

Список літератури

1. Агафонова Л.Г. Туризм, готельний та ресторанний бізнес / Л.Г. Агафонова, О.Є. Агафонова. – К.: Знання України, 2002.
2. Менеджмент ресторанного господарства: учеб. пособие / Г.Т. Пятницкая [и др.]; под ред Г.Т. Пятницкой. – К.: Киев. Нац. торг.-экон. ун-т, 2008. – 374 с.
3. Басков Л.П. Теоретико-методологические подходы к оценке конкурентоспособности предприятий общественного питания / Л.П. Басков, А.В. Котельникова // Развитие предпринимательства в малых городах и поселениях: Регион. науч.-практ. конф.: [материалы]. – Бирск: Бирский филиал Уфимской государственной академии экономики и сервиса, 2006. – С. 72-75.
4. Смагина И.Н. Организация коммерческой деятельности в общественном питании / И.Н. Смагин, Д.А. Смагин. – М.: ЭКСМО, 2005.
5. Егорова Н.Р. Экономика отрасли: торговля потребительскими товарами: учеб. пособие / Н.Р. Егорова, Т.И. Николаева. – Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2004.
6. Кривошей В.В. Механізм взаємодії продуктивності та задоволеності працею підприємств ресторанного господарства / В.В. Кривошей // Стратегія розвитку фінансово-економічних та соціальних відносин: регіональний аспект: III симпозіум: [матеріали]. – Х.: ХІФ УДУФМТ, 2010. – 50 с.
7. Карсекин В.И. Оптимизация размещения предприятий общественного питания / В.И. Карсекин, В.С. Ковешников, А.А. Мазараки. – К.: Техніка, 1982. – 111 с.
8. Пятницкая Г.Т. Менеджмент общественного питания: учебник для вузов / Г.Т. Пятницкая, Н.А. Пятницкая. – К.: Киев. нац. торг.-экон. ун-т, 2001. – 655 с.
9. Организация общественного питания: резервы и оценка эффективности: учеб. пособие / Т.И. Николаева, З.О. Фадеева. – Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2008. – 183 с.
10. Кривошей В.В. Трудовий капітал ресторанного господарства: теорія та методологія: монографія / В.В. Кривошей. – Х.: ФОРТ, 2010. – 272 с.
11. Кривошей В.В. Трудовий капітал ресторанного господарства: теорія та методологія управління: монографія / В.В. Кривошей. – Х.: ФОРТ, 2011. – 255 с.
12. Кривошей В.В. Економічний механізм підвищення продуктивності праці в підприємствах ресторанного господарства: монографія / В.В. Кривошей, В.І. Оспіщев. – Х.: ХДУХТ, 2009. – 255 с.

УДК 640.432:331

Кривошей В.В., д-р екон. наук, доц.,
Горпинченко А.П. (ХДУХТ, Харків)

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА: ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

У статті проаналізовано тенденції розвитку ресторанного господарства, виявлено індикатори розвитку трудового капіталу підприємств ресторанного господарства.

Ключові слова: ресторанне господарство, підприємство, розвиток, товарообіг, показники розвитку.

Перехід України до ринкової економіки супроводжується змінами в діяльності всіх господарюючих суб'єктів споживчого ринку, у тому числі в ресторанному господарстві, зміцненням фінансової самостійності підприємств, вдосконаленням методів господарювання. Діяльність підприємств ресторанного господарства сприяє вирішенню як економічних, так і соціальних завдань щодо задоволення потреб населення в організації позадомашнього харчування та дозвілля.

Ринкові перетворення в економіці України створили умови для розвитку конкуренції у сфері ресторанного господарства, зміни структури та характеру послуг, пропонованих населенню, підвищили роль підприємств ресторанного господарства в розвитку економіки країни та задоволенні індивідуальних потреб людини і, нарешті, зумовили підвищення якості життя населення, його добробуту.

Питання аналізу та оцінки діяльності підприємств ресторанного господарства знайшли своє відображення в працях Л.Г. Агафонової, О.Є. Агафонової [1], Т.І. Ніколаєва, З.О. Фадєєвої, В.Ж. Дубровського [2], проблемам визначення ефективності діяльності підприємств ресторанного господарства в сучасних умовах присвячені дослідження Н.В. Кацерикова [3], А.В. Котельникової [4] та Е.А. Джанджугазова [5], особливості організації діяльності підприємств ресторанного господарства розкрито в матеріалах Н.М. Кузнецової [6], Н.Н. Зубаря, та М.Ю. Григора [7], автори В.І. Карсекін, А.А. Мазаракі [8-9], Г.Т. П'ятницької й Н.О. П'ятницька [11-12] присвятили свої дослідження особливостям аналізу, організації та управління підприємств ресторанного господарства. Тим часом, питанням розвитку основних чинників ефективної діяльності в ресторанному господарстві увага приділялася недостатньо.

