заклади ринку ресторанних послуг.

В статье проведена оценка практики функционирования отечественного рынка ресторанных услуг с учетом выполняемых им функций (стоимостной, спроса и предложения, конкуренции, пропорциональности). Каждая функция сопряжена с соответствующими показателями ста-

тистической отчетности. Определены основные факторы, влияющие на развитие рынка ресторанных услуг. Сформированы основные перспективы развития ресторанного бизнеса в Украине.

Ключевые слова: рынок ресторанных услуг, комплексный анализ, функции рынка, учреждения рынке ресторанных услуг.

The article assessed the practice of the domestic market of restaurant services performed on the basis of functions (cost, supply and demand, competition, proportionality). Each function is connected with corresponding statistical reporting. Determined the main factors affecting the development of the market of restaurant services. Formed main perspectives of restaurant business in Ukraine.

Key words: market restaurant services, comprehensive analysis tool market, market facilities restaurant services.

Постановка проблеми. За останні роки ринок ресторанних послуг зазнає постійних змін, за підвищенням показників слідує їх падіння. Безумовно, це пов'язано з нестабільною економічною та політичною ситуацією, що склалася в Україні на сьогоднішній день. У світі ресторанний бізнес визнаний одним із найприбутковіших, зокрема середній обіг коштів, вкладених у ресторан, відбувається в 5–6 разів швидше, ніж інвестиції, вкладені в інші галузі виробництва. Саме тому у багатьох підприємств ресторанний бізнес викликає неабиякий інтерес, проте цей вид діяльності пов'язаний з великою кількістю ризиків, незначна помилка може призвести до банкрутства. Лише постійний аналіз зовнішніх факторів впливу, кон'юнктури ринку ресторанних послуг та тенденцій розвитку ресторанного господарства дасть змогу забезпечити ефективність діяльності будь-якого закладу ресторанного бізнесу. Досить актуальним є дослідження стану і тенденцій функціонування та розвитку ринку ресторанних послуг з метою досягнення високої соціально-економічної ефективності розвитку підприємств сфери ресторанного господарства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Ресторанне господарство України, на думку багатьох вчених, знаходиться на стадії зародження, що зумовлює невелику кількість досліджень цієї галузі вітчизняними науковцями. Зокрема, сучасні форми організації та роботи закладів ресторанного господарства досліджували такі вчені, як: А. І. Усіна, Т. П. Кононенко, Н. В. Полстяна, І. В. Хваліна, аналіз розвитку ресторанної справи України висвітлили у своїх працях О. Л. Іванік, Г. Б. Мунін,

А. О. Аветісова, В. А. Антонова, основам діяльності ресторанного бізнесу присвячені праці А. Косенко, М. Мальської. Проте, постійні зміни тенденцій розвитку ринку ресторанного господарства, смаків та уподобань споживачів, зумовлюють велику кількість недосліджених питань у даній галузі господарювання. Зокрема, проблема оцінювання функціонування переважно ринку ресторанних послуг здебільшого залишається відкритою і, перш за все, через недостатню кількість статистичної інформації та її важкодоступність до публічного користування.

Мета статті полягає у комплексній оцінці практики функціонування національного ринку ресторанних послуг через його функції, які він виконує, на основі їх сполучення із інформацією суб'єктивного та об'єктивного характеру, що надасть можливість розробити рекомендації щодо поліпшення ефективності діяльності суб'єктів ресторанного бізнесу в Україні.

Виклад основного матеріалу. Сфера ресторанного господарства з великою організаційно-господарською системою, метою якої є задоволення життєвих потреб населення у послугах з організації харчування та організації відпочинку та/або дозвілля. Досить вагомий вплив на формування ресторанного бізнесу сприяє загальна соціально-економічна ситуація в країні. Зокрема, зниження купівельної спроможності українців у 2015 році спричинило закриття близько 1500 ресторанів і кафе (без урахування непідконтрольних територій) по Україні. Необхідно зазначити, що економічну кризу не змогли подолати ті заклади, що працювали на межі рентабельності та орендували приміщення.

При збільшенні суми середнього чека на 30–50% обсяг замовлених страв і напоїв скоротився вдвічі. Зокрема, в закладах економ-сегмента, – це близько 100 грн. з людини, в категорії «середній мінус» – 120-150 грн., в середньому сегменті – 150–250 грн., «середній плюс» – 50–350 грн [1]. Проте, український ринок ресторанних послуг є не насиченим, тому падіння попиту, характеризується не повною відмовою українців від ресторанів, а лише скороченням кількості відвідувань та обсягом замовлень.

