

стерігається не повне погашення населенням житлово-комунальних послуг, що негативно впливає на розвиток підприємств житлово-комунального господарства.

Висновки. Таким чином, у результаті дослідження впливу на рівень оплати населення за житлово-комунальні послуги показника заборгованості населення з оплати за житлово-комунальні послуги, рівня відшкодування затвердженими тарифами фактичної собівартості за житлово-комунальні послуги, індексу реальної заробітної плати, у % до переднього місяця запропоновано заходи, спрямовані на: погашення поточних послуг та заборгованостей минулих років, що забезпечує

своєчасне надходження грошових коштів на підприємства житлово-комунального господарства; реалізацію інформаційної політики щодо комунікацій підприємств житлово-комунального господарства зі споживачами відповідних послуг відносно погашення заборгованості за житлово-комунальні послуги, забезпечення високого рівня взаємодії та партнерських відносин між споживачами і комунальними підприємствами; розроблення пропозицій щодо забезпечення оптимального рівня відшкодування затвердженими тарифами фактичної собівартості за житлово-комунальні послуги з урахуванням інтересів відповідних підприємств і споживачів цих послуг.

Список літератури:

1. Аніскін Ю.П. Управління корпоративними змінами по критерію стійкості : [монографія] / Ю.П. Аніскін. – М. : Омега-Л, 2009. – 404 с.
2. Бабаєв В.М. Управління міським господарством: теоретичні та прикладні аспекти : [монографія] / В.М. Бабаєв. – Х. : Магістр, 2004. – 204 с.
3. Герасимчук З.В. Організаційно-економічний механізм функціонування житлово-комунального господарства / З.В. Герасимчук, К.О. Витришук // Економічний форум. – 2011. – Вип. 4.
4. Качала Т.М. Розвиток ринкових механізмів і створення здорової конкуренції в житлово-комунальній сфері в регіонах України / Т.М. Качала // Економічна теорія та економічна історія. – 2009. – Вип. 6(23). – Ч. 1.

УДК 338.242.2

Гура О.Л., к. е. н., доцент, директор
*Одеський фінансово-економічний коледж
Київського національного торговельно-економічного університету*

ПІДПРИЄМНИЦЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ У СФЕРІ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Гура О.Л. Підприємницька діяльність у сфері ресторанного господарства. У статті досліджено особливості ресторанного підприємництва. Проведено аналіз стану ресторанного господарства України. Проаналізовано сучасну структуру ресторанного господарства. Розглянуто кейтеринг як один із сучасних напрямів ресторанного бізнесу. Розглянуто динаміку та структуру закладів ресторанного господарства Одеської області.

Ключові слова: підприємництво, ресторан, ресторанне господарство, рівень цін ресторанних послуг, рентабельність.

Гура О.Л. Предпринимательская деятельность в сфере ресторанного хозяйства. В статье исследованы особенности ресторанного предпринимательства. Проведен анализ ресторанного хозяйства Украины. Проанализирована современная структура ресторанного хозяйства. Рассмотрен кейтеринг как одно из направлений ресторанного бизнеса. Рассмотрены динамика и структура ресторанного хозяйства Одесской области.

Ключевые слова: предпринимательство, ресторан, ресторанное хозяйство, уровень цен ресторанных услуг, рентабельность.

Gura O.L. Business activity in the restaurant industry. This article explores the features of the restaurant business. The analysis of restaurant business in Ukraine. The structure restaurants. Catering is considered as one of the modern trends of restaurant business. The dynamics and structure of institutions restaurant economy Odessa region.

Keywords: business, restaurant, restaurant management, restaurant services prices, profitability.

Постановка проблеми. Ресторанна справа є однією з найприбутковіших у світі. За статистикою середній обіг коштів, вкладених у ресторан, відбувається у п'ять-шість разів швидше, ніж інвестиції, вкладені, наприклад, у магазин одягу. У країнах Західної Європи, США та Японії зафіксовано збільшення витрат клієнтів на проведення дозвілля саме в ресторанах.

Із переходом України до ринкових відносин відбулося розширення споживчих ринків, що зумовило розвиток ресторанного бізнесу. Готельно-ресторанний бізнес є головним фактором і основним складником туристичної інфраструктури, відіграє провідну роль у презентації вітчизняного туристичного продукту на світовому ринку туристичних послуг. Ця сфера в комплексі туристичних послуг світового господарства розвивається швидкими темпами і в перспективі може стати найбільш важливим сектором туристичної діяльності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням сучасних форм організації та роботи в ресторанному бізнесі, розвитку ресторанної справи України займалися такі вчені, як А.І. Усіна, Т.П. Кононенко, Н.В. Полстяна, І.В. Хваліна, О.Л. Іванік, Г.Б. Мунін, А.О. Змійов та ін. Науковці Д.С. Мацеха та С.А. Бурий указали, що попит на продукт готельно-ресторанного бізнесу є завжди нестійким та залежить не тільки від економічних, а й від позаекономічних факторів, таких як мода, настрої, особисте бачення [1].