Метою статті є виявлення особливостей розвитку та управління чинниками ефективного управління підприємств ресторанного господарства, розробка інструментарію та технологій, що забезпечують ефективне управління підприємств ресторанного господарства.

У міжнародних документах термін «ресторанне господарство» характеризується такими різними визначеннями, як «методи приготування великої кількості їжі, яка виготовляється без попередньої домовленості з споживачем», або як будь-які «види харчування, організовані поза домівкою». У всьому світі підприємства ресторанного господарства належать або державному, або приватному сектору [4]. Державний сектор ресторанного господарства включає в себе заклади харчування для дітей, дошкільнят, школярів, військовослужбовців, ув'язнених, людей похилого віку і осіб, що перебувають на лікуванні в лікарнях, а також їдальні для людей, зайнятих на службі в державному секторі. Приватний сектор також може включати крім перерахованих вище підприємств, також ресторани та інші види торгових точок, що приносять дохід. До цього сектору входять також підприємства, які виробляють готову до вживання їжу, яка продається через будь-який з перерахованих вище каналів.

Зважаючи на швидкий розвиток в останні роки мережі ресторанного господарства, деякі сфери в цьому секторі послуг не отримали належної уваги, і дані про стан цієї групи об'єктів досить різні, вони іноді навіть суперечливі. Водночас, ресторанне господарство є одним з найважливіших факторів, що дають інтегральну оцінку соціально-економічному рівню суспільства і розуміння його стану, що необхідно для формування перспективних планів як для представників галузі, так і для організацій, які здійснюють нагляд за об'єктами цієї галузі [13].

До кінця вісімдесятих років минулого століття система ресторанного господарства в Україні являла собою дуже однорідну масу підприємств, що надають, як правило, соціально орієнтовані послуги. Це були насамперед їдальні підприємств, а також шкіл, лікувальних, санаторно-курортних і дитячих установ [11]. У плановому господарстві радянського періоду такі підприємства (кафе, ресторани, їдальні, пельменні і т.д.) також багато в чому мали соціально орієнтований характер і тільки незначна їх частина була культурно-розважальними закладами. Одиначні точки ресторанного господарства, розглядалися як підприємства з «високою кухнею». У систему ресторанного господарства радянського періоду входили також різні «екзотичні» точки харчування, пов'язані із системою господарювання – наприклад «польові стани». Система швидкого обслуговування складалася з барів і кофетерієв з дуже вузьким діапазоном пропонованих продуктів. Структура і розміщення закладів громадського харчування визначалася системою СНіП, які формували практично все: де розміщувати точку, яка кількість приміщень та їхня площа, види і типи обладнання [13].

Однак за останнє десятиліття це співвідношення зазнало значного коригування. Обороти закладів ресторанного господарства у державному і муніципальному секторах складає трохи більше 10% (рисунок 1).

