

4. Темпорал, П. Эффективный бренд-менеджмент [Текст] / П. Темпорал. – СПб. : Нева, 2003. – 320 с.

5. Лук'янець, Т. І. Рекламний менеджмент [Текст] : навч. посібник / Т. І. Лук'янець. – 2-ге вид., доп. – К. : КНЕУ, 2003. – 440 с.

6. Смирнов, Э. А. Стратегический менеджмент, ориентированный на бренд [Текст] / Э. А. Смирнов. – М. : Национальный институт бизнеса; Ростов н / Д. : Феникс, 2004. – 320 с.

Отримано 31.03.2010. ХДУХТ, Харків.

© Т.Л. Міт'яєва, М.О. Зайцев, 2010.

УДК 640.432(477.54)

О.В. Жегус, канд. екон. наук, доц.

М.В. Михайлова, асп.

СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РИНКУ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА В ХАРКІВСЬКІЙ ОБЛАСТІ

Розглянуто стан ринку ресторанного господарства як найважливішої складової індустрії харчування та виявлено тенденції розвитку на сучасному етапі у Харківській області.

Рассмотрено состояние рынка ресторанного бизнеса как наиболее важной составляющей индустрии питания и определены тенденции развития на современном этапе в Харьковской области.

The market conditions of the restaurant business as the most important part of food industry are analyzed. The trends of it are developments in the Kharkov region are determined at the present stage.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Ресторанний бізнес є однією з найважливіших складових індустрії харчування. З початку 2000 року відбувається розвиток галузі: зростання кількості підприємств ресторанного господарства, підвищення рівня обслуговування, розширення асортименту страв більш ніж 30 країн світу. У цей період почалося стабільне зростання витрат на харчування «не вдома», частка яких із 3% щорічно збільшувалася майже на 0,5–1%. Незважаючи на ці оптимістичні зрушення науково-технічний та виробничий потенціал у галузі ресторанного господарства ще не реалізовано повною мірою. До цього ж більшість підприємств уже відчули на собі наслідки економічної кризи 2008–2009 рр. Усе це зумовлює необхідність дослідження ринку ресторанного господарства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Окремі питання з проблем формування та дослідження ринку ресторанного господарства розглядаються в наукових працях українських та зарубіжних вчених:

А.О. Аветисова, Л.Г. Агафонова, О.Є. Агафонова, В.В. Бородина, Л.І. Нечаюк, Н.О. Телеш, Г.А. Черчиля, К. Канаян, Р. Канаян. На основі їх підходів було визначено основні завдання дослідження ринку ресторанного господарства Харківської області.

Мета та завдання статті. Мета статті дослідити регіональні особливості та динаміку процесів на ринку ресторанного господарства Харківської області та виявити тенденції його розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Погіршення макроекономічних умов, яке обумовлено наслідками економічної та фінансової кризи, у тому числі світової, негативно позначилося на діяльності підприємств ресторанного господарства та ринку в цілому.

Діяльність підприємств ресторанного господарства суттєво залежить від рівня платоспроможності споживачів послуг, а в умовах його зниження відбувається скорочення відвідувань закладів та витрат на послуги цих підприємств. Унаслідок цього на більшості підприємств ресторанного господарства відбулися спад виробництва, цінові та структурні диспропорції, масова збитковість та низька рентабельність, незадовільна структура балансу, дефіцит обігових коштів, неплатоспроможність, незбалансованість відтворювальних процесів тощо. Отже, їх стан можна охарактеризувати як кризовий.

За статистичними даними, оборот ресторанного господарства за січень–грудень 2009 р. становив 721,3 млн грн, що на 8,1% менше порівняно з 2008 р. [1].

Із початком кризи окремі підприємства не змогли адаптуватися до умов, що склалися й припинили свою діяльність, про що свідчать статистичні дані (рис. 1).

