

Н.С. Краснокутська, д-р екон. наук

О.П. Ткаченко, канд. екон. наук

А.С. Верменик, магістрант

СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ

Досліджено стан та визначено перспективи розвитку ресторанного господарства України з метою подолання негативних явищ і досягнення високої соціально-економічної ефективності розвитку підприємств цієї галузі у посткризових умовах.

Исследовано состояние и определены перспективы развития ресторанного хозяйства Украины с целью преодоления негативных явлений и достижения высокой социально-экономической эффективности развития предприятий этой отрасли в посткризисных условиях.

The article analyzes the restaurant industry trends in Ukraine and determines the prospects of economic development in this field. On the basis of these trends and prospects the conditions for overcoming the negative effects and achieving a high socio-economic effectiveness in restaurant industry have been identified.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Сучасний ресторанний бізнес характеризується розмаїттям типів закладів ресторанного господарства: класичний фаст-фуд, ресторани quick service (або QSR – «швидке обслуговування»); ресторани free flow («вільний рух»), де частина технологічних процесів винесена на огляд відвідувачів, які самі обирають різні види страв; «тиражовані» ресторани – заклади середнього класу з високою якістю традиційної кулінарії, які використовують свіжі напівфабрикати і свіжу випічку власного виробництва. 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. Але, незважаючи на таку різноманітність послуг, ресторатори шукають нові тренди для розвитку ресторанного бізнесу, нові ідеї для залучення аудиторії.

Фінансово-економічна криза 2008–2009 рр. певною мірою сприяла подальшому розвитку ресторанного ринку України. З нього пішли непрофесійні та випадкові оператори – найчастіше немережеві

заклади, які не змогли подолати наслідки кризи. Криза в цьому сегменті ринку випробувала перш за все 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. Забезпечення умов подальшого розвитку ресторанного господарства підвищує вимоги до антикризових заходів (нові маркетингові засоби з утримання відвідувачів, якість обслуговування, професіоналізм персоналу та ін.). За цих умов дослідження стану і тенденцій розвитку ресторанного господарства з метою подолання негативних явищ і досягнення високої соціально-економічної ефективності розвитку підприємств сфери ресторанного господарства є актуальним.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Це питання було ґрунтовно висвітлено в наукових працях А. Косенко, М. Мальської, Г. П'ятницької, О. Насонової, Л. Даниленко, К. Кіричука, А. Аветісова, В. Антонова. Зазначені вище дослідження свідчать про покращення ситуації на ресторанному ринку України та появу тенденцій до динамічного розвитку підприємств ресторанного господарства.

Мета та завдання статті. Метою наукової публікації є дослідження стану та основних тенденцій розвитку ресторанного господарства України на сучасному етапі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Макроекономічні чинники суттєво впливають на розвиток ресторанного ринку України. Динаміка розвитку національної економіки обумовила основні зміни внутрішнього ринку України, головною складовою якого є споживчий ринок. Стан і динаміка споживчого ринку – один з основних індикаторів якості економічних перетворень, розвитку національної економіки, її соціальної спрямованості. Споживчий ринок пов'язаний із задоволенням потреб населення й охоплює діяльність підприємств торгівлі, ресторанного господарства, а також реалізацію послуг населенню [7].

Внутрішній ринок України на сучасному етапі характеризується активним розвитком економічних відносин і господарських зв'язків, що складаються між його учасниками. Позитивна динаміка споживчого ринку України втратила свої позиції з приходом світової фінансово-економічної кризи у 2008 – 2009 роках. Кризові процеси позначилися на розвитку основних соціально-економічних показників країни (табл. 1) [1-2]. Криза позначилась на ресторанному ринку зниженням оборотів закладів і, як наслідок, зменшенням їх

відвідуваності (в окремих випадках на 50%) і суми середнього чека. А зафіксовані в доларах орендні ставки в умовах девальвації стали тим чинником, який додав негативу. Проте експерти ресторанного бізнесу визначають, що від 2010 року підприємства ресторанного господарства починають відновляти і зміцнювати свої позиції. Так, наприкінці 2011 року підприємства ресторанного бізнесу збільшили дохід майже на 14% [3-4].