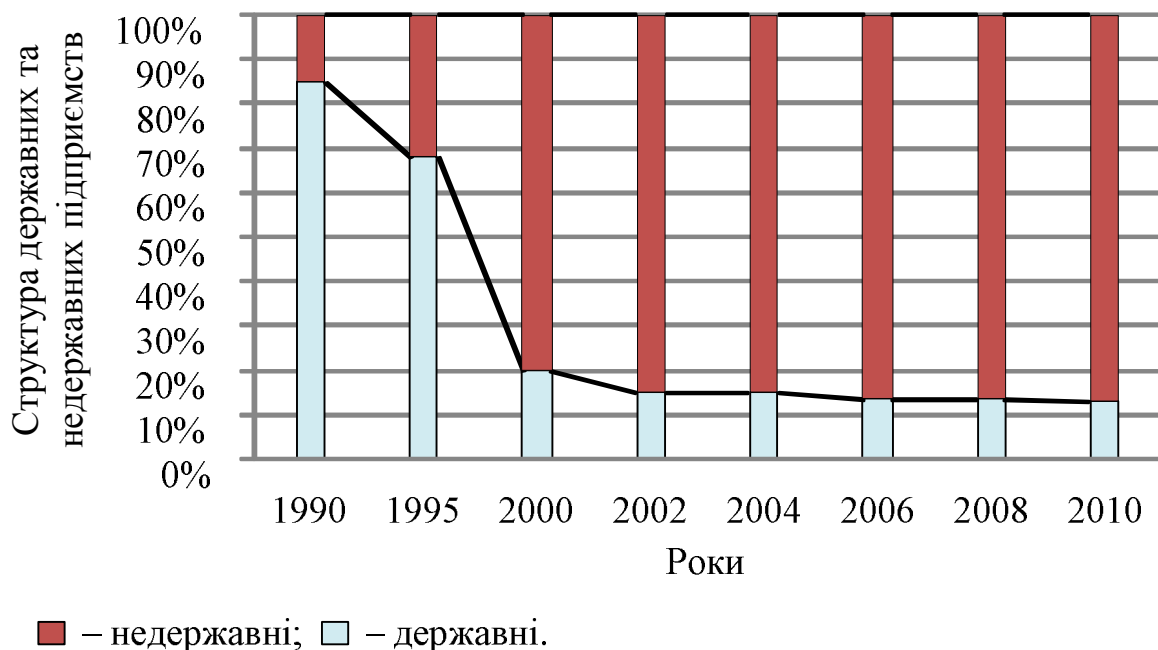


Рисунок 1 – Обороти в закладах ресторанного господарства за формами власності, у % до підсумку

У наш час структура підприємств ресторанне господарство складається з таких сегментів: гастрономічні ресторани; корпоративне харчування; швидке обслуговування; соціальне харчування. Разом з тим існує і інша класифікація, яка визначається функціональною приналежністю підприємств. Так, в абсолютно самостійну групу виділяється харчування в літаках, потягах, морському й автомобільному транспорті. При цьому харчування в готелях є видом діяльності, що охоплює різні сегменти ринку.

Певну специфіку має виїзне обслуговування, виробництво кулінарії. У системі швидкого обслуговування (фастфуд) існують стаціонарні заклади і вуличні кіоски (тонар). Соціальний ж сектор різnorідний за фактом своєї первинної діяльності. Це школи, вузи, лікарні, харчування в армії, харчування в виправних установах [14].

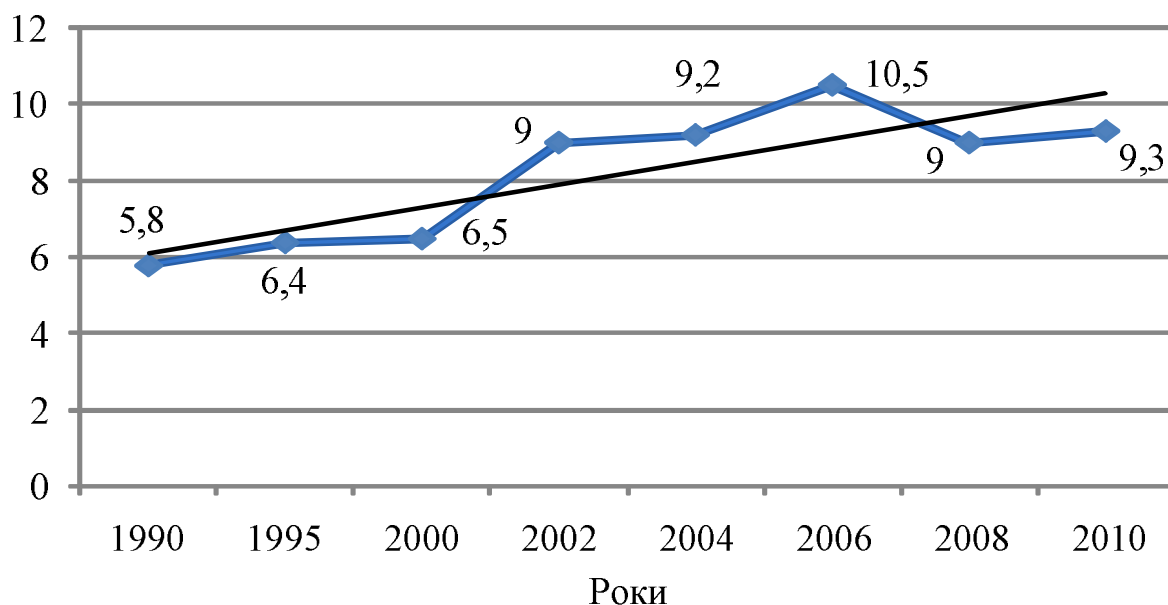
Усе це вимагає індивідуалізації методичних підходів як до організації ведення бізнесу, так і до здійснення нагляду за таким різnorідним середовищем.