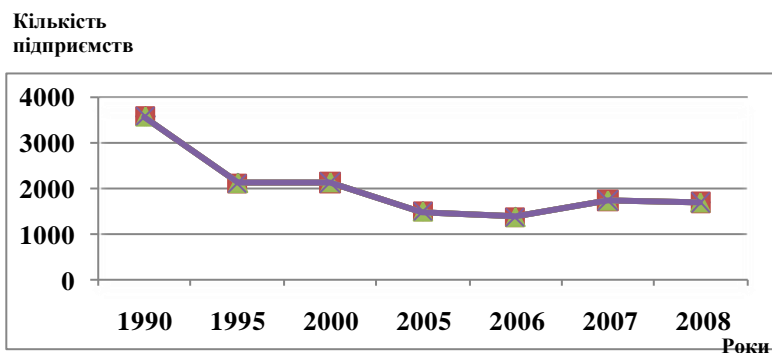


Рисунок 1 – Динаміка об'єктів ресторанного господарства у Харківській області

З 2000 до 2005 р. кількість підприємств ресторанного господарства у Харківській області мала тенденцію зниження. У 2006 р. на ринку склалися сприятливі умови й кількість підприємств ресторанного бізнесу збільшилася на 2% порівняно з 2005 та на 3% у 2007 р., що було зумовлено розширенням мережі підприємств приватного сектору, відкриттям закладів швидкого обслуговування, які користуються попитом у споживачів із середнім достатком, відновленням роботи закладів харчування у виробничих підприємствах, збільшенням обсягів продажу продукції ресторанного господарства через дрібнороздрібну торговельну мережу, виносну і виїзну торгівлю.

Економічні та політичні негаразди 2008 року відразу відобразилися на стані галузі ресторанного господарства у Харківській області. На кінець 2008 р. у регіоні налічувалося 1687 підприємств харчування, що на 2,4% менше порівняно з 2007 р.

Стан ринку та кількість об'єктів ресторанного господарства диференціюється за районами області. Найбільш кризова ситуація у ресторанному господарстві спостерігається у м. Чугуїв, Харківської області, кількість підприємств щорічно знижується (порівняно з 2000 роком їх стало менше на 50%). Також негативна тенденція має місце у Вовчанському районі: кількість об'єктів зменшилася на 75%, Краснокутському – на 60%, Нововодолазькому – на 55%, Шевченківському – на 60%.

Незважаючи на складні умови господарювання спостерігається і позитивна тенденція в окремих регіонах Харківської області: у м. Ізюм кількість об'єктів порівняно з 2005 р. збільшилась на 1,5%, м. Куп'янськ – на 50%, м. Лозова – на 2%, у Балаклійському районі – на 45%, Куп'янському – на 95%, Сахнощанському – на 60%.

Слід відзначити, що ринок ресторанних послуг характеризується високим рівнем конкуренції. Заклади ресторанного господарства постійно ведуть боротьбу за сегменти ринку, пошук нових ніш, залучення споживачів та їх утримання, тому для виживання в умовах жорсткої конкуренції необхідно підтримувати високий рівень конкурентоспроможності продукції та послуг підприємства.

Послуги ресторанного господарства в області надають 2582 підприємства, з яких 1871 – загальнодоступна мережа закладів на 67,7 тис. посадкових місць. При існуючому нормативі забезпечення на 1000 осіб посадковими місцями в закладах ресторанного господарства загальнодоступної мережі у містах – 28, районах – 12, у середньому в містах вона складає 30, у районах – 26, тобто перевищує норматив відповідно на 7% та у 2,2 разу, що свідчить про наявність гострої конкурентної боротьби.

Для характеристики ринку ресторанного господарства Харківської області доцільно розглянути структуру підприємств. У Харківській області сформувалася розгалужена мережа закладів ресторанного господарства, до якої увійшли ресторани, кафе, бари, їдальні та постачальники готової їжі (рис. 2).

У ході дослідження динаміки об'єктів ресторанного господарства очевидним стає те, що збільшується кількість і частка підприємств швидкого обслуговування, в яких технологія організації спрямована на використання продукції високого ступеня якості.

Простежується тенденція відкриття закладів ресторанного господарства у приміщеннях клубів, торговельних та культурно-розважальних центрів, готельних комплексах, де створені умови для сучасного відпочинку громадян. Інтер'єр підприємств повністю відповідає вимогам комфорту й іміджу сучасних закладів ресторанного господарства [2].

