

АНАЛІЗ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В АР КРИМ

Проаналізовано тенденції розвитку ресторанного бізнесу в АР Крим за останні п'ять років. Розглянуто чинники, що впливають на роботу підприємств ресторанного бізнесу регіону та України. Вивчено переваги та недоліки роботи закладів уніфікованих мереж.

Ключові слова: ресторан, бізнес, фахівці, заклади, розвиток.

Постановка проблеми в загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими і практичними завданнями. Ресторанний бізнес як невід'ємна частина ринку туризму відіграє важливу роль в економіці багатьох країн. Туризм, ставши глибоким соціальним і політичним явищем, сьогодні робить істотний внесок, як в економічний розвиток окремої країни, так і в підвищення якості життя людини. Створення сучасної індустрії туризму неможливе без підприємств ресторанного бізнесу, які посідають важливе місце в цій сфері діяльності.

Одним із секторів ринку послуг, що найбільш нестримно розвиваються, є ресторанний бізнес, що випереджає за динамікою свого розвитку багато сфер економіки. В Україні громадське харчування як бізнес існує більше п'ятнадцяти років, упродовж яких відбувалися трансформації. Тому стан ресторанного бізнесу становить значний науковий інтерес у сучасних умовах.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Питання функціонування ресторанного бізнесу у рамках індустрії туризму і гостинності розглядали зарубіжні учені.

У дослідженнях Л. Ван Дер Вагена [1] і Дж. Р. Уокера [2] висвітлено особливості надання послуги харчування у сфері готельної діяльності. Г. А. Яковлев розкрив елементи готельного продукту, виявив особливості готелів і ресторанів як об'єкта управління. Особливу увагу приділено питанням управління процесами обслуговування на підприємствах харчування, основним та оборотним фондам ресторанного господарства [3, с. 100–112, 122–134].

Розвиток малого бізнесу у сфері ресторанно-готельних послуг досліджено у працях В. В. Бородіної. Автор розкриває питання бізнес-планування, бухгалтерського обліку, оподаткування, ціноутворення і контролю в малому ресторанному бізнесі [4].

Традиційні інструменти з розвитку ресторанного бізнесу визначено у дослідженнях О. Наза-

рова, О. Іценкова, В. Салія, де особливу увагу приділено маркетингові ресторанних послуг, порядку розставлення інструментів у загальній системі просування [5–6].

Д. І. Денисов узагальнив та проаналізував як російський, так і світовий досвід роботи в індустрії фаст-фуду [7].

Розробці концепції ресторану, його індивідуальної спрямованості, вибору місця розташування, придбанню необхідного устаткування, розробці меню, внутрішнього дизайну і підбору персоналу присвячено книгу Е.-Т. Крістофера [8].

Регіональні особливості функціонування підприємств ресторанного харчування України, залишаються поза науковим інтересом науковців та фахівців, що й зумовлює необхідність проведення відповідного дослідження.

Формулювання цілей статті. Мета статті – проаналізувати тенденції розвитку ресторанного бізнесу в АР Крим.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Нині ресторанний бізнес у всьому світі вважається одним з найприбутковіших напрямів інвестування. Порівняно невеликі капітальні витрати в створення ресторану можуть окупатися за кілька років. В останнє десятиліття в Україні не триває лише прискорене зростання суб'єктів ресторанного бізнесу, а й сталися суттєві зміни, що стосуються різноманітності типів і класів обслуговування.

Кримський півострів – це основний туристичний регіон країни. Сьогодні Крим надає третину туристичних послуг від загального обсягу України. Розвиток у Криму різних видів туризму і створення мережі ресторанів – умова стабільності економіки в регіоні.

Аналіз тенденцій розвитку ресторанного бізнесу проводять за такими основними напрямом:

1. Кількість підприємств ресторанного бізнесу.
2. Територіальна насиченість підприємств ресторанного бізнесу.

