

УДК 911.3 (477.75)

ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА В УКРАИНЕ И АВТОНОМНОЙ РЕСПУБЛИКЕ КРЫМ

Карташевская И.Ф.

Исследованы статистические данные, дающие представление об организации общественного питания в Украине и Автономной Республике Крым. Рассмотрены основные тенденции развития ресторанного обслуживания и внедрения прогрессивных форм питания, используемых за рубежом.

Ключевые слова: организация общественного питания, предприятия быстрого обслуживания, ресторан.

Актуальность выбранной темы связана с тем, что в последние годы в Украине активизировалась работа, связанная с гостиничным и ресторанным бизнесом. Новые учебные пособия в корне изменили организацию подготовки отечественных специалистов. При этом выпускники высших учебных заведений, на практике сталкиваются, как правило, с морально устаревшими подходами ведения гостиничного хозяйства, приспособленными под гостиницы и рестораны зданиями, оснащенными устаревшим оборудованием. Формирование сети предприятий общественного питания в Украине происходит стихийно и практически полностью зависит от ведомственной принадлежности и финансовых возможностей их владельцев. Особенно ярко этот процесс проявляется в Автономной Республике Крым. Статистические данные показывают деформированную структуру размещений, например, ресторанов, основная часть из которых открыта в Ялте и Симферополе. Обслуживающий персонал небольших частных кафе сезонного типа набирается стихийно, без профессиональной подготовки. В санаторно-курортных комплексах в летний сезон в основном работают студенты ПТУ. Сеть предприятий общественного питания в АРКрым является составной частью санаториев, пансионатов, гостиниц, принадлежащих более чем 80 ведомствам. Следовательно, вопросы государственного регулирования, статистического учета, стандартизации и сертификации, подготовки руководящих кадров ведомственных предприятий общественного питания на сегодняшний день в Украине не решены.

Цель исследования: изучить вопросы управления ресторанным бизнесом на государственном уровне.

Задачи:

- изучить результаты научных исследований в рамках определенной темы;
- проанализировать статистические данные по вопросам организации общественного питания в Украине и АР Крым;
- изучить круг проблем и нерешенных вопросов в сфере ресторанного бизнеса и общественного питания;
- изучить тенденции развития ресторанного бизнеса в международной практике.

Анализ последних публикаций. В мировой и отечественной практике исторически-обособленно сформировалось гостиничное хозяйство. Ресторанное обслуживание в международной практике - неотъемлемая часть гостиничного хозяйства. В бывшем Советском Союзе, а затем и в Украине сложилась многолетняя практика организации общественного питания. Лишь только с развитием туристских гостиничных сетей остро встал вопрос об организации и управлении предприятиями общественного питания всех форм собственности и ведомственной подчиненности. Отсутствие единых статистических данных затрудняет научное исследование в этой области.

Значительная часть публикаций связана с технологией приготовления пищи и организацией работы на предприятиях общественного питания: Волков Ю.Ф. [1], Богушева В.И. [2], Коршунов Н. В. [3], Ключников.В.П. [4], Усов В.В.[5].

Следует выделить вторую группу публикаций, в которых рассматриваются вопросы управления ресторанами как составляющей частью гостиниц: Квартальнов В.А [6], Чудновский А.Д.[7], Мунін Г.Б.[8], Байлик С.И.[9], Малюк Л.П. Москаленко И.И. [10], Ефимова О.П.[11].

Третья группа публикаций представлена переводной зарубежной литературой, среди которых работы Уокера Дж.Р..[12, 13] и др.

Четвертая группа научных публикаций, связанных с анализом работы непосредственно предприятий общественного питания и ресторанов представлена в основном и диссертационными и дипломными работами аспирантов и студентов: Сидоренко Л.А. [14], Расулова А.М.[15] В тематическом направлении отсутствуют научные публикации, связанные с особенностями регионального и государственного управления предприятиями общественного питания, ресторанами.

Результаты исследования. Рост украинской отрасли общественного питания тесно связан с экономическим ростом, реальными доходами населения. Специалисты отмечают тенденцию к снижению числа ресторанов и столовых, и ростом кафе и закусочных. Общие тенденции данной отрасли ярко видны на примере г. Киева. Если в 2004 году емкость столичного рынка ресторанов быстрого питания составляла 450 млн грн, то в 2007 году ожидается минимум 20%-е увеличение рынка. В Киеве на сегодняшний день работает 20 сетей фаст-фуда, т. е в целом 102 ресторана, но до конца года их число должно вырасти до 130. Причины такого бурного развития рынка легко объяснимы — в отличие от элитных, концептуальных ресторанов формат фаст-фудов более системный и технологичный, потребности населения в заведениях средней и ниже средней ценовой категории (10-17 грн) постоянно возрастают. Кроме того, ежегодно ресторан быстрого питания в среднем дает прирост доходов в 7-10% [14].

