

УДК 338.46:641

А. О. Обозна,

к. е. н., доцент з/н, декан, ВП "Миколаївський факультет менеджменту і бізнесу Київського університету культури", м. Миколаїв, Україна

ORCID ID: 0000-0002-7243-5105

Н. М. Шабельник,

викладач, ВП "Миколаївська філія Київського національного університету культури і мистецтв", м. Миколаїв, Україна

ORCID ID: 0000-0001-7540-1843

І. А. Федотов,

викладач, кафедри культурології ВП "Миколаївська філія Київського національного університету культури і мистецтв", м. Миколаїв, Україна

ORCID ID: 0000-0001-6299-1020

DOI: 10.32702/2306-6814.2019.13.17

АНАЛІЗ СУЧАСНОГО РИНКУ РЕСТОРАННИХ ПОСЛУГ ТА ЕФЕКТИВНІСТЬ ЇХ ЗАСТОСУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ

A. Obozna,

PhD in Economics, Associate Professor, dean VP "Mykolayiv Faculty of Management and Business of Kyiv University of Culture, Mykolayiv, Ukraine

N. Shabelnik,

lecturer, VP "Mykolaiv branch of the Kyiv National University of Culture and Arts", Mykolayiv, Ukraine

I. Fedotov,

lecturer, Department of Cultural Studies VP "Mykolaiv branch of the Kyiv National University of Culture and Arts, Mykolayiv, Ukraine

ANALYSIS OF THE MODERN MARKET OF RESTAURANT SERVICES AND EFFICIENCY OF THEIR APPLICATION ON THE ENTERPRISE

Визначено, що ресторанне господарство насамперед виконує важливу соціальну функцію — забезпечення клієнтів у харчуванні та суміжних потреб ресторанної галузі.

Обґрунтовано, що формування ефективності ресторанного господарства знаходиться на п'яти ієрархічних рівнях, на початку стоять поведінкові процеси, що забезпечують потреби в засобах існування і добробуту та розвивається за умови дотримання міжнародних тенденцій і стандартів у ресторанному господарстві.

Уточнено, що ресторанне господарство як суб'єкт підприємницької діяльності є специфічним видом бізнесу й галуззю національної економіки, підприємства якої задовольняють потреби населення в безпосередньо готовій до споживання їжі, у зв'язку із чим виконують взаємопов'язані функції із виробництва кулінарної продукції, її реалізації та організації споживання.

Відзначено, важливість фінансової безпеки підприємства як рівня захищеності фінансових інтересів підприємства на всіх етапах фінансових відносин. З'ясовано, що забезпеченість населення закладами ресторанного господарства в 4—9 разів нижче за світову практику.

За результатами досліджень запропоновано послідовність дій під час оцінювання ефективності та привабливості рекомендації з практичного застосування сучасних методів оцінювання процесу ефективності, які можуть бути використані на діючих підприємствах ресторанної сфери при розробці плану їх розвитку.

Сьогодні, коли Україна приєдналася до системи світової економіки шляхом переходу до ринкових відносин і зміцнення приватної власності, доцільно застосовувати міжнародний термін — ресторанне господарство.

Жорстка конкуренція на ринку ресторанних послуг змушує менеджерів вдаватися до різних PR-технологій. Як правило, серйозні PR-акції проводяться в ресторанах, які входять до ресторанного ланцюга і фінансуються іноземними інвесторами. Борючись з пережитками минулого,

доводиться конструювати новий образ, що відповідає вимогам ринку. Брак фінансових ресурсів визначено гальмує здійснення PR-діяльності.

Паблік релейшнз виступає як форма комерційної політики, що спрямована на завоювання сприятливої думки окремих соціальних, професійних груп або конкретних особистостей, створення іміджу ресторану. PR, поряд з рекламою і стимулюванням збуту, є найважливішим інструментом ресторанного маркетингу.

Маркетингова діяльність закладів ресторанного бізнесу повинна забезпечити:

1. Надійну, достовірну і своєчасну інформацію про ринок, структуру і динаміку конкретного попиту, смаків і переваг покупців, тобто інформацію про зовнішні умови функціонування закладу ресторанного господарства.

2. Надання таких послуг та виробництво товарів, які б найбільш повно задовольняли вимоги ринку, більш ніж послуги конкурентів.

3. Необхідний вплив на споживача, на попит, на ринок, що забезпечує максимально можливий контроль сфери реалізації.