3. Види підприємств ресторанного бізнесу.
4. Цінова політика.
5. Меню і страви кухні.

Сучасна ситуація в кримському регіоні характеризується слабкою розвиненістю ресторанного господарства, оскільки майже немає мережі харчування швидкого приготування, так само, як брендів національної кухні, а також елітних ресторанів.

У мережі ресторанного господарства АР Крим на початок 2011 р. функціонували 1391 об'єкт, що на 77 одиниць менше, ніж за попередній період [9, с. 5]. Зниження кількості об'єктів ресторанного господарства у 2008–2009 рр. спостерігається як в АР Крим, так і в Україні загалом і пов'язане з економічною кризою. В 2010 р. в Україні відбулося певне зростання кількості, в АР Крим – продовження кризових наслідків (див. табл. 1).

Таблиця 1. Кількість об'єктів ресторанного господарства України і АР Крим

Рік	Україна, од.	АР Крим	
		Кількість, од.	Частка, %
2000	33132	1438	4,3
2005	27345	1670	6,1
2008	24946	1677	6,7
2009	19825	1468	7,4
2010	23369	1391	6,0

Ресторанне господарство відіграє важливу роль у процесі обслуговування як місцевого населення, так і туристів, набуваючи при цьому низки специфічних рис. Це повністю проявляється на території АР Крим, центру санаторно-курортного і туристського обслуговування в Україні. До мережі ресторанного господарства в Криму належать самостійно діючі об'єкти різних видів (27 %) і об'єкти харчування в структурі готелів, санаторно-курортних установ (73 %). Діяльність підприємств ресторанного господарства в Криму, що задовольняють потреби туристів, значною мірою пов'язана зі зміною потоку відпочивальників у курортних і туристичних центрах. Тому кризові явища посилюються міжгалузевою взаємозалежністю.

Збільшення обсягів товарообігу ресторанного господарства в Криму зумовлене в основному збільшенням цін (рис. 1).

Розміщення ресторанних закладів тяжіє до міст, у тому числі й у структурі готелів і курортних комплексів (табл. 2). Цим пояснюється нерівномірність розміщення та забезпеченості (у містах показник забезпеченості в 3,1 рази вище, ніж у сільській місцевості).

За кількістю закладів ресторанного типу на 10 тис. населення рівень знижується, проте, як і раніше, цей показник вище середнього в Україні

(табл. 3, 4). У середньому на один об'єкт припадало 50 посадочних місць.

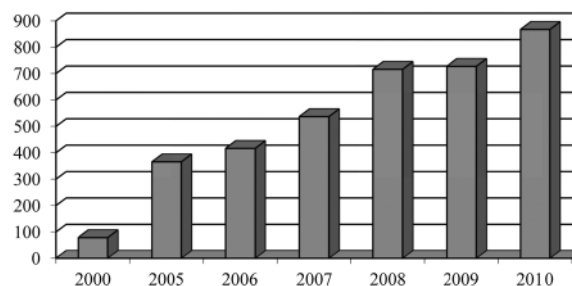


Рис. 1. Товарообіг об'єктів ресторанного господарства в Криму, млн грн

Таблиця 2. Кількість об'єктів ресторанного господарства АР Крим по розміщенню, од.

Показники	Рік						
	2000	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Усього	1438	1670	1831	1707	1677	1468	1391
у містах	1035	1435	1626	1487	1450	1273	1172
у сільській місцевості	403	235	205	220	227	195	219

Таблиця 3. Кількість закладів і посадочних місць ресторанного господарства в Криму на 10 тис. населення, од.

Показники	Рік						
	2000	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Кількість закладів	7	8	9	9	9	7	7
Кількість посадочних місць	382	390	387	387	395	379	357

Таблиця 4. Забезпеченість населення посадочними місцями в мережі ресторанного господарства в південних регіонах України на 1000 мешканців, од.