Наприклад, в Україні до 80% студентів користуються послугами громадського харчування, що, здавалося б, робить природним вибір їдалень в навчальних закладах місцями харчування студентів. Проте, як свідчить опитування, значна частина студентів, особливо у великих містах користується фастфудом, не пов'язаним з місцем їхнього навчання.

У цілому, за даними Держкомстату України, динаміка витрат на ресторанне господарство в структурі витрат населення України за останні 10-15 років має незначний спад (рисунк 2).

Державна статистика сьогодні не дозволяє привести точні дані в різних сегментах, проте вони, як і дані державної податкової служби України, свідчать про активний розвиток цього ринку (рисунк 3).

Переважає кількість підприємств ресторанного господарства зосереджена в Київській області та місті Києві (таблиця 1).



Рисунк 2 – Динаміка витрат на ресторанне господарство в структурі витрат населення

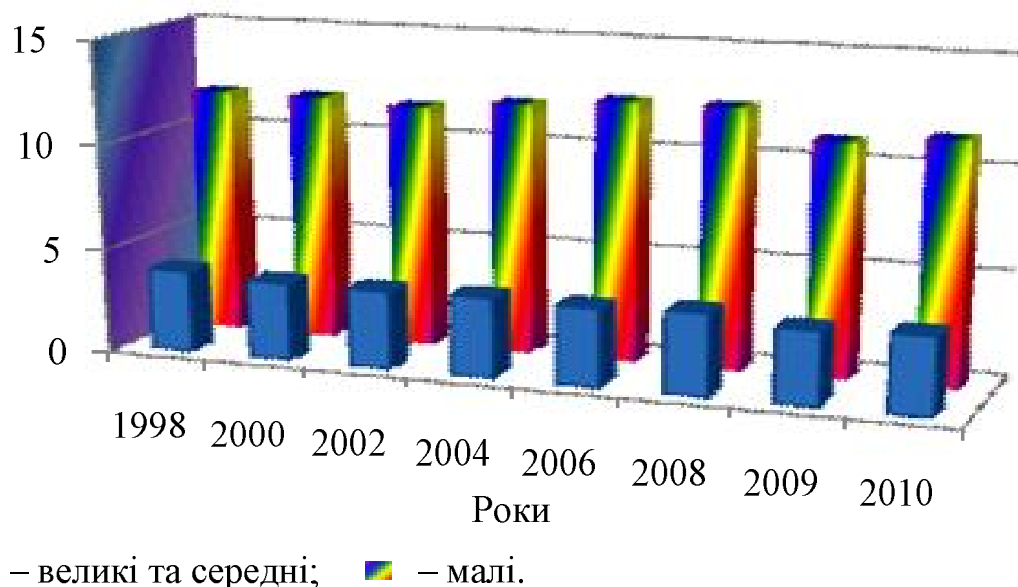


Рисунок 3 – Динаміка розвитку мережі підприємств ресторанного господарства

Таблиця 1 – Кількість підприємств ресторанного господарства за окремими регіонами на 1 січня 2009 р.

Окремі регіони та міста України	За даними статистичних даних			За даними незалежного обстеження
	Великі і середні підприємства	Малі підприємства	Всього	
Всього в Україні	3709	12382	16091	19260
в. т. ч. в м. Київ	310	2445	2755	5206
Харківська область	874	1711	2615	2884
м. Харків	204	197	401	4084
Донецька область	460	2451	2911	3035
м. Донецьк	136	240	376	889
Дніпропетровська область	436	1872	2308	3330
м. Дніпропетровськ	202	1377	1579	3062

При цьому практично у всіх регіонах України йде досить активний розвиток цієї мережі. Так, центрами податкової служби України у 2010 р. було розглянуто 7631 проект реконструкції і будівництва підприємств ресторанного господарства.

На тлі певного поліпшення стану об'єктів ресторанного господарства доводиться констатувати, що виконавська дисципліна і кадровий склад у цій сфері продовжує залишатися на досить невисокому рівні.