Сьогодні існувати у відриві від міжнародної спільноти неможливо, процеси глобалізації зближують культури та країни. Зазначені процеси стоять на одному рівні з процесами створення умов розвитку регіонів, питань ефективності функціонування підприємств всіх організаційних форм власності, посилення міжрегіональних та міжгалузевих зв'язків, формування і розвитку внутрішніх ринків збуту.

It is determined that the restaurant economy first of all performs an important social function – providing customers with food and related needs of the restaurant industry.

It is substantiated that the formation of the efficiency of the restaurant industry is on the five hierarchical levels, in the beginning, there are behavioral processes that meet the needs of livelihoods and well-being and develop on the condition of observance of international tendencies and standards in the restaurant industry.

It is specified that the restaurant economy as a subject of entrepreneurial activity is a specific type of business and a branch of the national economy, enterprises of which satisfy the needs of the population in the immediate ready for consumption of food, in connection with which perform interrelated functions for the production of culinary products, its implementation and organization of consumption.

It is noted, the importance of financial security of the enterprise as a level of protection of financial interests of the enterprise at all stages of financial relations. It was found out that the provision of population by restaurants is 4 – 9 times lower than world practice.

According to the results of the research, the author proposes a sequence of actions in assessing the effectiveness and attractiveness of the recommendations for the practical application of modern methods of evaluating the efficiency of the process can be used at existing enterprises in the restaurant sector when developing their development plan.

Today, when Ukraine joined the world economy through the transition to market relations and the strengthening of private property, it is advisable to use the international term – restaurant economy.

Serious competition in the market of restaurant services forces managers to resort to various PR-technologies. Typically, serious PR-actions are held in restaurants that are part of the restaurant chain and are funded by foreign investors. Struggling with the remnants of the past, we have to construct a new image that meets market requirements. The lack of financial resources is definitely hampering the implementation of PR-activities.

Public relations serves as a form of commercial policy aimed at conveying the favorable opinion of individual social, professional groups or specific individuals, creating a restaurant's image. PR, along with advertising and sales promotion, is the most important tool for restaurant marketing.

The marketing activities of restaurant business establishments should ensure:

1. *Reliable, reliable and timely information on the market, structure and dynamics of concrete demand, tastes and preferences of buyers, that is, information on external conditions of functioning of the restaurant establishment.*

2. *The provision of such services and the production of goods that would fully meet the requirements of the market, more than the services of competitors.*

3. *Necessary influence on the consumer, on demand, on the market, providing the maximum possible control over the scope of implementation.*

It is impossible to exist today in isolation from the international community, the processes of globalization bring together cultures and countries. These processes are on a par with the processes of creating conditions for the development of regions, issues of the efficiency of the functioning of enterprises of all organizational forms of ownership, strengthening interregional and inter-sectoral links, the formation and development of domestic markets.

Ключові слова: ефективність, сучасний ринок, ресторанний бізнес, ефективність підприємства, статистичний аналіз, ресторанне господарство, тенденції розвитку, маркетингова діяльність, процеси глобалізації, PR-технології.

Key words: efficiency, modern market, restaurant business, enterprise efficiency, statistical analysis, restaurant economy, development trends, marketing activity, processes of globalization, PR-technologies.

АКТУАЛЬНІСТЬ ТЕМИ

На сьогодні ресторанний бізнес — одна з найбільш перспективних і швидкозростаючих галузей, що приносить по всьому світу багатомільйонні прибутки. Цей бізнес як одна з галузей туризму несе в собі величезний потенціал для українського ринку, здатний принести стійкий дохід у державний бюджет.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Сучасний розвиток ресторанного бізнесу базується на побудові такої системи обслуговування, яка необхідна для надання якісних послуг своїм клієнтам. Застосування ефективних інноваційних технологій та сучасних ідей забезпечує економічний розвиток бізнесу та фінансову стабільність населення.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Метою дослідження є аналіз ринку ресторанних послуг та теоретично-практичне обґрунтування важливості підвищення ефективності в ресторанному бізнесі.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Питання економічної суті діяльності підприємств ресторанного бізнесу у своїх працях розглядали В.В. Архіпов [1], М.П. Мальська [5], О.В. Яшина [7], Т.В. Шталь, О.В. Кот, А.С. Дядін [6] та ін. Проте проблемні аспекти, пов'язані з сучасним економічним розвитком ресторанного бізнесу, потребують детального вивчення.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

У процесі свого розвитку суспільно-організоване харчування відокремилася у самостійну галузь економіки народного господарства, сферу підприємницької діяльності — ресторанне господарство (РГ), що має власну специфіку. Ресторанне господарство має двоїстий характер, об'єднує підприємства, які одночасно виконують функцію вироблення їжі (харчове виробництво), продажі їжі (торгівлі), організації споживання їжі (організація дозвілля). Тому ресторанне господарство є складовою комплексу соціальної інфраструктури на-

ціональної економіки країни, призначенням якої у суспільному поділі праці є задоволення потреб населення у соціально-культурних і соціально споживчих послугах [1].