Регіон	2007 р.	2008 р.	2009 р.	2010 р.
Україна	36	36	35	35
АР Крим	39	40	38	36
Запорізьська обл.	26	27	24	25
Одеська обл.	28	28	28	26
Херсонська обл.	22	21	20	20
м. Севастополь	33	32	32	34

І це не тому, що ситуація задовільна, навпаки, за постійних і масових нарікань на заклади харчування, особливо в курортний сезон, немає цільового і обґрунтованого підходу до регулювання розвитку ресторанного бізнесу. Лише за умови формування грамотної розробленої концепції і послідовного комплексного впровадження всіх якісних складових ресторанного бізнесу, гарантований успіх у розвитку діяльності.

Для концепції якості ресторанного бізнесу характерне поєднання:

- 1) вигідного місця розташування;
- 2) якості страв та обслуговування;

3) різноманітності меню, прийнятності цін, атмосфери гостинності і професійного менеджменту.

Максимальна кількість ресторанів зосереджена у містах Симферополі і Ялті (табл. 5). Це створює диспропорцію, знижує якість харчування туристів, які відвідують численні курортні міста і селища півострова.

Таблиця 5. Мережа об'єктів ресторанного господарства по містах АР Крим, од.

Міста	2006	2007	2008	2009	2010
АР Крим	1831	1707	1677	1468	1391
м. Алушта	88	89	99	103	103
м. Армянськ	7	7	7	6	5
м. Джанкой	24	20	20	19	18
м. Євпаторія	166	161	187	159	160
м. Керч	67	71	65	59	40
м. Красноперекопськ	25	10	16	14	19
м. Саки	9	7	11	12	10
м. Сімферополь	737	671	622	484	422
м. Судак	72	74	76	78	74
м. Феодосія	123	120	101	106	105
м. Ялта	191	191	192	185	186

Серед головних критеріїв вибору місця розташування ресторану фахівці рекомендують такі:

- демографічні – чисельність населення, яке мешкає в цій місцевості або відвідує цю місцевість (мікрорайон, який лежить у радіусі обслуговування установи);
- економічні – середній рівень доходів населення;
- інфраструктура – зручність і доступність з погляду транспортного з'єднання і можливості паркування;
- аттрактивність – відмінність ресторану від інших подібних установ;
- привабливість – наскільки гостинною видаватиметься установа для перехожих тих, що проїжджають повз неї [10, с. 63].

Досвід розміщення ресторанних закладів у різних регіонах цікавий і корисний для Криму, де на відпочинку перебувають люди з усієї України і з-за кордону, зі своїми перевагами і смаками.

Розвиток ресторанного бізнесу в певному місті залежить від двох чинників: добробуту населення і традицій. Наприклад, у багатьох містах Західної України (Львові, Чернівцях та ін.), незважаючи на порівняно невисокий рівень доходів, існує традиція уранці випити чашку кави, увечері зустрітись з друзями за келихом пива. Тому там актуальні невеликі й недорогі ресторани, кафе, кав'ярні і пивниці.

У великих промислових центрах (Дніпропетровськ, Донецьк, Харків, Одеса та ін.) традиції інші. Частка мешканців із високим рівнем доходів досить велика, тому в цих містах актуальні елітні ресторани.

Кардинальних відмінностей між столичними і регіональними ресторанами не має. У будь-якому місті України є заклади з прекрасним інтер'єром і кухнею. Можливо, тільки обслуговування в регіонах можна назвати «слабким місцем», оскільки ресторанний ринок росте, а добре навчений персонал не підготовлений. Багато хороших фахівців (кухарі, бармени, керівники) від'їжджають до столиці, а регіональних шкіл із навчання кухарів, керівників, барменів, офіціантів бракує.

В Україні активно розвиваються замиські заклади, особливо ті, які містяться на ключових трасах: Київ–Одеса, Київ–Житомир, Київ–Обухів. Спостерігається чітка тенденція в літній період і на уїк-енди: ресторани в межі міста, значно пустішають, тоді як замиські – переповнені. Це з кожним роком стає дедалі вираженішим по усій території України і в Криму також. Виграють тільки ті міські ресторани, які розташовані у рекреаційній зоні (парки, набережні). Це явище пов'язане з традицією повноцінного сімейного відпочинку.