Поскольку сегмент элитных концептуальных ресторанов перенасыщен, наиболее перспективная ниша – заведения разных типов средней и ниже средней ценовой категорий. По мнению специалистов перспективными остаются заведения, рассчитанные на автомобилистов, в которых покупка еды осуществляется по принципу Мак-Драйв (из окошка выдачи по пути). А также фаст-фуды, основанные

ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА В УКРАИНЕ И АВТОНОМНОЙ РЕСПУБЛИКЕ КРЫМ

на определенном продукте или типе кухни – японский («Якитория»), испанский, немецкий фаст-фуды, сосисочные, гриль-бары, кафе-барбекю, блинные, пельменные. Наиболее перспективные сегменты - заведения для детей, либо в форме комплекса с соответствующим набором услуг (игровая комната или площадка, кафе с оригинально поданными простыми блюдами, зверинец, парикмахерская, магазин игрушек и т. д.), либо в форме кафе или детского бара с игровыми элементами. Определенную нишу, хоть и рассчитанную на довольно ограниченную аудиторию, представляют заведения с декларируемой пользой для здоровья – салат-бары, витамин-бары, кафе с различными блюдами в паре с витаминными коктейлями. Не до конца освоенным можно считать формат клубных заведений – не ночных клубов как таковых, а именно клубов в действительном понимании этого слова, рассчитанных на узкий определенный круг лиц (сигарные клубы, дегустационные клубы). Свободную нишу можно искать не только в формате, но и в месторасположении заведения. Например, в недостаточном количестве еще загородных заведений с определенным комплексом услуг (ресторан, гостиничные номера, бассейн, детская площадка, бильярд, теннис и т.д.), рассчитанные на семейную аудиторию и проведение банкетов.

Украина начала внедрять предприятия быстрого питания с 1997 года, когда компания McDonald's открыла свой первый ресторан в столице страны. До этого местная отрасль предприятий быстрого питания была представлена лишь столовыми и кафетериями советского типа, которые мало изменились с советских времен в плане качества обслуживания и пищи. Но появление McDonald's предвещало коренные перемены в развитии бизнеса в области быстрого питания в Украине. В 1998 году стали появляться первые отечественные сети предприятий общественного питания быстрого обслуживания, и с 2000 года эта отрасль переживает настоящий бум на фоне мощного экономического роста и увеличения персонального дохода населения. Тем не менее, устаревшие кафетерии все еще составляют значительную долю рынка.

Предприятия общественного питания быстрого обслуживания в Украине в общем можно разделить на сети ресторанов с признанными торговыми марками, передвижные сети, отдельные точки/киоски, продающие хот доги, пиццу, печеные продукты, курицу на вертеле и т.д., частные рестораны и кафе, предлагающие еду по сравнительно невысоким ценам и, наконец, старые столовые советского типа (которые не следует путать с современными просторными кафетериями, которые используют тот же принцип самообслуживания, но намного отличаются по выбору и качеству пищи, санитарным условиям и другим аспектам). Важно отметить, что на организованный бизнес в области быстрого питания (сети) приходится незначительная доля рынка (хотя на рынке уже действуют около 20 сетей, имеющие в общей сложности около 200 ресторанов), в то время как частные киоски, многие из которых еще даже не имеют государственной регистрации, доминируют на рынке.

Основными характеристиками ресторанов быстрого обслуживания являются ограниченное количество блюд в меню, значительный поток клиентов, низкие и умеренные цены и интенсивный рабочий процесс. Концепция быстрого

обслуживания предполагает, что один клиент обслуживается за 1-7 минут, что в свою очередь предполагает, что типичный клиент проводит в торговой точке быстрого питания до 30 минут. Большинство местных точек быстрого питания предлагают алкогольные напитки, но их выбор обычно ограничивается пивом. Кроме того, для большинства местных ресторанов быстрого обслуживания является характерным предлагать в одном и том же месте гамбургеры, салаты, пиццу, кондитерские изделия и другие различные продукты питания, что является еще одним свидетельством того, что рынок находится на раннем этапе своего развития. По мере развития и роста бизнеса в области быстрого питания, рестораны вероятно, попытаются сузить свою специализацию в поисках незанятой ниши на рынке. Помимо еды, дифференциация также должна стать более заметной в качестве обслуживания (например, рестораны будут выбирать между самообслуживанием и обслуживанием официантами, одноразовой или многоразовой посудой и столовыми приборами и т.д.).