В Україні заклади ресторанного господарства з кожним роком стають більш різноманітними: заклади з середніми цінами зі стильним інтер'єром, акцентом на відповідну кухню (італійську, українську, японську, тайську, грузинську та ін.) і грамотним менеджментом; елітні заклади зі сформованою аудиторією й іміджем «модного місця» (в кожному місці це трактується по-своєму). В тренді пан-азійська кухня; заклади з бенкетною специфікою. Святкувати з розмахом весілля дні народження і ювілеї актуально. Особливим попитом користуються зали на 100 і більше місць; нові формати – «не-кафе» (розрахунок не за їжу-напої, а за проведений час), йогуртерії, кафе фрі-фло, заклади з незвичайною кухнею або акцентним блюдом, еко-ресторани, пересувні кав'ярні, кафе-кулінарії; арт-ресторани і ресторани з активною розважальною програмою. В таких закладах живі концерти – один із основних джерел заробітку та привернення гостей. Їжа та інтер'єр зазвичай другорядні; дитячі кафе. Незважаючи на демографічну кризу в країні, святкування дитячих днів народження становиться модним. Хороших дитячих кафе не вистачає – це дуже складний і кропіткий бізнес; заклади зі швидким обслуговуванням різного типу – з довгим прилавком або працюючі через стійку. Фаст-фуди особливо актуальні в місцях скупчення офісних робітників, в торгових центрах або в великих транспортних вузлах; служби доставки, які мають власні заклади і такі, що працюють без базових торгових місць. Ринок доставки зростає кожного року у великих містах на 15-20%, при цьому більша частина його знаходиться «в тіні». Буде користуватися попитом не тільки продукція фаст-фудів, але і середньоцінових ресторанів [2]. Їх відрізняє обслуговування офіціантами, різні додаткові послуги, наприклад: безкоштовне паркування, міський телефон, свіжа преса. Авторські ресторани мають високий рівень кухні, сервісу й цін орієнтований на постійних клієнтів.

Позитивним явищем для розвитку ресторанного господарства в Україні стало проведення міжнародного спортивного змагання з футболу – Євро-2012. Це зумовило відкриття великої кількості нових закладів, у 2012 р. кількість закладів збільшилася майже на 13% у порівнянні з 2011 р., та поліпшення умов і якості надання готельно-

ресторанних послуг. Взагалі ресторанних бізнес в Україні є найбільш прибутковим, ніж у країнах ЄС, зокрема він характеризується високою рентабельністю – 30-35% на рік, тоді як в Європі рентабельність складає 10–15%. Проте, кількість точок громадського харчування в Україні у порівнянні з США та Європою є набагато нижчою, зокрема на одне місце в українському ресторанні припадає 35 осіб, тоді як у західному 8 осіб.

Для більш якісного аналізу та оцінки національного ринку ресторанних послуг доцільно розглянути його основні функції через сполучення з їх кількісними та якісними показниками (табл. 1): вартісна, кількісним виміром якої є середньомісячна заробітна плата, оборот ресторанного господарства та індекси споживчих цін на основні групи товарів та послуг у ресторанному господарстві. Оборот ресторанного господарства у 2014 р. по відношенню до 2012 р. скоротився майже на 2436,3 млн. грн або на 11%, середньомісячна заробітна плата зросла майже на 241 грн або на 12%. Така ситуація обумовлена підвищенням рівня інфляції на 10,9%, скороченням реальних доходів населення, посиленням міграційних процесів, що впливає на зменшення чисельності постійного населення території тощо.

Функція попиту та пропозиції, характеризується такими показниками, як: товарооборот ресторанного господарства, індекси фізичного обсягу роздрібного товарообороту підприємств (особливістю даного індексу є те, що він відображає зміну обсягу роздрібного товарообігу в результаті дії відразу двох факторів-товарної маси і роздрібних цін), кількість зайнятих працівників та зареєстрованих безробітних у ресторанному господарстві. Товарооборот ресторанного господарства скоротився майже на 1677 млн. грн. або на 14%, індекс фізичного обсягу роздрібного товарообороту підприємств ресторанного господарства знизився на 20%, а чисельність зайнятих працівників скоротилася на 53,8 тис. осіб або на 20%. Падіння цих показників обумовлено погіршенням рівня життя населення українців та зниженням їх реальних доходів. Скорочення чисельності безробітних на 12% у даній сфері обумовлено перекваліфікацією робітників. Крім об'єктивної сторони оцінки функції попиту та пропозиції, є оцінка суб'єктивна, яка залежить від уподобань власників закладів громадського харчування, тобто те, яким вони хочуть бачити заклад, на якого рівня споживачів вони орієнтовані, від концепції ресторану, вибору кухні ресторану. Також важливим фактором є фактор сезонності, наприклад на свята населення полюбляє відвідувати заклади громадського харчування частіше ніж у інші дні, або отримати знижку на замовлення, яка залежить від температури повітря, що є актуальним у літній період.