Однак необхідно зазначити, що всі проведені дослідження, безумовно, вірні і завжди базуються на аналізі статистичних даних розвитку галузі, саме вони є індикаторами змін зовнішнього середовища і потребують постійного відстеження та аналізу.

Постановка завдання. Мета дослідження полягає в обґрунтуванні та поглибленому вивченні теоретичних засад і розробленні практичних рекомендацій щодо формування потенціалу підприємств готельно-ресторанного бізнесу в сучасних умовах, дослідженні й аналізі сучасного стану готельно-ресторанного бізнесу в Україні, динаміки його розвитку.

Виклад основних результатів. Згідно з чинним законодавством, ресторанне господарство визначається як вид економічної діяльності суб'єктів господарської діяльності щодо надання послуг для задоволення потреб споживачів у харчуванні з організуванням дозвілля або без нього [2].

Політика держави щодо розвитку готельного господарства, регулювання основних аспектів господарської діяльності туристичної індустрії спрямована на поліпшення його тісних критеріїв функціонування і відображена в законах України «Про туризм», «Про захист прав споживачів», «Про стандартизацію» та ін.; постановках Кабінету Міністрів України щодо програм розвитку цього напряму господарської діяльності.

Сучасний ресторанний бізнес як ніколи раніше пропонує широку номенклатуру послуг. Стандартні вимоги до здійснення послуг задекларовано у ДСТУ 3279-95 «Стандарти послуг. Основні положення», ГОСТ 30335-95 «Послуги населенню. Терміни та визначення», ГОСТ 30523-97 «Послуги громадського харчування. Загальні вимоги» (останні два є міждержавними стандартами, визнаними Україною як національні). У цих нормативно-технічних документах наведено стандартний перелік послуг для населення, що користується продукцією та послугами закладів (підприємств) громадського харчування.

Ресторанний бізнес є сферою діяльності, дуже чутливою до змін економічного клімату навіть за відносно стабільної економіки, а в разі виникнення кризи він зазнає значних утрат. За статистичними даними, ресторанне господарство України перебуває у кризі, що відбивається на негативній динаміці показників його функціонування [3].

Особливість функціонування сфери ресторанного господарства в економічному та соціальному прояві полягає у забезпеченні якості життя населення засобами задоволення фізіологічних потреб. Динамічний розвиток цієї галузі зумовлює появу закладів ресторанного господарства різних типів та цінкових категорій, що дає можливість споживачам обирати таке підприємство ресторанної сфери, що найбільш підходить для них за всіма критеріями.

Передусім це перспективна галузь для інвестування капіталу, що гарантує достатньо швидку оборненість вкладених засобів. Прибуток від інвестування становить близько 15–25%, що зацікавлює нових учасників цього ринку і стимулює його поширення. На кінцеві показники діяльності закладу ресторанного господарства найбільше впливають такі фактори, як кількість посадкових місць, чисельність клієнтів, ціни закупівлі сировини, відпускні ціни на страви та напої (вартість середнього чеку), чисельність, склад і кваліфікація персоналу тощо. У теперішній час можна прослідкувати існування різноманітних концепцій організації ресторанного бізнесу на локальному ринку, що забезпечує, з одного боку, підтримку одне одному, а з іншого – створює конкурентне середовище, яке сприяє підвищенню рівня якості, залученню більшої кількості споживачів і, як результат, збільшенню прибутку. Конкуренція – невід'ємний складник ринкової економіки, оскільки у відвідувачів з'являється можливість вибору.

Розвиток ресторанного господарства:

- дає істотну економію суспільної праці завдяки більш раціональному використанню техніки, сировини, матеріалів;
- надає робітникам і службовцям протягом робочого дня гарячу їжу, що підвищує їх працездатність, зберігає здоров'я;
- дає можливість організації збалансованого раціонального харчування в дитячих і навчальних закладах.

Велика швидкість обороту капіталу, надійність бізнесу, порівняно низькі витрати на будівництво, реконструкцію та придбання обладнання, відносно низькі поточні витрати сприяють залученню інвестицій до ресторанного бізнесу [4].