В развитых странах франчайзинг является одним из наиболее практичных способов увеличения продаж и доли рынка. Например, прогнозируется, что в среднесрочной перспективе в Соединенных Штатах, которые являются крупнейшим в мире экспортером франчайзинговых услуг, на рестораны быстрого обслуживания, работающие по франчайзинговой схеме, будет приходиться до 50% всего объема розничных продаж в стране. Кроме того, бизнес в области быстрого питания составляет крупнейшую долю (18%) общего оборота американских франчайзи. Средняя доходность инвестиций всех франчайзи в развитых странах, достигнутая за значительный период времени, оценивается на уровне 25%, что является очень высоким показателем. Поэтому ожидается, что количество франчайзи в Европе будет расти ежегодно на 10-15%. Следует отметить, что до сих пор процент банкротств франчайзи был довольно низким и за последние пять лет составил 8% от общего количества франчайзи в Европе.

Из-за вышеуказанных проблем регуляторного характера франчайзинг в Украине еще не получил такого признания, какое он имеет на Западе. McDonald's, будучи крупнейшим франчайзером в мире, открыл в Украине более 50 ресторанов, но лишь только собирается выдать свою первую франшизу в стране. Другим препятствием для развития франчайзинга является недостаточное признание прав интеллектуальной собственности в Украине, о чем свидетельствует непонимание многими местными бизнесменами того, что успешная торговая марка является чьей-то собственностью и что за ее использование нужно платить. Тем не менее, несколько местных игроков активно работают по схеме франчайзинга. Самым известным примером является львовская "Торгова Марка", которая с помощью франчайзинга вывела свои бренды "Пицца Челентано" и "Картопляна Хата" за пределы западной Украины в другие регионы и в настоящее время представлена примерно 50 ресторанами в основных регионах страны, а также в Польше. Местная плата за использование франшизы незначительна по сравнению с зарубежными странами (до 9 500 дол. США).

Основными характеристиками традиционного ресторана быстрого обслуживания являются ограниченное количество блюд в меню и быстрое

ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА В УКРАИНЕ И АВТОНОМНОЙ РЕСПУБЛИКЕ КРЫМ

обслуживание клиентов. Средний чек составляет 2-4 дол. США. Обычно считается, что успешный ресторан быстрого обслуживания должен ежедневно обслуживать как минимум 100 клиентов на каждое посадочное место, но этот показатель, конечно же, зависит от местонахождения ресторана и организации его работы. Поэтому поток клиентов может варьироваться от 10-30 человек на одно посадочное место до 30 000 на один ресторан, как это было в первом ресторане McDonald's в Москве. Еще одним преимуществом традиционных ресторанов быстрого обслуживания является возможность видеть собственными глазами процесс приготовления пищи, что дает посетителям психологическую уверенность в том, что их пища является свежеприготовленной.

Чтобы постоянно обеспечивать сеть своих ресторанов полуфабрикатами, компании, специализирующиеся на традиционной быстрой пище, должны иметь комплекс для приготовления продуктов. Один такой комплекс может обслуживать как минимум 10 ресторанов и стоит от 100 000 дол. США, при этом срок его окупаемости составляет примерно пять лет. Такие комплексы обычно организовываются за пределами центральной части города. Это повышает значение факторов месторасположения и логистики, поскольку срок хранения многих продуктов быстрого питания очень короткий (до шести часов) и их необходимо доставлять в рестораны несколько раз в день.

Современные просторные кафетерии представляют собой еще один крупный сегмент местного бизнеса в области быстрого питания. По типу обслуживания они похожи на столовые советских времен (посетители сами себя обслуживают, выбирая блюда, выставленные на длинном прилавке, а затем приносят их на столы, чтобы поесть). Но это единственное сходство. Помимо современного оформления, лучшего качества еды и более приятного обслуживания новые рестораны самообслуживания с длинными прилавками для блюд предлагают намного более обширное меню (до 150 блюд), что также является их важным отличием от традиционных ресторанов быстрого обслуживания. Эти кафетерии стали очень популярными среди местных потребителей, которые продемонстрировали готовность ждать и платить немного больше в обмен на более широкий выбор блюд. Однако перспективы роста этого бизнеса зависят от наличия свободных помещений, поскольку для таких ресторанов может требоваться площадь до 500 кв. м. В этом случае необходимо отказаться от благоприятного месторасположения. Однако обширное меню не оказалось препятствием для быстрого обслуживания. В местных ресторанах самообслуживания с длинными прилавками для блюд посетители обслуживаются почти так же быстро, как и в традиционных ресторанах быстрого обслуживания - в среднем, за 5-7 минут - и платят почти столько же (в среднем, 2-3 дол. США). Но поскольку эти рестораны ориентированы на более широкую категорию потребителей (по возрасту), стоимость одной покупки может варьироваться в пределах от 50 центов до 6 дол. США. Еще одна особенность этого типа ресторанов быстрого обслуживания состоит в том, что каждый из них имеет свою собственную кухню. Местные рестораны самообслуживания с длинными прилавками для блюд имеют много общего с ресторанами формата Quick & Casual. Эти рестораны представляют собой смесь традиционного ресторана с рестораном