Так, на попит ресторанних послуг вагомий вплив має тип ресторану, цінова політика, кон-

цепція закладу, атмосфера закладу та спеціальні пропозиції, що можуть запропонувати споживачам власники ресторану чи готелю. Наприклад, сьогодні у багатьох закладах можна завітати на вечір живої музики або скуштувати спеціальні пропозиції. Також дуже популярні стали системи знижок у визначений період часу протягом дня, наприклад з 13:00 до 15:00. Досить популярним на сьогоднішній день стає молекулярна кухня, чи такий напрям у кулінарії, як ф'южин, населення стає все більш вибагливим та прагне скуштувати чогось нового. Проте смаки споживачів більш всього залежать від величини доходу, чим більші доходи, тим більші запити та очікування від ресторанних закладів.

Також вагому роль відіграє атмосфера ресторану, додаткові розваги, якість сервісу та технологічне устаткування. Ці фактори дозволяють зробити заклад «модним», що є значною перевагою у діяльності ресторану. «Модний» ресторан завжди є популярним, він забезпечений постійними клієнтами та великою кількістю нових. Проте, ресторанний бізнес є досить ризиковою діяльністю через постійну зміну смаків та уподобань споживачів, тому головним завданням власників є постійна підтримка іміджу та належної якості пропонованих послуг.

Функцію конкуренції, що відображає конкурентні переваги суб'єкта-підприємця ринку ресторанних послуг від інших аналогічних суб'єктів, можна оцінити через кількість суб'єктів господарювання ресторанного господарства, яка скоротилася за аналізований період майже на 5% через неможливість підприємців сплачувати оренду та комунальні послуги.

Функція пропорційності, що забезпечує зайнятість робочої сили і покращення суспільного розподілу праці шляхом її використання в ресторанній сфері [4, 5] реалізується через якісний показник продуктивності праці, підвищення якого на 8,8% пов'язано зі скороченням штату працівників закладів громадського харчування та покладення на одного працівника декількох функціональних обов'язків одночасно. Також необхідно зазначити, що багато молоді починає свою кар'єру з роботи у закладах готельно-ресторанного бізнесу, частіше вони працюють неофіційно, тому досить складно отримати об'єктивні і чіткі дані щодо кількості зайнятих у цій сфері.

Таким чином, комплексний аналіз та оцінка діяльності ресторанного господарства України свідчить про скорочення показників діяльності через низку негативних політичних, соціально-економічних, фінансових факторів, що впливають на його розвиток. Крім цього, провести досконалий об'єктивний аналіз та оцінку підприємств сфери ресторанного господарства досить складно, через брак статистичної інформації, кількісних показників та перевагою суб'єктивних факторів у даній галузі.

Наприклад, вплив економічних і фінансових факторів на сферу ресторанного господарства (таких, як зміна економічної та фінансової ситуації, рівня доходів населення) обумовлено тим, що між тенденціями розвитку ресторанного бізнесу та економіки держави спостерігається тісний взаємозв'язок. Як правило, від економічного становища держави залежить рівень розвитку мате-

Таблиця 1

Кількісна та якісна оцінка основних функцій ринку ресторанних послуг України*

| № | Функції ринку | Показник | Роки | | | Абсолютні відхилення | |
|---|----------------------|---|---------|---------|---------|----------------------|-------------------|
| | | | 2012 | 2013 | 2014 | 2014 р. / 2013 р. | 2013 р. / 2012 р. |
| 1 | Вартісна | Оборот ресторанного господарства, млн. грн. (з урахуванням обороту фізичних осіб-підприємців) | 23782,6 | 24321,7 | 21346,3 | -2975,4 | +539,1 |
| 2 | | Індекси споживчих цін на основні групи товарів та послуг (ресторани та готелі), % | 102,8 | 101,4 | 114 | +12,6 | -1,4 |
| 3 | | Середньомісячна заробітна плата, грн | 2020 | 2195 | 2261 | +66 | +175 |
| 4 | Попиту та пропозиції | Товарооборот ресторанного господарства, млн. грн | 12559 | 12935 | 10882 | -2053 | +376 |
| 5 | | Індекси фізичного обсягу роздрібного товарообороту підприємств, % | 105,6 | 100,9 | 84,1 | -16,8 | -4,7 |
| 6 | | Кількість зайнятих працівників, тис. осіб | 264,3 | 267,5 | 210,5 | -57 | +3,2 |
| 7 | | Кількість зареєстрованих безробітних, тис. осіб | 84 | 72 | 73,9 | +1,9 | -12 |
| 8 | Конкуренції | Кількість суб'єктів господарювання ресторанного господарства усього, одиниць | 21619 | 20493 | 20578 | +85 | -1126 |
| 9 | Пропорційності | Продуктивність праці, тис. грн | 47,5 | 48,4 | 51,7 | +3,3 | +0,9 |