Замиські заклади, як правило, створюють за однаковою схемою: ресторан (в одному приміщенні або окремі будиночки), готель на 15–25 номерів (в одній будівлі або котеджний формат), мангал, дитячий майданчик, іноді невеликий звіринець або басейн. Незважаючи на активний розвиток закладів замиського формату, найчастіше вони не брендovanі, оскільки призначені не для постійних відвідувачів, а для мандрівників. У цьому випадку має місце ситуація, коли пропозиція формує попит – будь-який вдалий замиський заклад знаходить своїх споживачів.

Враховуючи туристичну спеціалізацію Криму, критеріями при розміщенні об'єктів ресторанного господарства мають бути:

- чисельність обслуговуваних (місцеве населення і приїжджі);
- рівень доходів клієнтів;
- доступність і інфраструктурне забезпечення території (транспорт, туристичні маршрути, пам'ятки);
- зручність у режимах роботи;
- привабливість дизайну і спадкоємність з архітектурою.

Структурних змін у ресторанному господарстві Криму майже не відбувається (табл. 6) [9].

Аналіз даних свідчить, що основну мережу ресторанного бізнесу в АР Крим становлять кафе – 70 %, ресторанів – 11 %, їдальні – 9 %, бари – 10 %.

В Україні, як і у всьому світі, представлені мережеві й немережеві ресторани. Вітчизняним ресторанним мережам належить близько 20 % ринку ресторанів [11]. У м. Києві основними гравцями ресторанного ринку є саме мережі:

«XXI століття» («Царське село», «Корона клуб», «Первак», «СРСР», «Тарас»), «Козирна карта» (маркетингове об'єднання закладів різних рестораторів), «Світова карта» («Uncle Sam», «Міміно», «Tequila House», «Golden Gate», «Липский Особняк», «Opium Dance Club», «L-amour», «Маракеш», «Асахи», «Разгуляєво»), а також «Carte Blanche» компанії «Concord Group» («Конкорд», «Декаданс Хаус», «Марокана», «Курені»).

Таблиця 6. Види підприємств ресторанного бізнесу в Криму, %

Види	2000	2005	2008	2009	2010
Ресторани	13,8	10,8	10,9	11,0	11,2
Кафе	70,7	76,8	70,1	70,8	69,9
Бари	5,7	5,1	11,4	10,7	10,4
Столові та доставка їжі	9,8	7,3	7,6	7,6	8,5

Фахівці виділяють два види мереж: уніфіковані (що передбачають стандартизацію усіх складових концепції) і змішані (єдність маркетингової, рекламної кампанії, програми лояльності тощо) [11]. Саме останні представлені на українському ринку.

Майже усі експерти зазначають, що належність ресторану до уніфікованої мережі, є вигіднішою. Мережевики практикують уніфікований підхід до персоналу, отримують знижки при купівлі оптових партій продуктів, а реклама і маркетинг обходяться їм дешевше, ніж власникам індивідуальних закладів. До переваг мережевих ресторанів належать: єдність стандартів якості продукції і обслуговування, можливість проведення єдиної маркетингової стратегії, робота з великими мережевими партнерами, а також можливість швидкого зростання завдяки стандартному підходу до їжі, обслуговування і маркетингу.

Утім, уніфікація має і негативні аспекти, оскільки вирівнювання призводить до втрати індивідуальності ресторану, і відвідувач з певними вимогами до кухні та інтер'єру може відмовитися від мережі на користь індивідуального закладу. До недоліків мережі можна віднести складність управління системою, логістичні проблеми, інформаційний обмін усередині системи, а також складність урахування специфіки регіонів при формуванні цінової і асортиментної політики.