быстрого обслуживания. Обычно они имеют более простой интерьер, меньшее количество блюд в меню и получают меньшую прибыль по сравнению с традиционными ресторанами, но быстрое обслуживание является их важнейшим приоритетом. В то же время, средний размер чека ресторана Quick & Casual составляет 7-10 дол. США, что выше размера среднего чека типичного ресторана быстрого обслуживания. Как правило, рестораны Quick & Casual имеют уникальный дизайн интерьера, имеют свои собственные фирменные блюда и предлагают такие дополнительные услуги, как обслуживание официантов, бесплатная стоянка, книги и журналы для чтения, еда на вынос и доставка еды на дом, обслуживание банкетов и т.д. Рестораны Quick & Casual становятся все более популярными на Западе и ожидается, что в ближайшее время они станут так же более распространенными и в Украине. Ожидается, что в этой нише будут преобладать отдельные частные рестораны, но и существующие сети ресторанов также могут счесть привлекательным для себя специализироваться на национальной кухне (украинской, китайской, европейской). В настоящее время лишь несколько компаний позиционируют себя как Quick & Casual. Большинство иностранных сетей ресторанов быстрого обслуживания все еще не приходят в Украину из-за отсутствия законодательства в области франчайзинга, неудовлетворительного общего делового климата, включая бюрократию и сложную систему налогообложения, а также другие негативные факторы. Все это вселяет в них неуверенность относительно того, смогут ли они в долгосрочной перспективе вести успешный бизнес в Украине и обеспечить строгое соблюдение своих требований в отношении месторасположения ресторанов, их оформления и качества пищи. Тем не менее, сообщается, что такие международные сети ресторанов быстрого обслуживания, как KFC, Taco Bell и Sbarra присматриваются к Украине. Появление на рынке других западных сетей ресторанов быстрого обслуживания, помимо McDonald's, будет только приветствоваться. И хотя в краткосрочной перспективе их отсутствие может быть выгодным для местных сетей ресторанов быстрого обслуживания, облегчая их рост и развитие, появление западных сетей ресторанов в конечном итоге будет предварительным условием выведения стандартов украинского бизнеса в области быстрого питания на качественно новый уровень.

В Крыму уже действует филиал таких сетей как «Мак Дональдз» – Ялта, Симферополь, Севастополь, «Пицца Челентано» – Ялта, Симферополь, Севастополь, Евпатория, «Картопляна Хата» - Севастополь, а также существуют и развиваются местные сети – «МэджикБургер», «Амиго» и другие.

Анализируя отрасль общественного питания и розничный товароборот в АРК, следует оценить место АРК на украинском рынке.

Анализ статистических данных показывает, что основная сеть общественного питания в АР Крым представлена кафе (74 %), рестораны составляют 10% от общего количества предприятий общественного питания, столовые соответственно - 9%, бары - 7%. На 10 000 жителей полуострова приходится в среднем 7-8 ресторанов. Максимальное количество ресторанов сосредоточено в Ялте и Симферополе, что уже создает диспропорцию, снижает качество питания туристов, которые пользуются базой размещения в многочисленных курортных городах и

ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА В УКРАИНЕ И АВТОНОМНОЙ РЕСПУБЛИКЕ КРЫМ

поселках полуострова. Приводимые цифровые данные можно принимать во внимание только приблизительно так как состояние статистики далеко несовершенно. В показатели государственной статистики не включены столовые, кафе, бары санаторно-курортных и туристических комплексов, число которых только в АР Крым насчитывает более 600.