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

| Показник | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 |
|-------------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Валовий внутрішній продукт | 131,6 | 96,3 | 118,5 | 121,4 | 108,2 |
| Дохід населення | 134,7 | 104,3 | 128,1 | 117,1 | 111,1 |
| Продукція промисловості | 94,8 | 78,1 | 111,2 | 107,6 | 101,2 |
| Інвестиції в основний капітал | 97,4 | 58,5 | 99,4 | 121,2 | 129,8 |
| Роздрібний товарооборот підприємств | 138,6 | 93,5 | 121,7 | 124,6 | 115,7 |
| Експорт товарів і послуг | 134,9 | 62,6 | 128,1 | 134,3 | 101,9 |
| Імпорт товарів і послуг | 140,3 | 55,0 | 130,8 | 140,6 | 102,9 |
| Середньомісячна заробітна платня: | | | | | |
| номінальна | 133,6 | 105,5 | 120,0 | 117,6 | 114,9 |
| реальна | 107,6 | 90,0 | 117,1 | 108,7 | 114,4 |

Роздрібний товарооборот є одним із важливих показників соціально-економічного розвитку держави, який характеризує заключний етап руху товарів у сферу споживання. До того ж, саме показник роздрібногo товарообороту визначає масштаби діяльності підприємств ресторанного господарства. За цим показником у 2012 р. в Україні спостерігаються позитивні зміни (табл. 2) [1-2]. За даними Державного комітету статистики, роздрібний товарооборот підприємств роздрібногo торгівлі та ресторанного господарства України у 2012 році становив 405114 млн грн із темпом приросту – 15,7%. Відповідно, темп зростання обсягів реалізації продукції підприємств ресторанного господарства – 110,4%, темп зростання обороту роздрібногo торгівлі – 115,9%. Як свідчать наведені в табл. 2 дані, товарооборот ресторанного господарства в післякризовий період мав загальну тенденцію до зростання. Так, у 2012 р. його розмір становив

12559 млн грн, що майже у 1,5 разу вище показника 2008 р. та більш ніж у 12 разів вище за 1995 р. (1015 млн грн) [2].

Таблиця 2 – Динаміка роздрібного товарообороту ресторанного господарства (у фактичних цінах)

| Показники | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 |
|--|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Роздрібний товарооборот, млн грн | 246903 | 230955 | 280890 | 350059 | 405114 |
| у т.ч. роздрібна торгівля | 238523 | 222849 | 271381 | 338690 | 392555 |
| ресторанне господарство | 8380 | 8106 | 9509 | 11369 | 12559 |
| Темп зростання роздрібного товарообороту до попереднього року, % | 138,5 | 93,5 | 121,7 | 124,6 | 115,7 |
| у т.ч. роздрібна торгівля | 138,9 | 93,4 | 121,8 | 124,8 | 115,9 |
| ресторанне господарство | 127,9 | 96,7 | 117,3 | 119,8 | 110,4 |
| Темп зростання роздрібного товарообороту до 2008 року, % | - | 93,5 | 113,8 | 141,8 | 164,0 |
| у т.ч. роздрібна торгівля | - | 93,4 | 113,8 | 142,0 | 164,5 |
| ресторанне господарство | - | 96,7 | 113,5 | 135,7 | 149,8 |
| Примітка. Складено авторами за даними статистичних щорічників України [1-2]. | | | | | |

Незважаючи на позитивні зміни, попит населення на послуги ресторанного господарства залишається низьким, що викликано зниженням реальної купівельної спроможності населення та переорієнтацією ринку на нижчі цінові сегменти. Із цих позицій, тенденції минулого року у 2013 році суттєво не змінились, а розвиватись активніше стали в основному сегменти середнього та нижче середнього, а також економ-класу. А це у свою чергу посилило рівень конкурентної боротьби за кожного відвідувача. На нашу думку, одним із чинників такої динаміки розвитку ресторанного господарства є зміна структури споживчих витрат населення України (табл. 3) [1-2].