Як сфера підприємницької діяльності ресторанне господарство виконує соціальні (задоволення потреб споживачів) та економічні функції (підприємницька одиниця сфери обслуговування).

Економічні функції сфери ресторанного господарства розглядаються як єдиний комплексний механізм виробництва та обігу продукції, що забезпечує ресторанному бізнесу певні переваги в порівнянні з іншими видами діяльності народного господарства. Передусім це перспективний вид діяльності для інвестування капіталу, що гарантує достатньо швидко оберненість вкладених коштів.

Найімовірніше автори зображують радужні тенденції розвитку РГ України. Так, Яшина О.В. [7] стверджує, що ресторанний бізнес в Україні, незважаючи на економічну кризу, залишається привабливим як довгострокова інвестиція з вірогідною прибутковістю в 15—20 % річних. Т.В. Шталь і М.В. Лисак, спираючись на дані росту товарообігу в ресторанному господарстві, констатують, що ресторанний бізнес в Україні демонструє стрімке зростання ділової активності, та має позитивні тенденції розвитку, фінансової стійкості, стимулює збільшення інвестиційної привабливості для іноземних інвесторів [6]. За інформацією Асоціації ресторанного бізнесу України, темпи розвитку ринку ресторанних послуг коливаються в межах 60 — 100 % на рік [9]. У дослідженні Т.В. Шталь, О.В. Кот, А.С. Дядін [6] наполягають, користуючись даними Асоціації франчайзингу України, що навіть у 2010 кризовому році українські ресторатори заробили близько 2,2 млрд дол. США — майже на 10 % більше, ніж роком раніше, і в 2011 р. планували отримати 2,5 млрд дол. США. За їх висновками кількість постійних клієнтів кафе, барів і ресторанів під час фінансової кризи майже не змінилась, хоча більшість споживачів стали економічними. Вони також обґрунтовують перспективи розвитку в Україні франчайзингових форм бізнесу в організації швидкого харчування [6], кейтерінгу, як нового напрямку розвит-

Таблиця 1. Кількість закладів і посадкових місць у рестораних закладах України, на 1 січня 2003–2017 рр.

Показник	Рік					
	2003	2009	2011	2013	2015	2017
Кількість підприємств РГ (за КВЕД)	5226	5028	4744	4343	4147	4976
Загальна кількість закладів РГ у складі підприємств юр. осіб різних видів економічної діяльності	30568	24946	23369	21619	20578	26751
Кількість закладів РГ у складі підприємств РГ (за КВЕД)	12151	10404	99117	9087	9344	11212
Кількість закладів РГ у складі підприємств інших видів економічної діяльності	18417	14542	13452	12532	11234	14043
Питома вага закладів РГ у складі підприємств РГ у загальній кількості закладів РГ, %	39,75	41,71	42,44	42,03	45,41	41,57
Середня кількість закладів РГ на 1 підприємство РГ (за КВЕД)	2,33	2,07	2,09	2,09	2,25	2,12
Кількість посадкових місць у всіх закладах ресторанного господарства, тис. од.	1771	1636	1595	1521	1272	1526
Середня кількість посадкових місць на 1 заклад РГ	57,9	65,5	68,2	70,4	71,5	65,8

Джерело: за даними Державного комітету статистики України.

ку ресторанного бізнесу. Все це забезпечує ресторанному бізнесу певні переваги в порівнянні з іншими видами економічної діяльності. Перспективою розвитку ресторанного господарства, на їх думку, є те, що український ринок ресторанних послуг ще зовсім ненасичений, і навіть, якщо попит падає, це означає лише зменшення відвідувань споживачів ресторанних послуг та середнього чеку, а не повне закриття підприємств.