Варто зазначити що, незважаючи на розвиток технологічного устаткування, вдосконалення систем управління, поява нових видів сировини високого ступеня готовності, підприємства ресторанного господарства продовжують залишатися об'єктами з істотним людським фактором.

Новим аспектом для ресторанного господарства є прагнення частини населення до отримання «здорового харчування» і формування раціону з урахуванням стану власного здоров'я. Цей аспект, так само в цілому як і розвиток науки про харчування людини, вимагає від персоналу підприємств ресторанного господарства впровадження нових технологій і сировини, яка раніше не використовувалась сировини, що створює певні труднощі під час дотримання режиму, тому що ці технології нерідко мають випереджальний характер по відношенню до регламентних факторів.

Для об'єктивного аналізу та складання рейтингу ресторанів необхідний комплексний аналіз фінансової звітності кожного ресторану, що в рамках даного Desk-research зробити неможливо або анкетування, фокус-групи і т.д. для виявлення реальної громадської думки.

Відродно відзначити, що в поточному році ресторанний бізнес на Україні розвивається згідно з прогнозами маркетологів, не проявляючи особливих несподіванок.

Макроекономічні фактори суттєво впливають на розвиток ресторанного бізнесу в інших містах України. Легко можна простежити залежність між розвитком закладів елітного або середнього сегмента і розвитком великого чи середнього / дрібного бізнесу. Дуже часто в містах спостерігається певна «полярність» розвитку: якщо актуальний елітний сектор, то актуальні й дешеві заклади. Середній сегмент в цьому випадку просто «випадає». Ситуація складається таким чином, що розвиток середньоцінових ресторанів (кафе, барів тощо) – це показник і економічного розвитку міста, і цивілізованості суспільства. Звучить досить голосно, але тим не менше це так.

Нижній ціновий сегмент у ресторанному бізнесі в Києві поступається за темпами розвитку середньому. Тому є декілька причин: заклад з невисоким середнім чеком виграє за рахунок обороту (коефіцієнт оборотності одного місця повинен бути не менше 1,2). Для того щоб цього досягти, необхідно знайти фасадне приміщення з пасажиропотоками не менше 1500-2000 осіб на годину, а для Києва це досить важке завдання. У дешеві заклади, як правило, не приїжджають спеціально, спонтанність прийняття рішення про їхні відвідини становить більше 70%. Тому актуальні на сьогодні формати дешевих закладів (фаст-фуди, кафе, бари) можуть бути успішними тільки в тому випадку, якщо правильно підібрано приміщення, і орендна ставка дозволяє отримувати прибуток. У зв'язку із цим надзвичайно затребуваним нині формат Quick & Casual розвинений тільки на 20-25% від можливого, оскільки дуже важко сьогодні знайти приміщення, яке відповідало б всім вимогам, розраховане на велику кількість посадкових місць.

Що ж стосується ринку фастфудів і кафе в нижньому ціновому сегменті, то за останній рік з'явилося дуже багато піцерій (більше, ніж за останні 3 роки разом узяті). Створюється враження, що в якому районі міста піцерію не відкриєш, вона буде затребуваною.

Активно розвиваються заміські заклади. Особливо, ті, які знаходяться на ключових трасах – Одеській, Житомирській, Обухівській. Помічено, що в період уїк-ендів в літній період ресторани, розташовані в межах міста, значно по-

рожніють, тоді як заміські – переповнені. Ця тенденція з кожним роком стає все більш вираженою. Виграють тільки ті міські ресторани, які розташовані в рекреаційній зоні (парки, набережні). Це явище швидше за все пов'язано з традицією повноцінного сімейного відпочинку. Ідея «відпочинку на природі» набуває цивілізованих форм. Заміські заклади, як правило, створюються за однією і тією ж схемою: ресторан (в одному приміщенні або окремі будиночки), готель на 15-25 номерів (в одному будинку або коттеджний формат), мангал (шашлик є неодмінним атрибутом відпочинку «на природі»), дитячий майданчик, іноді невеликий звіринець або басейн. Незважаючи на активний розвиток закладів позаміського формату, найчастіше вони не брендovanі, розраховують на проїжджаючи мимо аудиторію і набагато рідше – на самих киян, які цілеспрямовано їдуть до цього закладу. У цьому випадку ми стикаємося із ситуацією, коли пропозиція формує попит – будь-який вдалий заміський заклад знаходить своїх споживачів. За містом легше викупити землю, побудувати власне приміщення для ресторану й стати повновладним його власником. Це – безперечна перевага, тому що переважна більшість київських ресторанів приміщення орендують, переживають серйозні кризи за зміни власника нерухомості, відмови від оренди або підвищення орендних ставок.