Перспективы дальнейших исследований. Только поверхностный анализ организации общественного питания в Украине и в частности в АР Крым позволяет выявить целый ряд нерешенных проблем, которые в дальнейшем требуют научного обоснования. Среди них следующие:

- особенности государственного подхода в управлении и регулировании предприятиями общественного питания,
- территориальное размещение предприятий общественного питания,
- государственное стимулирование перспективных форм ресторанного обслуживания,
- инвестиционное и инновационное управление ресторанными комплексами,
- организация статистического учета предприятий общественного питания разных форм собственности.
- организация питания в санаторно-курортных, туристических и гостиничных комплексах,
- система подготовки руководителей ресторанного обслуживания,
- стандартизация, сертификация предприятий общественного питания для туристов.

Выводы. В связи с увеличением туристских потоков расширяется гостиничный и соответственно ресторанный бизнес. Однако появление предприятий общественного питания происходит стихийно. Новые прогрессивные формы в организации питания внедряются крайне медленно и не стимулируются государством. Отсутствие единой государственной политики в области организации питания многочисленных туристов, отдыхающих на курортах Украины снижает качество отдыха и соответственно препятствует укреплению имиджа Украины на международном уровне.

Список литературы

- 1 Волков Ю.Ф. Технология гостиничного обслуживания. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2003. – 384 с.
- 2 Богушева В.И. Бары и рестораны. Искусство обслуживания. – Ростов-на-Дону: Феникс. – 1998.
- 3 Коршунов Н.В. Организация обслуживания в ресторанах. – М.: Высшая школа. – 1980.
- 4 Ключников В.П. Оборудование предприятий общественного питания: Справочник. – М.: Экономика, – 1985.
- 5 Усов В.В. Организация обслуживания в ресторанах: Практик. Пособие. – М.: Высшая школа, 1990.
- 6 Квартальнов В.А. Стратегический менеджмент в туризме: Современный опыт управления. – М., 1999.
- 7 Чудновский А.Д. Гостиничный и туристический бизнес. – М., 1998.

- 8 Мунін Г.Б. Управління сучасним готельним комплексом: Навч. Посіб./ За редакцією члена-кор. НАН України, д.е.н., професора Дорогунцова С.І. – К.: Ліра-К, 2005. – 520 с.
- 9 Байлик С.И. Гостиничное хозяйство. Проблемы, перспективы, сертификация. – К.: ВИРА-Р, 2001. – 208 с.
- 10 Малюк Л.П., Москаленко И.И., Байлик С.И. Гостиничные услуги, услуги общественного питания. Сборник информационно-методических и нормативных документов. – Х., 1999.
- 11 Ефимова О.П. Экономика гостиниц и ресторанов: учеб. Пособие/ О.П. Ефимова, Н.А. Ефимова, Т.А. Олифиренко; под ред. Н.И. Кабушкина – М.: Новое знание, 2005. – 392 с.
- 12 Уокер Дж.Р. Введение в гостеприимство. – М., 1999.
- 13 Европейский гостиничный маркетинг: Учеб. пособие: Пер. с англ. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 224 с.
- 14 Управление человеческими ресурсами в европейском гостиничном бизнесе: Учебн. Пособие: Пер. с англ. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 120 с.
- 15 Сидоренко Л.А. Управление конкурентоспособностью предприятия общественного питания // Дипломная работа. Таврический национальный университет им. В.И. Вернадского. – 2005 с.
- 16 Расулова А.М. Управление конкурентоспособностью ресторанов// Автореферат. Киевский национальный экономический у-т МОН Украины, –2006, 14 с.

Поступила в редакцию 30.05.2008 г.

Карташевська І.Ф. Особливості організації ресторанного бізнесу в Україні та Автономній Республіці Крим // Вчені записки ТНУ. Серія: Економіка, 2008. – Т. 21 (60). – № 1. – С. 75-82.

Вивчено статистичні дані, що дають уяву про організації суспільного харчування в Україні й Автономній Республіці Крим. Розглянуто основні тенденції розвитку ресторанного обслуговування і впровадження прогресивних форм харчування, використовуваних за рубежом.

Ключові слова: організація громадського харчування, підприємства швидкого харчування, ресторан.

Kartashevskaya I.F. The peculiarities of restaurant business in Ukraine and the Autonomous Republic of Crimea // Uchenye zapiski TNU. Series: Economy, 2008. – Vol. 21 (60). # 1. – P. 75-82.

The statistic data that provide the concept of public catering in Ukraine and in the Autonomous Republic of Crimea are examined. The basic tendencies of restaurant services development and implementing the progressive forms of catering, used abroad Ukraine are considered.

Key-words: public catering organizations, fast food enterprises, restaurant.