Вивчення даних Статистичного управління України за період до 2016 року, дозволило нам зробити більш песимістичні висновки щодо розвитку ресторанного господарства України. Для статистичного обліку сфери послуг населенню Статистична служба України враховує ресторанну діяльність одночасно у складі підприємств ресторанного господарства, у складі підприємств різних видів економічної діяльності, як-от: "Тимчасове розміщення й організація харчування", "Торгівля; ремонт автомобілів, побутових виробів та предметів особистого вжитку. Діяльність готелів і ресторанів", а також у розділі "Мережа роздрібною торгівлі та ресторанного господарства підприємств" [10].

Для визначення рівня розвитку ресторанного бізнесу в країні використовують: показники кількості ресторанних підприємств; показники насиченості підприємствами ресторанного і готельно-ресторанного господарства відносно кількості населення; показники товарообігу і прибутковості ресторанного бізнесу; показники структури працюючих за віком, освітою, статтю; показники плінності кадрів тощо.

За даними Міжнародної асоціації готелів і ресторанів у світі налічується 8,1 млн підприємств ресторанного харчування. У цій сфері діяльності зайнято 48 млн осіб. Доходи світової сфери послуг ресторанного харчування перевищують 700 млрд дол. США щорічно, причому на заклади, розміщені в Північній Америці, припадає 51 % усіх надходжень. Згідно з результатами досліджень у 103 країнах один заклад ресторанного харчування у середньому припадає на 477 жителів. У країнах, що відносяться до групи з низькими доходами населення, цей показник збільшується до 618 осіб, а у країнах, що відносяться до групи з середніми і високими доходами, — скорочується до 268 осіб [9].

В Україні ресторанна справа ще не досягла міжнародного рівня і перебуває лише на стадії зародження. Динамічний розвиток цього виду економічної діяльності обумовлює появу ресторанних закладів різних типів і цінкових категорій, що дає споживачам можливість обирати такий заклад ресторанної сфери, що найбільш підходить для них за всіма критеріями.

Зараз в Україні діяльність у сфері ресторанного господарства здійснюють як ресторани підприємства (за КВЕД), так і підприємства різних видів діяльності, структурними підрозділами яких є заклади ресторанного господарства (табл. 1). За станом на 1 січня 2015 р. в Україні функціонувало 4147 підприємств — юридичних осіб (за КВЕД), що на 20,6 % менше порівняно з аналогічним періодом 2003 р. Протягом цього періоду загальна кількість закладів РГ, що здійснюють свою діяльність у складі підприємств — юридичних осіб усіх видів економічної діяльності, зменшилася з 30568 до 20578 — на 32,7 %, а кількість закладів РГ, що здійснюють свою діяльність у складі підприємств ресторанного господарства, зменшилася з 12151 до 9344 — на 23,1%. З цього можна зробити висновок, що інтенсивність (за даними темпів зниження) закриття закладів РГ у складі підприємств РГ менша, чим інтенсивність скорочення кількості закладів РГ у складі підприємств інших видів економічної діяльності. Часто це пов'язано з тим, що заклади ресторанного господарства у складі 72 підприємств інших видів економічної діяльності планово збиткові, бо з самого початку створені для забезпечення внутрішніх соціальних потреб працівників підприємства у харчуванні на виробництві.

Однак у 2017 році тенденції поступово почали змінюватися в напрямку збільшення. За даними компанії "Ресторанний консалтинг" обсяг ресторанного бізнесу міста Києва (як лідера ресторанних послуг України) збільшився на 20 %, а взагалі в країні цей показник наблизився до 25 % [4].

Харчування працівників за місцем роботи підвищує продуктивність праці і мотивацію персоналу. Проте в умовах загальнооекономічної кризи в Україні, все більше підприємств не спроможні утримувати у своєму складі столові, їдальні, кафе, бари, та закривають їх. Тому темпи зміни кількості закладів ресторанного господарства

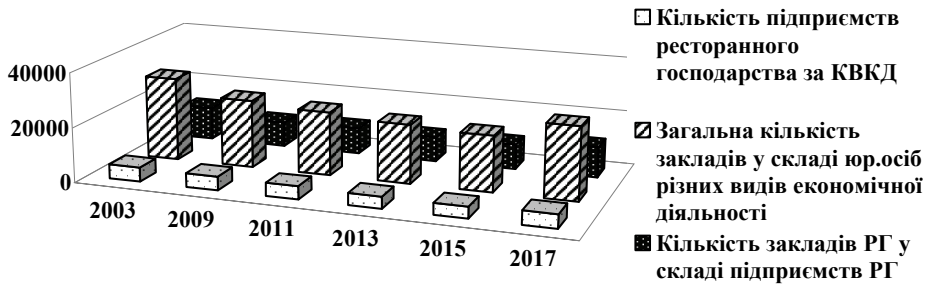


Рис. 1. Динаміка темпів змін кількості підприємств ресторанного господарства

у складі підприємств різних видів економічної діяльності на макrorівні можна вважати додатковим показником прояву кризових явищ в Україні (рис. 1).

