

Висновки. Оскільки виробничий потенціал підприємства є поліструктурною системою, то для його оцінки необхідно застосовувати інтегральний показник. Проведення інтегральної оцінки дозволяє визначити резерви посилення виробничого потенціалу за локальними показниками, але специфіка виду діяльності потребує визначення їхнього змісту.

Список літератури

1. Підприємництво: стратегія, організація, ефективність [Текст] / під ред. С. Ф. Покропивного. – К. : КНЕУ, 1998. – С. 24.
2. Краснокутська, Н. С. Потенціал підприємства: формування та оцінка [Текст] : навчальний посібник / під ред. С. Ф. Покропивного. – К. : Центр навчальної літератури, 2005. – 352 с.
3. Федонін, О. С. Потенціал підприємства: формування та оцінка [Текст] : навч. посібник / О. С. Федонін ; під ред. О. С. Федоніна, І. М. Репіна, О. І. Олексик – К. : КНЕУ, 2006. – С. 168–195.
4. Дмитрієв, В. Шляхи підвищення потенціалу персоналу підприємства [Текст] / В. Дмитрієв; під ред. В. Дмитрієва // Схід. – 2005. – № 2. – С. 18–20.
5. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <<http://www.economics.com.ua>>.

Отримано 31.03.2010. ХДУХТ, Харків.

© Л.Д. Забродська, Н.П. Ушакова, Н.В. Рябініна, 2010.

УДК 001.8:661.56:635.64.

О.П. Ткаченко, канд. екон. наук

О.Д. Тімченко

СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА В УКРАЇНІ

Розглянуто проблеми функціонування сфери ресторанного господарства України та визначено основні тенденції її розвитку в умовах кризи.

Рассмотрены проблемы функционирования ресторанного хозяйства Украины и определены основные тенденции развития в условиях кризиса.

The problems of the functioning of the restaurant farms is Ukraine and the main trends of development in crisis conditions.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Розвиток ресторанного господарства залежить від загальних тенденцій динаміки економіки країни, кон'юнктури споживчого ринку, змін структури попиту та пропозиції тощо. За сучасних умов проблеми розвитку підпри-

емств ресторанного господарства набувають актуальності та вимагають до себе особливої уваги.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Загальні проблеми функціонування та розвитку підприємств в умовах фінансово-економічної кризи, а також проблеми розробки заходів антикризового управління досліджуються у працях багатьох вчених-економістів. Дослідженням безпосередньо у підприємствах ресторанного господарства за цим напрямом присвячені праці А.А. Мазаракі, Г.Т. П'ятницької, Л. Солошенка та провідних фахівців галузі. Водночас, недостатньо вивчено тенденції розвитку підприємств ресторанного господарства відповідно до концепції та формату закладу, статусу споживачів.

Мета та завдання статті. Метою проведеного дослідження є виявлення проблем розвитку ресторанного господарства України та пошуку шляхів їх подолання. Досягнення мети ґрунтується на використанні методів теоретичного аналізу наукових джерел, методів причинно-наслідкових зв'язків, статистичного аналізу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Позитивна динаміка споживчого ринку України втратила свої позиції з приходом світової фінансово-економічної кризи. Кризові процеси позначилися на розвитку основних соціально-економічних показників країни (табл. 1.).

Таблиця 1 – Індекси основних соціально-економічних показників (відсотків до попереднього року)

Показник	2005	2006	2007	2008	2009
Валовий внутрішній продукт	102,7	107,3	107,9	102,1	84,1*
у розрахунку на одну особу	103,5	108,1	108,6	102,6	н/д
Доходи населення	139,1	123,8	132,0	137,4	90,1*
Продукція промисловості	103,1	106,2	110,2	96,9	78,1
Інвестиції в основний капітал	101,9	119,0	129,8	97,4	56,3*
Роздрібний товарооборот підприємств	123,4	126,4	129,5	117,3	83,4
Обсяг реалізованих послуг	116,4	113,5	115,7	112,8	н/д
Експорт товарів і послуг	106,3	113,7	127,2	134,9	54,9*
Імпорт товарів і послуг	125,8	124,8	134,5	140,3	48,7*
Середньомісячна заробітна платня: номінальна;	136,7	129,2	129,7	133,7	105,5
реальна	120,3	118,3	112,5	106,3	90,8

Примітка: н/д – немає даних; * – дані за січень-вересень 2009 року [1, 2].