У Криму сьогодні здебільшого переважають заклади, що самостійно розвиваються. Проте європейський досвід показує, що мережевий ресторанний бізнес має велике майбутнє. На території півострова вже діють представники таких мереж, як «МакДональдз» – Ялта, Сімферополь, Севастополь, «Піца Челентано» – Ялта, Сімферополь, Севастополь, Євпаторія, «Картопляна

Хата» – Севастополь, «Козирна карта» – Севастополь, Ялта. Також розвиваються місцеві мережі – «Аміго» (Сімферополь, Алушта) та ін.

Заклади ресторанного бізнесу в ціновій політиці дотримуються двох напрямів: або змінювати ціни за ринковими коливаннями, що не завжди буде прийнято споживачами та позначиться на іміджі, або для збереження аудиторії вводити програми знижок і бонусів.

Щодо Криму, то тут однаково розвинені як порівняно недорогі заклади економ-класу, так і традиційно елітні. Багато в чому це пояснюється сезонністю життя півострова. Така тенденція розвитку характерна для курортних районів. Проте, як показує світовий досвід, заклади першого класу більше загребувані в туристських розвинених містах і районах.

За останній рік у Криму активізувався розвиток чайних і кав'ярень-кондитерських. Стають популярними заклади з ціновим рівнем 15–25 грн, пропонують каву, чай, борошняні і кондитерські вироби, шоколад. Стратегічно правильним кроком у розвитку цього виду закладів є створення не одиначної кав'ярні або кондитерської, а мережі таких закладів. Це зумовлено передусім технологічними (набагато вигідніше створювати власний цех для роботи на кілька закладів) і маркетинговими причинами (споживач швидко звикає до певної торгової марки і продукції).

Нині в тенденціях розвитку ресторанного бізнесу можна виокремити такі перспективні напрями: мережі закладів швидкого харчування і сімейні ресторани. Фаст-фуд найбільш перспективний. Як правило, підприємства подібного типу зазвичай розвиваються на основі франчайзингу, що істотно знижує комерційні ризики.

Сімейний ресторанний бізнес в Україні поки що не надто розвинений, хоча, як вважають експерти, майбутнє саме за ним. У багатьох країнах, наприклад в Італії, дуже поширені сімейні ресторани. Пов'язано це зокрема з податковими пільгами. В Україні таких пільг немає, мало й класичних сімейних ресторанів. Проте цей напрям розвитку ресторанного бізнесу має великі перспективи. З подальшим розвитком цього сегмента ринку сімейні ресторани можуть стати сферою зайнятості і джерелом доходу для багатьох родин. Саме концепція класичного сімейного ресторану, коли власники бізнесу самі працюють у закладі, що їм належить, переважає на світовому ресторанному ринку.

Тенденції ресторанного бізнесу – це і тенденції розвитку певних кухонь. Для Криму характерні етнічний колорит у ресторанах (барах, кафе), який слід враховувати як конкурентну перевагу цього бізнесу. Основні види етнічної кухні в ресторанах закладах Криму – кримськота-

тарська, вірменська, турецька, українська, італійська.

Розвивається спеціалізований ресторанний бізнес в Криму повільно. Спеціалізований ресторан насамперед вирізняється кухнею. У меню такого закладу пропонують величезну кількість екзотичних страв, закусок і напоїв. Основне завданням цих ресторанів – створити певну атмосферу і винятковий імідж.

Розвиток діяльності, підвищення конкурентоспроможності й ефективності ресторанного бізнесу в Криму, на наш погляд, пов'язані з використанням технологій управління якістю, а саме: якістю організації, персоналу, продукції, обслуговування в ресторанах, та обов'язковим застосуванням новацій.

Нещодавно в Криму започатковано проект – «Ресторани Криму без тютюнового диму». У його рамках в Інтернеті розміщено карту півострова, на якій позначені ресторани, кафе і бари, де заборонено курити.