За період з 2009 до 2015 рр. темпи зміни кількості підприємств ресторанного господарства — 92,8 %, темпи зміни кількості ресторанних закладів, що входять до них — 101,4 %. Це говорить про те, що кількість підприємств скоротилася на 7,2 %, а кількість ресторанів, що входять до складу цих підприємств, збільшилася на 1,4 %. Як бачимо з табл.1, кількість закладів ресторанного господарства, що приходиться на 1 ресторанне підприємство, практично не змінювалося з 2009 до 2013 рр., і залишалось на рівні 2,07 — 2,09 закладів на 1 підприємство. Лише в 2015 р. відбулося більш суттєве збільшення цього показника до 2,25 закладів на 1 підприємство. Зазвичай, підприємства РГ України у своєму складі відокремлюють кафе і бари (2 заклади у складі 1 підприємства).

У результаті на початок 2013 р. бачимо тенденцію більш інтенсивного закриття ресторанних закладів у складі підприємств за різними видами економічної діяльності, ніж у складі підприємств, збільшення питомої ваги закладів РГ у складі підприємств РГ у загальній кількості закладів РГ України з 39,75 % у 2003 р. до 42,03 % (табл. 1). Це говорить про те, що незважаючи на прискорення темпів зменшення кількості закладів ресторанного господарства у структурі підприємств, що за основним видом діяльності не відносяться до ресторанної діяльності, в ресторанному господарстві України саме ці заклади виконують функцію харчування населення в більшій мірі, ніж безпосередньо підприємства ресторанного господарства.

Заклади, яких залишається більше, ніж спеціалізованих закладів у складі ресторанних підприємств, виконують також виробничу функцію підвищення продуктивності і ефективності національної економіки країни. Тому саме ці заклади, не менше ніж інші, потребують уваги Держави під час розроблення програми планування і регулювання ресторанного господарства. Якщо заклади ресторанного господарства у структурі підприємств різних видів економічної діяльності створюються, найімовірніше, для забезпечення харчування і підвищення продуктивності праці трудового колективу підприємства, то головна функція самостійних закладів ресторанного господарства — створення умов для проведення дозвілля і харчування населення у неробочі години.

Підприємства в національній економіці країни відіграють соціальну функцію відновлення сил населен-

ня в часи відпочинку, забезпечення їжею і організацією дозвілля потоків туристів і відпочивальників, створення додаткових робочих місць, зменшення рівня безробіття і росту зайнятості населення, збільшення їх матеріальних доходів. Тому усі заклади ресторанного господарства заслуговують на увагу, підтримку і регулювання держави з точки зору сприяння розвитку соціальної сфери обслугову-

вання населення, підвищення якості і рівня життя в країні, що є частиною комплексу пріоритетів країни. Кількість посадкових місць у закладах ресторанного господарства за досліджений період зменшилося на 16,8 % — з 1771 до 1272 тис. од. (табл. 1). Водночас кількість закладів РГ у складі підприємств за різними видами економічної діяльності зменшилася на 31,7 %. З цього було зроблено висновки, що до 2016 року сформувалася тенденція створення і функціонування підприємств, розрахованих на більшу кількість посадкових місць. Як бачимо з таблиці 1, середня кількість посадкових місць на 1 заклад збільшилася з 57,9 у 2003 р. до 71,5 у 2015 р. Проте, забезпеченість закладів РГ посадковими місцями на підприємствах РГ і на підприємствах інших видів економічної діяльності різна.

За період з 2003 до 2015 рр. загальна кількість ресторанних закладів скоротилася на 32,7 %. Водночас середньорічні темпи зменшення кількості закладів були на рівні 0,96 (щорічне зменшення в середньому на 4%). І тільки на 1 січня 2017 р. маємо значне підвищення за досліджений період кількості закладів в Україні на 33%. Скорочення загальної кількості закладів відбувалося за рахунок скорочення на 39% кількості закладів ресторанного господарства, що входять до складу підприємств, які за економічними видами діяльності не відносяться до ресторанного господарства. Кількість закладів ресторанного господарства у складі підприємств також скорочувалася, але меншими темпами. За досліджений період бачимо зменшення цієї категорії закладів на 23,1%.