Негативні зміни соціально-економічних показників також впливають на характер доходів та структуру витрат населення. Скорочення у січні-вересні 2009 р. порівняно з аналогічним періодом 2008 р. реальних доходів населення на 9,9% (табл. 1) вплинуло на зміни у структурі сукупних витрат (табл.2). Найбільш вагомою статтею (52%) сукупних витрат домогосподарств продовжували залишатися витрати на харчування (включаючи харчування поза домом). Порівняно з 9 місяцями 2008 р. частка цих витрат збільшилась на 2%.

Аналіз сукупних витрат домогосподарств за період 2000-2008 рр. мав позитивну динаміку їх розвитку. Так, якщо у 2000 р. сукупні витрати в середньому на місяць з розрахунку на одне домогосподарство становили 541,3 грн, то в 2009 р. вони зросли більш ніж у 5 разів та склали 2704,0 грн на місяць. При цьому загальна структура витрат домогосподарств тривалий час залишалася майже без змін [3].

На купівлю непродовольчих товарів та оплати послуг (без витрат на харчування поза домом) домогосподарства направляли третину усіх витрат, що на 0,9% менше, ніж у січні-вересні 2008 р.

Тенденції розвитку ресторанного господарства тісно пов'язані із рівнем соціально-економічного розвитку держави, характером динаміки доходів та структури витрат населення.

Таблиця 2 – Структура витрат домогосподарств України за 2000-2009 рр.

Показник	2000	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Сукупні витрати в середньому за місяць на одне домогосподарство, грн.	541,3	658,3	736,8	903,5	229,4	1442,8	1722,0	2590,4	2704,0
Структура сукупних витрат домогосподарств, %									
Споживчі сукупні витрати	93,3	92,8	93,3	92,6	91,1	90,5	90,0	86,2	88
Продовольчі товари (вкл. харчування поза домівкою)	67,9	62,8	62,7	61,7	61,0	57,5	54,0	50,1	52
Непрод. товари та послуги	25,4	30	30,6	30,9	30,1	33,0	36,0	35,1	36
Неспоживчі сукупні витрати	6,7	7,2	6,7	7,4	8,9	9,5	10,0	13,3	12

У до кризових тенденціях ресторанне господарство України мало стійкі тенденції до зростання, проте у 2009 році спостерігається погіршення стану за всіма показниками.

Одним з базових показників, що характеризує динаміку ресторанного господарства, є роздрібний товарооборот, він є одним з найважливіших показників соціально-економічного розвитку держави. Це один з вагомих чинників, що утворюють бюджет, оскільки сплату більшості податків і обов'язкових платежів здійснює населення – покупець товарів та послуг. До того ж саме показник роздрібного товарообороту окреслює масштаби діяльності підприємств ресторанного господарства (табл. 3).

Таблиця 3 – Динаміка роздрібного товарообороту ресторанного господарства (у фактичних цінах)

Показник		2004	2005	2006	2007	2008	2009
Роздрібний товарооборот, млн. грн.		67556	94332	129952	178233	246903	207233*
У тому числі	роздрібна торгівля	64032	90005	124747	171682	238523	н/д
	ресторанне господарство	3524	4327	5205	6551	8380	н/д
Темп змін, ланцюговий, %	роздрібного товарообороту		139,6	137,8	137,2	138,5	83,9
	торгової мережі		140,6	138,6	137,6	138,9	н/д
	ресторанного господарства		122,8	120,3	125,9	127,9	н/д
Темп змін базовий, %	роздрібного товарообороту		139,6	192,4	263,8	307,0	306,75
	торгової мережі		140,6	194,8	268,1	372,5	н/д
	ресторанного господарства		122,8	147,7	185,9	237,8	н/д
Примітка: * дані за січень – листопад 2009 року; н/д – немає даних. [1, 2]							

Наведені розрахунки свідчать, що впродовж 2004-2008 років товарооборот ресторанного господарства має загальну тенденцію до зростання. Так, у 2008 р. його розмір становив 8380 млн грн, що у 2,4 рази вище показника 2004 р. Середньорічний темп зростання обороту

ресторанного господарства за даний період становив близько 119 %. Проте, незважаючи на значні збільшення обсягів товарообороту, темп зростання реалізації у підприємствах ресторанного господарства відстає від темпу зростання роздрібної торгівлі.

Так, у 2008 р. темп приросту реалізації у підприємствах ресторанного господарства становить 27,9%, в свою чергу, темп приросту роздрібної торгівлі – 38,9%.