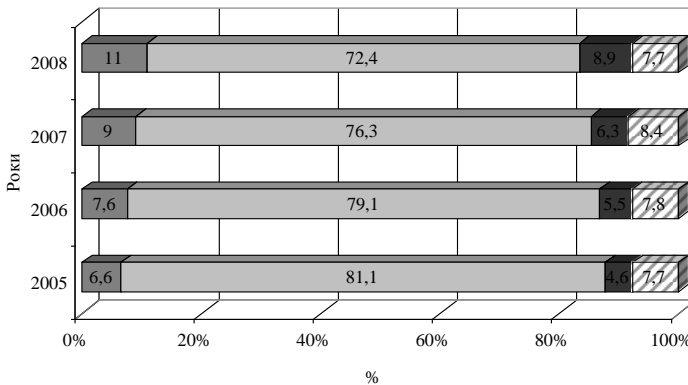


Рисунок 2 – Структура підприємств ресторанного господарства у Харківській області: ■ – ресторани; □ – кафе; ■ – бари; □ – їдальні та постачання їжі

Щорічно збільшується кількість ресторанів та їх частка у структурі: у 2008 р. вона зросла з 6,6 до 11%. Частка кафе у структурі підприємств ресторанного господарства стрімко знижується з 81 (2005 р.) до 72,4% (2008 р.), тобто майже на 10%. Зростання частки ресторанів та зменшення частки кафе свідчить про намагання підприємців відкривати заклади ресторанного господарства із ширшим спектром послуг, більшим асортиментом страв та продукції, якіснішим обслуговуванням, вишуканішим дизайном, у цих закладах активно запроваджують-

ся новітні технології виробництва продукції, сучасні методи просування послуг, що позитивно впливає на розвиток ринку ресторанного господарства.

Незважаючи на структурні зрушення, найбільшу частку серед підприємств ресторанного господарства у Харківській області складають кафе – більше 70%. Порівняно з іншими видами підприємств ресторанного господарства, кафе загального типу мають менші показники виробничих і торговельних площ у розрахунку на одне місце в залі; їхня потреба у приміщеннях значно менша, ніж в інших типів загальнодоступних підприємств харчування, унаслідок чого в кафе спостерігається нижча капіталомісткість; вони спеціалізуються на приготуванні й реалізації стандартного меню та страв; асортимент продукції зведено до мінімуму; у більшості таких підприємств має місце низька якість обслуговування [3]. Кафе мають лише одну безперечну перевагу – нижчий рівень цін, але в умовах підвищення вимог споживачів до якості послуг і рівня обслуговування в закладах ресторанного господарства цього не достатньо. Загострення конкурентної боротьби вимагає від власників чи керівників кафе активізації маркетингової діяльності, перегляду стратегій їх діяльності на ринку з метою забезпечення належного рівня конкурентоспроможності їхніх закладів.

Слід відзначити збільшення у структурі підприємств ресторанного господарства кількості барів. Найбільше підприємств цього типу відкрито у 2008 р.: їх стало 30 об'єктів, що на 42% більше порівняно з 2007 р. Особливістю барів є те, що майже весь процес приготування та подачі продукції відбувається на очах у споживача, лише сировина і напівфабрикати готують в спеціальних виробничих приміщеннях. Бар розраховано на короткочасне перебування відвідувачів, але в той же час він є місцем їх відпочинку.

Спеціалізація підприємств ресторанного господарства Харківської області дуже різноманітна: fast-food (основними стравами є гамбургери, картопля фрі, чізбургери, напої, морозиво), бар (напої, холодні закуски, морозиво), більярд (напої, у тому числі спиртні, закуски), боулінг (напої, у тому числі спиртні, закуски), кафе (холодні, гарячі закуски, перші та другі страви, спиртні та безалкогольні напої, десерти), кейтеринг, клуб (холодні, гарячі закуски, перші та другі страви, спиртні та безалкогольні напої, десерти, блюда від шеф-повара), кофейня (закуски, напої, тортки, тістечка, морозиво та кава), паб, піцерія (піца, спагеті, напої, чай, кава), ресторан (холодні, гарячі закуски, перші та другі страви, спиртні та безалкогольні напої, десерти, блюда від шеф-кухаря, кухні різних народів світу).