Аналіз сукупних витрат домогосподарств за 2008 – 2012 рр. дозволив визначити позитивну динаміку їх розвитку. Так, якщо у 2008 році сукупні витрати в середньому за місяць із розрахунку на одне домогосподарство становили 2590,4 грн, то до 2012 вони зросли більш

ніж у 1,4 разу та склали 3591,8 грн на місяць. При цьому загальна структура витрат домогосподарств за останні роки дещо змінилась (у 2012 р. 90,9% загальних витрат становлять споживчі витрати, тоді як у 2008 – 86,2%). Питома вага витрат на продовольчі товари, включаючи харчування не вдома, зменшилася на один пункт. Самі ж витрати на харчування не вдома в Україні є незначними.

Як бачимо, тенденції на ринку підприємств ресторанного господарства тісно пов'язані з рівнем соціально-економічного розвитку держави, характером динаміки доходів та структурою витрат населення.

Таблиця 3 – Структура витрат домогосподарств України за 2008 – 2012 рр.

| Показники | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 |
|--|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Сукупні витрати в середньому за місяць на одне домогосподарство, грн | 2590,4 | 2754,1 | 3072,2 | 3456,0 | 3591,8 |
| Структура сукупних витрат домогосподарств, % | | | | | |
| Споживчі сукупні витрати | 86,2 | 87,8 | 90,0 | 90,2 | 90,9 |
| Продовольчі товари (вкл. харчування не вдома) | 51,1 | 53,2 | 54,9 | 54,7 | 53,7 |
| Непродовольчі товари та послуги | 35,1 | 34,6 | 35,1 | 35,5 | 37,2 |
| Неспоживчі сукупні витрати | 13,8 | 12,2 | 10,0 | 9,8 | 9,1 |

Упродовж періоду, що аналізується, зменшилась кількість об'єктів ресторанного господарства. Так, у 2009 р. об'єктів налічувалось 24031 одиниць, а у 2012 – 21619, що привело до скорочення загальної кількості місць на 10% [1-2]. Загальна тенденція до скорочення мережі об'єктів ресторанного господарства та місць у них є характерною для всіх підприємств ресторанного господарства, незалежно від форми власності й місця розташування. Однією з причин цього, на нашу думку, стала економічна криза, унаслідок якої скоротилась місткість споживчого ринку. Так, лише за 2008 – 2009 рр. кількість підприємств зменшилась на 900 одиниць – до 24 тис. Відсутність системної державної політики розвитку й регулювання торговельної діяльності також стало причиною деформації мережі підприємств ресторанного господарства.

Отже, у докризовий період ресторанне господарство України мало стійкі тенденції до зростання, проте у 2009 р. спостерігається погіршення стану за всіма показниками. Упродовж 2010 – 2012 рр. підприємства намагаються відновити свої позиції. Це можливо за умов стабільного зростання економіки, про що зараз можна говорити з високою часткою умовності. Поки що можна прогнозувати, що поточний рік для рестораторів буде як мінімум не гіршим за попередній. Зумовлюють розвиток цього ринку в основному загальноекономічні чинники, а саме: введення нового Податкового кодексу, подорожчання продуктів харчування й енергоносіїв та ін. [4].

Вітчизняний ресторанный бізнес, який функціонує у відкритій мережі, в умовах післякризової економіки розвивається, урахувавши при цьому основні світові тенденції та активно використовуючи новітні технології у сфері виробництва, організації обслуговування та споживання, якості послуг, маркетингу та менеджменту. Передумовами для цього стало проведення в Україні «Євро-2012», напередодні якого бізнес інвестував у нові заклади ресторанного господарства.

Незважаючи на посткризові негативи, ресторанный 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 [3-5].

Припливу нових інвестицій сприяло зниження вартості виходу на ринок ресторанного бізнесу на 30...40%, тобто 400-500 тис. грн (для невеликих орендованих приміщень). Це відбувалося за рахунок зниження орендних ставок, зменшення вартості будівельних робіт і витрат на персонал. Про перспективність ринку для інвестування також свідчить той факт, що в наш час багато ресторанных проєктів знаходиться у стадії проєктування, узгодження й будівництва. Для запуску нових проєктів через 1 – 2 роки підприємці та власники викуповують приміщення, що подешевшали, під ресторани. Але вищезазначена перевага є тимчасовою, за умов поліпшення економічної ситуації та повернення ділової активності на докризовий рівень [3; 5].