Як і передбачалося раніше, за останній рік активізувався розвиток чайних і кав'ярень-кондитерських. За поточний рік їх відкрилося в Києві більше 10. Добре йдуть справи у старих кафе, відкриваються нові, такі як «Nouvelle» в Пасажі, «Кофіум» на Костьольній. Стають популярними заклади із ціновим рівнем 15-25 грн, які пропонують каву, чай, борошняні та кондитерські вироби, шоколад. Але буму, як передбачалося, не відбулося. Хоча, в принципі, сегмент кав'ярень-кондитерських у Києві близький до насичення. Стратегічно вірним кроком є створення не одиначної кав'ярні або кондитерської, а мережі таких закладів. Це обумовлено перш за все технологічними причинами набагато вигідніше створювати власний цех для роботи на кілька закладів; маркетинговими споживач швидко звикає до певної торгової марки і продукції.

Тенденції ресторанного бізнесу – це звичайно ж, і тенденції розвитку певних кухонь. На превеликий наш подив, переваги за типом кухні дуже неоднозначні, особливо в регіонах України. Характерна прихильність до певного продукту, а не до типу кухні як такі, наприклад, переваги м'яса, часто певного виду (свинина, куряче м'ясо), у виконанні різних кухонь, або риби і морепродуктів. В основному в Києві до певних кухонь є сформовані групи шанувальників, в іншому ж споживачі віддають перевагу улюбленому продукту в улюбленому виконанні, і при цьому абсолютно не важливо, до якого типу кухні належить та або інша страва. Тому тип кухні, яких найбільш часто зустрічається в різних закладах різних міст України, можна назвати змішаним (у деяких містах вона називається дивним словом «міжнародна»), з акцентом на певну групу страв або спосіб приготування. Відповідно, змінюється концепція ресторанної кухні. Страви натуралізуються, зменшується їхня додаткова обробка, мета оформлення страви – підкреслення основного продукту, а не «камуфлювання» його. Клієнту має бути зрозуміло, який продукт він їсть. Усе більше ресторанів під час складання меню роблять акцент на натуральне використання продуктів, а не на

складність рецептур. Звідси висновок: хай живе авторська кухня, що дозволяє творчо переробити всі існуючі кухні світу і створити свій власний продукт, яким і привертати споживача.

Подібна ситуація спостерігається і з перевагою продукції бару, кожна з яких може бути підставою для створення цілого формату: кав'ярень, пивних, рюмочних, закладів з акцентом на коктейлі або вино.

В цілому можна відзначити, що починає змінюватись мета відвідання ресторанів, яка все більше зводиться до харчування і супроводжуючого при цьому спілкування.

Висновок. Як показав проведений аналіз особливостей розвитку діяльності підприємств ресторанного господарства, можна зробити висновок, що ці підприємства мають високі показники оборотності капіталу. Установлено, що частка ресторанного господарства в іноземних інвестиціях збільшується щорічно і у 2010 р. досягла 44,5%. Такий інтерес іноземних інвесторів пояснюється тим, що навіть з урахуванням невисокої рентабельності ресторанного господарства зниження ризиків за рахунок оборотності дуже значне.

Проведений аналіз дозволив констатувати, що послугам підприємств ресторанного господарства притаманні як загальні для всіх видів послуг, так і специфічні властивості.

Дослідження показали, що на теперішній час є ще незайняті ніші в цьому бізнесі. Спеціалізовані дитячі кафе – дитяча тема існує в багатьох закладах, але окремої уваги їй практично не приділяється. Перспективні напрямки «руху» – це локальні заклади, які обслуговували б спальні і віддалені райони (піцерії, кафе), так звані «ресторани однієї вулиці». Недостатньо розвиваються підприємства, орієнтовані на переваги певного продукту (страви або компонента меню чи напою). Наймовірний простір для розвитку має кейтеринг і доставка страв додому або в офіс. Варто відзначити і перспективу закладів музичної спрямованості (не нічних клубів, а скоріше, арт-ресторанів і арт-кафе). Дуже вдалим з точки зору бізнесу є заклади, створені по вже наявному зразку, на цьому принципі базується ідея франчайзингу. У цьому випадку мінімізується ризик невдачі концепції. Цим шляхом йде «Козирна карта», більшість фастфудів. Будь-яке успішне підприємство громадського харчування – насправді вдала технологія, і, як будь-яка технологія, вона може бути відтворена в будь-якому місті світу. Не за горами активний мережевий розвиток відомих ресторанних брендів.