Дуже стрімко набувають поширення мережі підприємств швидкого харчування, в яких готують національні страви. Як показали маркетингові дослідження, споживачами є люди із середнім достатком, молодь (хто хоче швидко та смачно поїсти) і працівники офісів та інших установ, що знаходяться поруч.

На ринку ресторанного господарства Харківської області відбуваються якісні позитивні зміни. Розширюється спектр послуг, підвищується якість обслуговування, запроваджуються заходи із залучення споживачів; яскравішим стає оформлення не тільки інтер'єрів підприємств, а й зовнішнього вигляду самих будівель та прилеглих територій, вивчаються смаки та уподобання споживачів, розширюється асортимент, запроваджуються нові рецептури страв або одночасно пропонують декілька різних видів кухні, розвивається культура відвідування підприємств ресторанного господарства, запроваджуються інструменти сучасного маркетингу. Все це свідчить про те, що все більша кількість підприємств ресторанного господарства впроваджують маркетингові інструменти у свою діяльність, але маркетингова концепція управління підприємством ресторанного господарства тільки починає розвиватися відповідно до умов, що склалися.

Висновки. За результатами проведеного дослідження визначено стан та специфіку ринку ресторанного господарства у Харківській області:

- тенденції в демографічній ситуації області, соціально-економічна криза негативно вплинули на діяльність підприємств ресторанного господарства та ринку в цілому;
- існує проблема вибуття з ринку і зміни спеціалізації підприємств, які не є конкурентоспроможними в сучасних умовах, що приводить до зміни кількості та структури підприємств ресторанного господарства у Харківській області;
- нові підприємства харчування характеризуються невеликою кількістю місць для одночасного обслуговування споживачів;
- для сучасного ринку послуг ресторанів характерним є нетривалий життєвий цикл – один-три роки.

Ринок ресторанного господарства Харківської області не є достатньо розвиненим, але має значний потенціал. За сучасних умов перед підприємствами ресторанного господарства постає три послідовних завдання:

- 1) виживання в умовах кризи;
- 2) забезпечення конкурентних переваг та пошук шляхів їх посилення;
- 3) пошук, розвиток та освоєння нових сегментів ринку.

Першочерговим завданням підприємств ресторанного господарства в сучасних умовах є протидія кризовим явищам, забезпечення усталеної конкурентоспроможної позиції, а стратегічна мета має полягати у стійкому економічному зростанні. Вихід із кризи потребує прискорення запровадження сучасних інструментів маркетингу в діяльність підприємств ресторанного господарства, що має стати надійною базою для зростання їх конкурентоспроможності, розвитку галузі та національної економіки в цілому.

Актуальним питанням залишається динаміка розвитку галузі ресторанного господарства в сучасних умовах, що може бути предметом подальших досліджень.

Список літератури

1. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <<http://www.kharkivoda.gov.ua>>.
2. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <<http://www.city.kharkov.ua>>.
3. Краснощок, Р. М. Формування конкурентного середовища діяльності підприємств ресторанного господарства [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <www.nbu.gov.ua/portal/chem_biol/nvntu/17_5/17_5_tyt.pdf>.

Отримано 31.03.2010. ХДУХТ, Харків.

© О.В. Жегус, М.В. Михайлова, 2010.

УДК 658.114.1:338.48

Р.В. Апілат, канд. екон. наук (*ХДУХТ, Харків*)

О.В. Апілат, канд. екон. наук (*ДІРСП, Донецьк*)

МОДЕЛЬ МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПОСЛУГ У ПІДПРИЄМСТВАХ ТУРИЗМУ

Розглянуто необхідність системного підходу до управління якістю послуг, приведено модель механізму управління якістю послуг у туризмі.

Рассмотрена необходимость системного подхода к управлению качеством услуг, приведена модель механизма управления качеством услуг в туризме.

The necessity of a systematic approach to quality management services, the model shows the mechanism of quality management services in tourism.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Найважливішими науковими розробками в галузі управління є *системний* підхід до дослідження проблеми [1]. Туризм як система має власну структуру з різноманітними внутрішніми і зовнішніми зв'язками, на які впливають багаточисленні чинники.