Зменшення кількості підприємств відбувалося паралельно зі зменшенням кількості закладів у них, але трохи меншими темпами (— 20,6%). Це говорить про незначну тенденцію зменшення закладів ресторанного господарства у складі підприємств РГ. Кількість посадкових місць у закладах РГ скоротилася на 16,9% на фоні скорочення кількості закладів РГ на 32,7%. Це говорить про те, що скорочення кількості закладів ресторанного господарства за досліджений період з 2003 р. відбувся за одночасного збільшення середньої кількості посадкових місць, що знаходяться в закладах РГ, у 2 рази (32,7 / 16,9). Водночас кількість посадкових місць у закладах ресторанного господарства, що знаходяться у складі підприємств не ресторанного господарства, залишається на рівні 60 місць на 1 заклад, а кількість посадкових місць у закладах РГ, що знаходяться у складі підприємств РГ продовжує збільшуватися з 68,5 до 71,5 місць на заклад.

Закладів РГ у складі підприємств РГ стало менше, а місць у закладах, що залишилися, стало більше. Мож-

Таблиця 2. Кількість і структура підприємств ресторанного господарства в Україні

Роки	Всього підприємств		Ресторани		Кафе		Бари		Їдальні	
	од.	%	од.	%	од.	%	од.	%	од.	%
2001	4849	100	468	9,7	2906	59,9	766	15,8	709	14,6
2007	4591	100	582	12,7	2875	62,6	658	14,3	476	10,4
2009	5028	100	698	13,8	3034	60,3	814	16,3	482	9,6
2012	4751	100	898	18,9	2688	56,6	727	15,3	438	9,2
2015	4147	100	705	17,1	2425	58,5	612	14,7	405	9,7
2017	4976	100	972	19,5	2714	54,5	798	16,1	492	9,9

Джерело: за даними Державного комітету статистики України.

ливо, це свідчить про те, що закриваються маленькі заклади ресторанного господарства, і виживають більш крупні заклади, з більшою кількістю посадкових місць. В умовах економічної кризи підвищується конкурентна боротьба. Виживають більш ефективні підприємства, які можуть інвестувати більше коштів у благоустрій закладу, застосовувати інноваційні методики, рекламу, Інтернет, висококваліфіковані кадри.

На 1 січня 2015 р. кількість підприємств ресторанного господарства в Україні склала 4147 одиниць. З 2003 по 2009 рр. кількість цих підприємств кожен рік зменшується на 3%. Як відомо, в 2008 р. відбувався бум активного споживчого і підприємницького кредитування. Банки легко надавали кредити у валюті на розвиток бізнесу, що мало сприяти відкриттю нових підприємств.

Населення легко отримувало споживчі кредити, що створювало видимість зайвих коштів і сприяло зросту платоспроможного попиту на послуги підприємств ресторанного господарства. З 1 січня 2009 р. економіка України в повній мірі відчула наслідки світової фінансової кризи, що почалася у другій половині 2008 р. Ті підприємства, що були створені за рахунок банківського валютного кредитування, за різкого зростання вартості валюти США, не могли повертати кредити і закривалися. Цьому же сприяло зниження платоспроможного попиту на послуги ресторанних закладів з боку населення. На тлі зменшення доходів середнього і бідного прошарку населення, споживання продукції ресторанів збільшується, навіть у кризовий рік. У той час, як кількість ресторанів неухильно збільшується в загальному обсязі, так і в структурі підприємств ресторанного господарства, кількість кафе, барів і їдалень зменшується (табл. 2).

Таким чином, найбільш уразливими до фінансової кризи в країні виявилися підприємства-кафе, які призначені для обслуговування населення з середніми доходами (табл. 2). Проте, незважаючи на постійне зменшення кількості кафе, вони все ще формують більшість серед типів підприємств ресторанного господарства, і займають на 1 січня 2017 р. 54,5% у загальній кількості підприємств ресторанного господарства.

На рисунку 2 ми можемо побачити, що кількість всіх підприємств ресторанного господарства і кафе змінювалася паралельно.