Проте, незважаючи на стійку динаміку роздрібного товарообороту ресторанного господарства, у 2009 році відмічено зниження роздрібного товарообороту майже на 16% порівняно з 2008 роком. Негативна динаміка продовжує зберігатися, так, за даними Держкомстату роздрібний товарооборот підприємств роздрібної торгівлі та ресторанного господарства України у січні-лютому 2010 року знизився у порівнянних цінах на 5,4% порівняно з аналогічним періодом 2009 року. Попит населення залишається низьким, що викликано зниженням реальної купівельної спроможності населення та переорієнтацією ринку на більш низькі цінові сегменти.

Отже, за сучасних економічних умов підприємствам ресторанного господарства доводиться кардинально перебудовувати свою роботу, переглядати стратегії та плани розвитку. Загальне зниження реальних доходів населення негативно вплинуло на купівельну спроможність, що відбилося на зниженні суми середнього чеку та завантаженості підприємств. Для подолання кризового стану власники та керівники підприємств вживають різних заходів, які в цілому відповідають концепції та формату закладу, статусу споживачів.

За оцінкою експертів ресторанного бізнесу криза найбільш сильно вплинула на діяльність класичних ресторанів, кількість споживачів та розмір середнього чеку в яких продовжують знижуватись. З метою утримання постійних клієнтів та залучення нових, ресторатори впроваджують різноманітні програми лояльності, економ-меню: знижки на основне меню у визначені часи роботи, економ-пропозиції за рахунок зменшення виходу страв тощо. Проте, вжиті заходи поки що не вирішують проблем класичних ресторанів, відбувається відтік споживачів у заклади низького та нижче за середній цінові сегменти (середній чек яких складає 50-70 грн). У 2009 році кількість відвідувачів ресторанів зменшилась на 25...30%; частка середнього та «середнього плюс» цінових сегментів зменшилася на 10 % порівняно з 2008 роком та зайняла 30 % ринку. За рахунок такої міграції споживачів у заклади низького та нижче за середній цінові сегменти, вони практично не відчували на собі негативного впливу кризи. Ресторатори відмічають, що кількість споживачів у таких закладах не тільки не знизилася, а й по-

чала зростати. Ця тенденція підтверджується й результатами онлайн-дослідження, проведеного нами на підставі даних про кількість відвідувань закладів швидкого обслуговування (фаст-фудів, кафе, кав'ярень). Встановлено зменшення відвідувань лише на 5%. Стратегічним завданням власників та керівників підприємств низького та нижче за середній цінових сегментів є утримання споживачів, які раніше відвідували більш дорогі заклади, переведення їх до статусу постійних за рахунок утримання цінової політики, забезпечення високої якості продукції та рівня обслуговування, реалізації маркетингової політики відповідно до концепцій підприємств.

Висновки. Отже, проведений аналіз стану та тенденцій розвитку ресторанного господарства в Україні, дає можливість зробити висновок про наявність складних проблем, які негативно впливають на темпи розвитку сфери ресторанного господарства. Незважаючи на це, найбільш популярними в 2010 році, на думку рестораторів, стануть якісні недорогі мережеві заклади. Основний тренд ринку в 2010 році буде заснований на розвитку закладів ресторанного господарства середнього класу, де середній чек не перевищує 150-160 грн.

Список літератури

1. Україна у цифрах у 2008 році [Текст] / Державний комітет статистики України; під ред. О. Г. Осауленко. – К. : Консультант, 2009. – 551 с.
 2. Статистична інформація України за 2009 рік [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <<http://ukrstat.gov.ua>>.
 3. П'ятницька, Г. Т. Світові тенденції розвитку індустрії гостинності в умовах кризи [Текст] / Г. Т. П'ятницька // Ресторанне господарство в стратегіях туризму [Текст] : міжнародна науково-практична конференція, 15 жовтня 2009 р. : [тези] / редкол. : О. І. Черевко [та ін.]. – Харків : ХДУХТ, 2009. Отримано 31.03.2010. ХДУХТ, Харків.
- © О.П. Ткаченко, О.Д. Тімченко, 2010.

УДК 65.011.44

Л.І. Безгінова, канд. екон. наук
О.А. Круглова, канд. екон. наук
С.М. Шинкар, канд. екон. наук

ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ ФІНАНСОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Обґрунтовано необхідність оцінки фінансового потенціалу торговельних підприємств. Запропоновано методика інтегральної рейтингової оцінки використання фінансового потенціалу, яку апробовано на підприємствах торгівлі.