* Таблиця складена за даними [3]

ріально-технічної бази та інфраструктури сфери ресторанного бізнесу.

Факторами, які впливають на сферу ресторанного господарства, є: матеріально-технічні фактори, попит і пропозиція ресторанних послуг, поглиблення сегментації ринку, вдосконалення засобів і методів масової інформації та зв'язків з громадськістю в просуванні, реклами і реалізації послуг підприємств ресторанної індустрії, підвищення професійного рівня кадрів підприємств харчування [6], що є пріоритетним розвитком приватного бізнесу в ресторанній сфері. Під час соціально-економічного колапсу ринку ресторанних послуг пішли непрофесійні та немережеві заклади. Криза в цьому сегменті ринку випробувала в першу чергу лояльність аудиторії та правильність вибраної закладом концепції (цільова аудиторія, цінова категорія закладу, тип кухні, характер обслуговування, інтер'єр). Ресторани з гарною репутацією і лояльними відвідувачами відчували в основному зміну переваг відвідувачів (почали замовляти менше) і зниження середнього чека. З огляду на девальвацію гривні прибуток рестораторів впав вдвічі – зросли витрати на продукти і напої. Хоча виручка в гривні при цьому зросла, адже ціни на страви підвищилися через інфляцію майже на 40%.

Для подолання наслідків кризи елітні ресторани, оптимізували штати, ресторани сегменту середніх цін заманювали знижками, а низькоцінові – скорочували «привілеї» для клієнтів. Підвищення цін використали 65% керівників елітних ресторанів, це зумовлено тим, що переважна більшість клієнтів дорогих ресторанів, підтримуючи реноме, гроші на харчування й імідж навіть в скрутні часи особливо не обмежують. Ціни в елітних ресторанах зросли прямо пропорційно зростанню закупівельних цін. Систему знижок у період розвитку кризи найактивніше застосовували середньоцінові ресторани, які дуже постраждали від втрати клієнтів. Правда, розміри знижок порівняно з докризовим рівнем помітно скоротилися – з 25-30 до 15-20%.

Незважаючи на посткризові негативи, ресторанний бізнес залишається привабливим для іноземних та українських капіталовкладень, що пов'язано зі специфікою цієї галузі. Досить велика швидкість обороту капіталу, порівняно низькі витрати на будівництво, реконструкцію та придбання обладнання, відносно низькі поточні витрати – усе це сприяє залученню інвестицій до ресторанного бізнесу [7–9].

Отже, для забезпечення стабільного розвитку ресторанного господарства та підвищення ефективності діяльності закладів ресторанного бізнесу необхідно розробити ефективні антикризові заходи: нові маркетингові засоби з утримання відвідувачів, якість обслуговування, професіоналізм персоналу; максимізувати оптимізацію поточних витрат з міні-

мальним збитком для сервісу і якості кухні. В першу чергу це стосується зменшення витрат на оренду; активізувати впровадження на підприємствах ресторанного господарства інноваційних управлінських технологій з метою підвищення ефективності результатів їх діяльності на ринку; забезпечити належну державну підтримку науковим дослідженням, присвяченим проблемам організації якісного харчування всіх верств населення.

Загальними тенденціями розвитку ресторанного господарства є: посилення конкуренції: відкриття ресторанів української кухні в різних інтерпретаціях, нішевих барів, кав'ярень та кондитерських; зростання цін, навіть при відсутності подальшої девальвації, через зростання витрат на комунальні послуги, персонал, оренду; збільшення популярності вуличної їжі, все що стосується «мобільних форматів». Активно розвиватимуться мініатюрні заклади з демократичними цінами та яскравим дизайном; одна з вільних перспективних ніш – веганські ресторани в середньому сегменті. Це відповідає тренду здорового способу життя.