За останні роки в ресторанному обслуговуванні з'явилася безліч нововведень, і Крим як курортний регіон має їх наслідувати, відповідаючи якості і рівню європейських стандартів.

Висновки і перспективи подальших розробок у цьому напрямі. Сучасна ситуація в країні

загалом характеризується слабкою розвиненістю ресторанного господарства. Ресторанні заклади посідають важливе місце в забезпеченні харчуванням населення і туристів, що дає змогу вважати ресторанне господарство складовою індустрією туризму.

За результатами дослідження можна зробити висновок, що особливості розвитку ресторанного бізнесу в Криму полягають у:

- великому впливі сезонності курортних регіонів;
- спеціалізації на етнічній кухні;
- переважному розвитку приватної, а не корпоративної діяльності;
- слабо регульованому та не узгодженому процесі розвитку, через що не налагоджений інвестиційний процес, мало розвинена інфраструктура господарства.

Сьогодні у Криму здебільшого переважають самостійні ресторанні заклади. І тільки за умов формування грамотно розробленої концепції й послідовного комплексного впровадження усіх складових ресторанного бізнесу гарантовано успіх у розвитку діяльності ресторану. Тому подальші дослідження будуть присвячені напрямам використання технологій управління якістю та застосуванню нововведень у забезпеченні розвитку ресторанного обслуговування.

Список літератури

1. Ван Дер Ваген Л. Гостиничный бизнес : учеб. пособ. / Л. Ван Дер Ваген. – Ростов-на-Дону : Феникс, 2001. 416 с.
2. Уокер Дж. Р. Введение в гостеприимство : учеб. пособ. / пер. с англ. – 2-е изд. / Р. Дж. Уокер. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2002. – 607 с.
3. Яковлев Г. А. Экономика гостиничного хозяйства : учеб. пособ. / Г. А. Яковлев. – М. : Издательство РДЛ, 2006. – 224 с.
4. Бородина В. В. Ресторанно-гостиничный бизнес : учет, налоги, маркетинг, менеджмент / В. В. Бородина. – М. : Книжный мир, 2001. – 165 с.
5. Назаров О. Как «раскрутить» ресторан / О. Назаров. – М. : Издательский дом «Ресторанные ведомости», 2003. – 176 с.
6. Иценков О. О. Маркетинг в массовом питании потребительской кооперации / О. О. Иценков, В. В. Салий. – Новосибирск, 1997. – 132 с.
7. Денисов Д. И. Фаст-фуд. Рестораны быстрого обслуживания / Д. И. Денисов. – М. : ЗАО «Издательский дом «Ресторанные ведомости», 2003. – 236 с.
8. Кристофер Э.-Т. Ресторанный бизнес. Как открыть и успешно управлять рестораном / Эгертон-Томас Кристофер. – М. : РосКонсульт, 2001. – 272 с.
9. Статистический аспект развития торговой сети и функционирование объектов розничной торговли и ресторанного хозяйства в АР Крым в 2010 году. – Симферополь : ГУ статистики в АР Крым, 2011. – 25 с.
10. Шок П. Д. Маркетинг в ресторанном бизнесе / Шок П. Д., Дж. Боуэн. – М. : Ресторанные ведомости, 2005. – 234 с.
11. Сеть ресторанов и суши-баров Евразия. Возможность для экспериментов. – 2011. – №10 (1161). – Режим доступа: <http://evrasia.in.ua/node/402>. – Название с экрана.

S. Tsohla, I. Pavlenko

ANALYSIS OF PROGRESS OF RESTAURANT BUSINESS TRENDS IN AR CRIMEA

Analysis of progress of restaurant business trends in AR Crimea is conducted by the authors for the last five years, factors which influence the work of enterprises of restaurant business of the region and Ukraine are considered. Advantages and lack of work of establishments of compatible networks are studied.

Keywords: restaurant, business, specialists, establishments, development.

Матеріал надійшов 03.04.2012