Список літератури

1. Агафонова Л.Г. Туризм, готельний та ресторанний бізнес / Л.Г. Агафонова, О.Є. Агафонова. – К.: Знання України, 2002.
2. Организация общественного питания: резервы и оценка эффективности: учеб. пособие / Т.И. Николаева, З.О. Фадеева. – Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2008. – 183 с.
3. Ресторанное дело: учеб. пособие (часть I) / Н.В. Кацерикова. – Кемерово: Кемеровский технолог. ин-т пищ. пром-сти, 2004.
4. Котельникова А.В. Теоретико-методологические подходы к оценке конкурентоспособности предприятий общественного питания / А.В. Котельникова //

- Развитие предпринимательства в малых городах и поселениях: Регион. науч.-практ. конф.: [материалы]. – Бирск: Бирский филиал Уфимской государственной академии экономики и сервиса, 2006. – С. 72-75.
5. Джанджугазова Е.А. Маркетинг в индустрии гостеприимства: учеб. пособие для студ. вузов / Е.А. Джанджугазова. – М.: Академия, 2003. – 224 с.
 6. Кузнецова Н.М. Основы економіки готельного та ресторанного господарства: навч. посібник / Н.М. Кузнецова. – К., 1997.
 7. Зубарь Н.Н. Логистика в ресторанном хозяйстве: учеб. пособие для студ. вузов / Н.Н. Зубарь, М.Ю. Григорак. – К.: Центр учеб. лит-ры, 2010. – 336 с.
 8. Карсекин В.И. Оптимизация размещения предприятий общественного питания / В.И. Карсекин, В.С. Ковешников, А.А. Мазараки. – К.: Техніка, 1982. – 111 с.
 9. Проектирование заведений ресторанного хозяйства: учеб. пособие для вузов / Под ред. А.А. Мазараки. – К.: КНТЕУ, 2008. – 307 с.
 10. Менеджмент ресторанного хозяйства: учеб. пособие / Г.Т. Пятницкая [и др.]; под ред. Г.Т. Пятницкой. – К.: Киев. Нац. торг.-экон. ун-т, 2008. – 374 с.
 11. Пятницкая Г.Т. Менеджмент общественного питания: учебник для вузов / Г.Т. Пятницкая, Н.А. Пятницкая. – К.: Киев. нац. торг.-экон. ун-т, 2001. – 655 с.
 12. Кривошей В.В. Трудовий капітал ресторанного господарства: теорія та методологія: монографія / В.В. Кривошей. – Х.: ФОРТ, 2010. – 272 с.
 13. Кривошей В.В. Трудовий капітал ресторанного господарства: теорія та методологія управління: монографія / В.В. Кривошей. – Х.: ФОРТ, 2011. – 255 с.
 14. Кривошей В.В. Економічний механізм підвищення продуктивності праці в підприємствах ресторанного господарства: монографія / В.В. Кривошей, В.І. Оспіщев. – Х.: ХДУХТ, 2009. – 255 с.

УДК 658.7:339.37+658.0

Міщук І.П., канд. екон. наук, доц. (ЛКА, Львів)

ЗМІСТ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЛОГІСТИЧНИХ ПРОЦЕСІВ І ПОТОКІВ НА ПІДПРИЄМСТВАХ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ

У статті розглянуто логістичні процеси в комплексі логістичної діяльності підприємств роздрібної торгівлі, визначено видові різноманітня та особливості основних видів логістичних потоків, що є об'єктами управління в системі логістики роздрібних торговців.

Ключові слова: *роздрібна торгівля, підприємство, логістика, діяльність логістична, потоки логістичні, процеси логістичні.*

Завершальною ланкою логістичних ланцюгів у переважній більшості випадків (за винятком так званих прямих поставок, коли товари доводяться до кінцевого споживача безпосередньо від виробничого чи оптового торговельного підприємства) є роздрібне торговельне підприємство, яке здійснює реалізацію