Це говорить про те, що зменшення кількості підприємств відбувається саме за рахунок закриття кафе. Водночас кількість їдалень та закладів постачання їжі в структурі підприємств ресторанного господарства залишається незначною і практично не змінюється. Кількість ресторанів неухильно зростає. Це зростан-

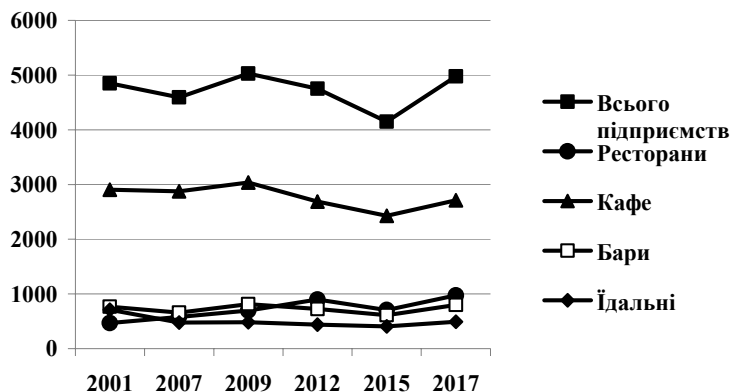


Рис. 2. Динаміка підприємств ресторанного господарства з 2001—2017рр.

ня кількості підприємств ресторанного господарства в Україні співпало з бумом активної кредиторської діяльності банків до настання фінансової кризи 2008 р. у світі, а потім і в Україні.

Як бачимо, скорочення підприємств ресторанного господарства в Україні відбувається, головним чином, за рахунок скорочення кількості кафе, їдалень і підприємств постачання їжі, які втрачають популярність серед споживачів за умов скорочення платоспроможного попиту відвідувачів. Саме ці типи підприємств РГ закриваються в першу чергу. Водночас сформувалася тенденція повільного збільшення кількості ресторанів, що обумовлено зміною культури споживання ресторанного продукту в Україні

Таким чином, ресторанне господарство України з 2001 до 2014 рр. має регресивну кризову тенденцію розвитку, що поступово змінюється позитивно починаючи з 2015 року. Кількість суб'єктів господарювання постійно змінюється в усіх сегментах і типах діяльності.

Зміни показників ресторанного господарства за рівнем роздрібного товарообороту, кількості закладів, кількості посадкових місць у них, характеризує зміну добробуту населення на тлі зміни економічного стану країни. Це пов'язано з тим, що розвиток ресторанного господарства, залежить від купівельної спроможності населення, розвиненості мережі торговельних закладів, товарної забезпеченості, інформаційної, транспортної інфраструктури тощо. Тому визначення тенденцій розвитку ресторанного господарства, як і інших видів економічної діяльності національного господарства, актуальне для оцінки економічного стану країни, розроблення програм державного регулювання, визначення можливих структурних змін.

Для кожного ресторанного закладу бажано підвищення ефективності діяльності всіх структурних підроз-

ділів, що в цілому приведе до підвищенню ефективності роботи всього підприємства.

Сутність проблеми підвищення ефективності діяльності полягає в тому, щоб на кожну одиницю витрат досягти максимально можливого збільшення обсягу наданих послуг або прибутку. Виходячи з цього, єдиним макроекономічним критерієм ефективності діяльності стає зростання продуктивності суспільної праці.

Основним принципом формування системи показників ефективності діяльності підприємства є співвідношення кінцевого результату (у вигляді обсягу випуску або реалізації продукції) і ефекту (прибутку) з застосованими і спожитими ресурсами (в сукупності або за окремими видами).

Ефективністю важливого значення набуває класифікація чинників її зростання за певними ознаками: видами витрат і ресурсів; напрямками розвитку і вдосконалення діяльності; місцем реалізації в системі управління діяльністю. Отже, за видами витрат і ресурсів джерелами підвищення ефективності є такі: зростання продуктивності праці і збільшення фондомісткості і матеріаломісткості послуг, раціональне використання природних ресурсів.

Визначальними напрямками є: прискорення науково-технічного та організаційного прогресу, вдосконалення структури виробництва, підвищення якості та конкурентоспроможності ресторанного продукту і послуг, різнобічний розвиток і вдосконалення зовнішньоекономічної діяльності.

ВИСНОВКИ

Забезпеченість населення закладами ресторанного господарства і посадковими місцями в декілька разів нижча за світовий рівень, але починає зростати. Все це відбувається на тлі, коли ресторани різних країн світу розвиваються швидкими темпами, надаючи податкові надходження в бюджет, забезпечуючи новими робочими місцями населення, виконуючи соціальну функцію харчування і організації дозвілля населення, притягуючи туристичні потоки, та опосередковано створюючи умови для отримання доходів від них. Тому проведений аналіз може стати для наступного кроку на шляху підвищення ефективності діяльності ресторанного господарства України. Для подальшого розвитку, необхідним є визначення зовнішніх і внутрішніх причин регресивного розвитку діяльності із забезпечення стравами та напоями у ресторанному господарстві.