Крім того, нові оператори ринку ресторанного бізнесу намагаються менше додатково інвестувати в ресторанный бізнес і прагнуть щонайшвидше окупити свої інвестиції, тому попит мають формати, які не вимагають великих капіталовкладень. Потенційними

об'єктами інтересів інвесторів у недавньому минулому були ресторани, бари та кафе для забезпечених верств суспільства. Але зараз пріоритети в цій сфері бізнесу змінилися: ресторатори, які декілька років тому відкрили престижні заклади, переглядають стратегію розвитку та розробляють новий формат обслуговування, розрахований на представників середнього класу. Найбільш популярними, на думку провідних фахівців ресторанного бізнесу, стануть якісні недорогі мережеві заклади. Про це свідчить також той факт, що зниження прибутковості рестораних проектів збільшило термін окупності, який до кризи в середньому складав близько двох років. «Економність» інвесторів відбивається на площі закладів, що відкриваються. У цей час основна маса запланованих до відкриття підприємств ресторанного бізнесу не перевищує 500 кв. м, тоді як до кризи планувалися заклади з набагато більшими площами [3].

У конкурентній боротьбі вітчизняні підприємства ресторанного господарства не лише займаються пошуком нових сегментів ринку, але й широко застосовують новітні досягнення кулінарії та дизайну, до яких можна віднести креативну кухню, стиль високих технологій, кейтеринг-сервіс тощо. Для популяризації підприємства ресторанного господарства та збільшення його цільової аудиторії господарюючі суб'єкти активно використовують можливості Інтернету шляхом створення веб-сайтів та розміщення їх у ділових, інформаційних, комерційних та туристичних пошукових системах. Усе це (разом із освоєнням нових сегментів ринку) сприяє розвитку ресторанного господарства в Україні та наближенню його до світових стандартів.

Таким чином, у розвитку підприємств ресторанного господарства на сучасному етапі можна визначити такі основні тенденції:

- формування нових напрямів сучасної кулінарії з використанням авторської кухні;
- підвищення вимог до якості сервісу та роботи персоналу;
- оптимізація та побудова якісного управління операційною діяльністю закладу та менеджменту персоналу;
- розвиток закладів середнього рівня, нижче середнього, економ-класу;
- розвиток франчайзингових мереж закладів ресторанного господарства;
- розвиток заміських закладів ресторанного господарства;
- розвиток відомих рестораних брендів.

Висновки. Дослідження стану та тенденцій розвитку ресторанного господарства в Україні на сучасному етапі дозволяє

зробити висновок як про відновлення своїх позицій та наявність перспектив розвитку, так і про проблеми, які негативно відбиваються на розвитку цих підприємств. 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 чека та завантаженості підприємств. Для подолання кризового стану власники та керівники підприємств вживають різних заходів, які в цілому відповідають концепції та формату закладу, статусу споживачів.

Список літератури

1. Роздрібна торгівля України у 2011 році / Держкомстат України ; під заг. кер. В. О. Піщейка. – К. : Консультант, 2012. – 177 с.
2. Статистична інформація України за 2012 рік [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <<http://ukrstat.gov.ua/>>.
3. Каковы перспективы развития ресторанного рынка Украины [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <<http://inercrdit.com.ua/456>>.
4. Ресторанный рынок после кризиса [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <<http://tdgrandreal.ru/>>.
5. Инвестиции в ресторанный бизнес [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <<http://www.homearchive.ru/>>.
6. Тенденции развития ресторанного бизнеса на Украине: «Дешево и сердито» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <<http://tourlib.net/>>.
7. Нечаюк Л. Готельно-ресторанный бизнес. Менеджмент : навч. посіб. / Л. Нечаюк, Н. Нечаюк. – К. : ЦУЛ, 2009. – 344 с.
8. Мальська М. П. Ресторанна справа: технологія та організація обслуговування туристів (теорія та практика) : навч. посіб. / М. П. Мальська. – К. : ЦУЛ, 2013. – 304 с.
9. Пятницька Г. Т. Ресторанне господарство України: ринкові трансформації, інноваційний розвиток, структурна переорієнтація : монографія / Г. Т. Пятницька. – К. : КНТЕУ, 2007. – 465 с.

Отримано 01.11.2013. ХДУХТ, Харків.

© Н.С. Краснокутська, О.П. Ткаченко, А.С. Верменик, 2013.