Висновки. Таким чином, комплексна оцінка практики функціонування ринку ресторанних послуг дозволяє зробити наступні висновки: по-перше, кількісна і якісна оцінка за кожною із зазначених функцій дозволяє визначити характер національного функціонування ринку ресторанних послуг та з'ясувати, наскільки ринок забезпечує ефективне використання всіх видів ресурсів (матеріальних, трудових, фінансових); по-друге, надає можливість визначити, що характер функціонування залежить від факторів впливу на цей ринок. Визначено, що національний ринок ресторанних послуг функціонує під впливом політичних, соціально-економічних, демографічних, міграційних факторів розвитку держави, які знаходять свій прояв на всіх рівнях економіки; по-третє, головною перевагою вітчизняного ринку ресторанних послуг є наявність значних перспектив розвитку та привабливістю для іноземних інвесторів через низку неосвоєних напрямів. Сучасна ситуація в країні змушує керівників підприємств ресторанного господарства приймати непопулярні рішення та оперативно перебудовувати свою діяльність та стратегії розвитку. Проте, постійний моніторинг тенденцій розвитку ресторанного господарства та зовнішнього середовища дозволить швидко подолати негативні наслідки кризового періоду, що формує імперативи подальших структурних зрушень та модернізації ринку на регіональному та місцевому рівнях.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Європейську кухню українізують: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://kyiv.comments.ua/article/2015/04/20/085539.html>

2. Дидковская М. Наши люди, к сожалению, больше думают о порциях, чем о качестве / М. Дидковская // Ресторанный бизнес Украины за 10 лет: производственно-практический журнал профессионалов ресторанного бизнеса. – 2013. – № 1–2 (100). – С. 50–53.

3. Офіційний сайт Державної служби статистики України: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

4. Василенко В.Н. Региональный рынок труда: особенности функционирования: монография / В.Н. Василенко, М.В. Жилина. – Донецк: Юго-Восток, 2010. – 223 с.

5. Василенко В. М. Результативність функціонування ринків праці: багаторівневий вимір: [Електронний ресурс] / В. М. Василенко, В. В. Дружиніна // Економіка та суспільство. – Вип. № 2. – 2016. – С. 481–488. – Режим доступу: http://www.economyandsociety.in.ua/journal/2_ukr/86.pdf

6. Любимова Л. А. Теоретические аспекты обеспечения конкурентоспособности предприятий непроизводственной сферы / Л. А. Любимова, С. Н. Морева // Непроизводственная сфера в социально ориентированной рыночной экономике: коллективная монография. Тамбов, 2012. – С. 93–96.

7. Каковы перспективы развития ресторанного рынка Украины: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://inercrdit.com.ua/456>.

8. Ресторанный рынок после кризиса: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://tdgrandreal.ru/>

9. Инвестиции в ресторанный бизнес: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.homearchive.ru/>

REFERENCES:

1. Yevropeisku kukhniu ukrainizuiut [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: <http://kyiv.comments.ua/article/2015/04/20/085539.html>

2. Dydkovskaia M. Nashy liudy, k sozhalenyiu, bolshe dumaiut o portsyiakh, chem o kachestve / M. Dydkovskaia // Restorannyi byznes Ukrainy za 10 let: proyzvodstvenno-praktycheskyi zhurnal professyonalov restorannoho byznesa. – 2013. – #1–2 (100). – S. 50–53.

3. Ofitsiyni sait Derzhavnoi sluzhby statystyky Ukrainy [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

4. Vasylenko V.N. Rehyonalnyi rynok truda: osobennosti funktsyonyrovaniya : monohrafyia / V.N. Vasylenko, M.V. Zhylyna. – Donetsk: Yuho-Vostok, 2010. – 223 s.

5. Vasylenko V. M. Rezultatyvnist funktsionuvannia rynkiv pratsi: bahatorivnevyi vymir [Elektronnyi resurs] / V. M. Vasylenko, V. V. Druzhynina // Ekonomika ta suspilstvo. – Vyp. # 2. – 2016. – S. 481–488. – Rezhym dostupu: http://www.economyandsociety.in.ua/journal/2_ukr/86.pdf

6. Liubymova L. A. Teoretycheskye aspekty obespecheniya konkurentosposobnosti predpriaty neproyzvodstvennoi sfery / L. A. Liubymova, S. N. Moreva // Neproyzvodstvennaia sfera v sotsyalno oryentyrovannoi rynochnoi ekonomyke: kollektivnaia monohrafyia. Tambov, 2012. – S. 93–96.

7. Kakovy perspektyvy razvytyia restorannoho rynka Ukrainy [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupa : <http://inercrdit.com.ua/456>.

8. Restorannyi rynok posle kryzysa [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupa : <http://tdgrandreal.ru/>

9. Ynvestytsyy v restorannyi byznes [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupa : <http://www.homearchive.ru/>