Література:

1. Архіпов В.В. Організація обслуговування в закладах ресторанного господарства: навч. посібник для студентів ВНЗ / В.В. Архіпов, В.А. Русавська. — К.: Центр учб. л-ри, 2009. — 342 с.
2. Дмитрієва Н. А. Визначення економічної ефективності на макро- та мікрорівнях / Н.А. Дмитрієва // *Фінанси України*. — 2000. — № 9. — С. 68—73.
3. Карл Уильям Л. Организация обслуживания на предприятиях массового питания [Текст]: (Пер. с англ.). — М.: Экономика, 1979. — 136с.
4. Тренды ресторанного бизнеса 2017 от Poster [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://joinposter.com/post/restaurant-business-trends-2017>

5. Мальська М.П. Ресторанна справа: технологія та організація обслуговування туристів (теорія та практика): підручник / М.П. Мальська, О.М. Гаталяк, Н.М. Ганнич. — К.: Центр учбової літератури, 2013. — 304 с.

6. Шталь Т.В. Сучасний стан та тенденції розвитку ресторанного господарства України та Харківського регіону / Т.В. Шталь, О.В. Кот, А.С. Дядін // *Вісник Львівської комерційної академії*. — 2011. — Серія Економічна. Вип. 38. — С. 137—141. 159.

7. Яшина О.В. Особливості розвитку ресторанного господарства в Україні [Електронний ресурс] / О.В. Яшина // *Все о туризме. Туристическая библиотека*. — Режим доступу: tourlib.net/satti_ukr/yashina.htm

8. Мазаракі А.А. Організація обслуговування в закладах ресторанного господарства: підручник / А.А. Мазаракі [та ін.], за заг. ред. 221 Н.О. П'яницької. — 2-ге вид., пероб. та допов. — К.: Центр навч. л-ри, 2011. — 584 с.

9. Ринок ресторанного бізнесу України [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://poglyad.com/blog/4/437/>

10. Державний комітет статистики України. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

References:

1. Arkhipov, V.V. (2009), *Orhanizatsiia obsluhovuvannia v zakladakh restorannoho hospodarstva* [Organization of services in institutions restaurant industry], Tsentruchb. l-ry, Kyiv, Ukraine.
 2. Dmitrieva, N.A. (2000), "Determination of economic efficiency at macro and micro levels", *Finansy Ukrainy*, vol. 9, pp. 68—73.
 3. Karl, U.L. (1979), *Organizacija obsluzhivaniya na predpriyatijah massovogo pitaniya* [Organization of service at catering establishments], Jekonomika, Moscow, Russia.
 4. joinposter.com (2017), "Trends of restaurant business 2017 from Poster", available at: <https://joinposter.com/post/restaurant-business-trends-2017> (Accessed 20 June 2019).
 5. Mal's'ka, M.P. (2013), *Restoranna sprava: tekhnolohiia ta orhanizatsiia obsluhovuvannia turystiv (teoriia ta praktyka)* [Restaurant business: technology and organization of tourist services (theory and practice)], Tsentr uchbovoi literatury, Kyiv, Ukraine.
 6. Shtal', T.V. (2011), "The current state and trends of the restaurant industry in Ukraine and the Kharkiv region", *Visnyk L'vivs'koi komertsijnoi akademii. Seriia Ekonomichna*, vol. 38, pp. 137—141.
 7. Yashyna, O.V. (2019), "Features of restaurant business development in Ukraine", available at: tourlib.net/satti_ukr/yashina.htm (Accessed 20 June 2019).
 8. Mazaraki, A.A. (2011), *Orhanizatsiia obsluhovuvannia v zakladakh restorannoho hospodarstva* [Organization of service in restaurants], Tsentr navch. l-ry, Kyiv, Ukraine.
 9. poglyad.com (2010), "Market restaurant business in Ukraine", available at: <http://poglyad.com/blog/4/437/> (Accessed 20 June 2019).
 10. State Statistics Committee of Ukraine (2019), "Statistical information", available at: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (Accessed 20 June 2019).
- Стаття надійшла до редакції 26.06.2019 р.*