Україна почала знайомитися із сучасним бізнесом у галузі швидкого харчування ще в 1997 р., коли компанія McDonald's відкрила свій перший ресторан у столиці країни. До цього місцева галузь закладів швидкого харчування була представлена лише їдальнями і кафетеріями радянського типу [5]. Компанія McDonald's, будучи найбільшим франчайзером у світі, відкрила в 16 містах України понад 50 ресторанів і планує відкрити ще п'ять-шість нових закладів та реконструювати два заклади в Києві. Сума інвестицій у відкриття одного закладу становить \$0,5–2 млн. Власні ресторани цієї компанії становлять лише 27% від загальної кількості, інші 73% – власність операторів, тобто франчайзі. Поряд із McDonald's на українському ринку фаст-фуду функціонують такі підприємства, як «Картопляна хата», «Українське бістро», «Сбарро» та ін.

Одним із сучасних напрямів ресторанного бізнесу є кейтеринг – обслуговування святкових заходів поза межами підприємства. Кейтеринг має такі різновиди: у приміщеннях (внутрішній); зовнішній; індивідуальний; роз'їзний; роздрібний (продаж). В умовах сьогодення майже всі різновиди кейтерингу більшою чи меншою мірою спостерігаються в ресторанному господарстві.

Внутрішній кейтеринг – це організація харчування під час виставок, засідань, конференцій, ярмарків.

Зовнішній кейтеринг – це окремі підприємства ресторанного господарства з приготування напівфабрикатів, готових страв, але на яких відсутнє обслуговування споживачів. Їжа, яка виробляється підприємством, транспортується до місця, зазначеного замовником. Нині цей вид кейтерингу представлений розташованим на території аеропорту «Бориспіль» підприємством «Київ-кейтеринг» із приготування харчування у літаки для різних авіакомпаній.

Індивідуальний кейтеринг – це один із видів надання послуг за типом бенкету на замовлення, який здійснюється приватними підприємствами «Латиф», компанією «АІСТ» тощо.

Обслуговування на виїзді – кейтеринг – стає все більше популярним. Простота цього виду обслуговування приховує в собі багато тонкощів і складностей.

Ресторани, які створилися впродовж останніх п'яти років, умовно можна поділити на три групи: національні (у повному обсязі представлена національна кухня народів світу; інтер'єр включає елементи національного декору, етнічні предмети вжитку); із предметною спеціалізацією, швидкого обслуговування; тематичні (або концептуальні, тому що створювалися «під ідею», за певною концепцією); без чіткого спрямування.

Серед ресторанів національної кухні в Україні перевага надається українській – 36,8%. Проте значна увага приділяється і французькій кухні – 21%; італійській, кавказькій, японській – по 7,9%; іншим – 18,5%. Тематичні ресторани також є дуже популярними як серед українців, так і туристів. В Україні вже є певний досвід у створенні таких закладів харчування, найвідоміші з яких у Львові: «Криївка», присвячений героям УПА, планується відкриття автомобільного ресторану; у Києві: «Шинок», «Вулик», «Царське село» – ресторани-музеї, присвячені українським традиціям.

Із 2003 по 2015 р. спостерігається значне зменшення загальної кількості підприємств ресторанного господарства – майже на 20,6% [6]. Експерти відзначають, що за час кризи прибуток ресторанів в Україні знизився на 30%. Забезпеченість населення України закладами ресторанного господарства приблизно у чотири-дев'ять разів менше за світову практику. Так, у світовій практиці на один заклад ресторанного господарства припадає 477 жителів, тоді як в Україні на початок 2016 р. – 2 215 осіб

На Одещині спостерігається негативна тенденція щодо зменшення кількості практично всіх закладів ресторанного господарства. Причинами цього виступають економічна та політична нестабільність, що стримує відкриття нових закладів, а також цінова політика підприємств, яка не здатна задовольняти споживачів. До того ж високі орендні ставки для закладів саме ресторанного типу змушують підприємців або реорганізувати свою діяльність, або ж зовсім ліквідувати підприємства.

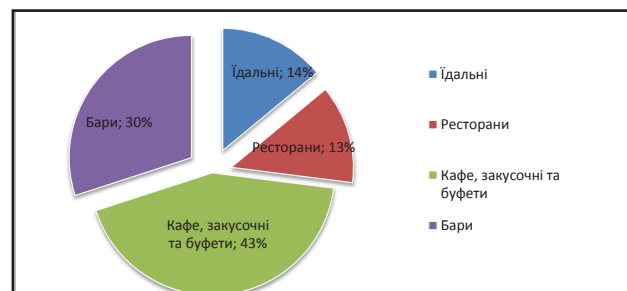


Рис. 1. Структура закладів ресторанного господарства

Діаграма на рис. 1 показує, що найбільшу частку в загальній структурі всіх закладів ресторанного господарства Одеської області займають саме кафе та закусочні, розраховані на цільову аудиторію із середнім і нижче середнього прибутком. Зокрема, це всім відома мережа швидкого харчування McDonald's, популярні суші-бари, піцерії, кав'ярні, кондитерські тощо.

Якщо згрупувати ресторани за показником вартості послуг у розрахунку на одну людину, то отримаємо такі результати: до 10 дол. – 18,9%, від 10 до 20 дол. – 41,6%, від 20 до 30 дол. – 22,8%, від 30 до 50 дол. – 15,0%, від 50 дол. та вище – 1,7%.

На рівень цін ресторанних послуг впливають собівартість і склад сировини (продуктів), з яких готуються фірмові страви, категорія класності підприємства, інтенсивність відвідувань клієнтів, їх склад та фінансова забезпеченість, атмосфера перебування і відпочинку, включаючи розважальні заходи.

Останнім часом досить поширеним засобом розрахунку стали кредитні картки. Наприклад, кредитну картку MasterCard/Eurocard застосовують 71,2% ресторанів, Visa – 70,8%, Maestro Cirrus – 41,6%, American Express, Visa Electron – по 28,3%, Prestige card – 4,3%, Diners Club – 2,1%.

Слід зазначити, що товарооборот ресторанного господарства у міських поселеннях значно більший, ніж у сільській місцевості. На початок 2015 р. ці показники сягали 101,41 млн. грн. у містах, 741 млн. грн. у селах. Розвиток і вдосконалення підприємств організації харчування пов'язуються з підвищенням його ефективності. Доход і рентабельність формуються, головним чином, у процесі виробництва та реалізації продукції, тому для підвищення рентабельності підприємств організації харчування потрібно організувати систематичне вивчення попиту на кулінарну продукцію, боротися за високу якість продукції, що випускається, та культуру обслуговування. Це є запорукою збільшення товарообігу підприємств організації харчування, доходів і рентабельності.

Аналіз сучасного стану ринку послуг харчування дає змогу стверджувати, що наявна політична ситуація та криза в країні, безумовно, негативно впливають на мале підприємництво. Але, незважаючи на постійне коливання курсу гривні та зменшення купівельної спроможності українців, ресторанний біз-

нес, як і раніше, розвивається [3]. Найбільш активно створюються нові об'єкти у великих містах України, лідером серед яких є столиця, а також курортні зони та центри Одеської, Закарпатської, Львівської областей. Правила розвитку ринку ресторанних послуг диктують не тільки зовнішні фактори, але й внутрішні, зокрема: традиції та менталітет, кількість приїжджих, воля окремих рестораторів тощо.

До основних напрямів подальшого розвитку ресторанного господарства можна віднести:

- спеціалізацію мережі підприємств харчування, збільшення питомої ваги підприємств швидкого обслуговування;

- вдосконалення асортименту продукції, що реалізується;

- підвищення якості продукції та культури обслуговування;

- збільшення відпуску продукції власного виробництва у роздрібну торговельну мережу;

- вдосконалення матеріально-технічної бази для впровадження ресурсозберігаючих технологій;

- надання додаткових послуг кейтерингу.

Висновки. У дослідженні проведено статистичний аналіз ресторанного господарства України. Встановлено, що спостерігається негативна динаміка щодо обсягу роздрібного товарообороту, чисельності зайнятих робітників, що відбулося через анексію Криму та складну політичну ситуацію в країні. Показники роздрібного товарообігу мають позитивну динаміку, особливо в містах рекреаційного значення. В Україні потрібно розвивати сегмент ресторанного господарства, адже це один із найефективніших напрямів підвищення ВВП країни, зменшення рівня безробіття та покращення місця у світовому рейтингу надання ресторанних послуг.

Список літератури:

1. Мацеха Д.С. Маркетинг у сфері готельно-ресторанного бізнесу та туризму / Д.С. Мацеха, С.А. Бурий // Вісник Хмельницького національного університету. – 2014. – № 5. – Т. 2. – С. 43–47.
2. Заклади ресторанного господарства. Класифікація : ДСТУ 4281:2004. – [Чинний від 2004-07-01]. – К. : Держспоживстандарт України, 2004. – 16 с.
3. Ресторанний бізнес: провал – 2014, прогнози – 2015 // Акцент [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://fbc.net.ua/video/11437>.
4. Організація обслуговування у закладах ресторанного господарства : [підручник] / За ред. Н.О. П'ятницької. – К. : Центр учбової літератури, 2011. – 584 с.
5. Кравченко О.М. Управління конкурентоспроможністю підприємств ресторанного господарства / О.М. Кравченко, Н.А. Водянська // Матеріали IV науково-практичної Інтернет-конференції «Проблеми ринку та розвитку регіонів України в XXI столітті» (Одеса, 12–19 грудня 2013 р.). – Одеса : ОНПУ, 2013. – С. 54–56.
6. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
7. Чумак О.В. Аналіз стану й оцінка тенденцій показників розвитку підприємств ресторанного господарства / О.В. Чумак, І.С. Андрущенко // Бізнес Інформ. – 2014. – № 12. – С. 307–313.