

Необходимость совершенствования форм и методов государственного регулирования развития сферы общественного питания

Рыбальченко С.Н., Моисеенко К.Н.

Ресторанный бизнес, по мнению ученых и экономистов всего мира – это сфера человеческой деятельности, которая обречена на быстрое развитие в ближайшее время. В подобный бизнес охотно вкладывают деньги, и растущий рынок дает возможность выживать и развиваться новым предприятиям.

История отечественного рынка ресторанных услуг началась в 1995 году с развития сегмента дорогих ресторанов. Однако, начиная с 2003 года, темпы роста количества заведений подобного класса начали снижаться, и, как прогнозируют рестораторы, подобная динамика сохранится в ближайшие пять лет. Поэтому все более востребованными, а потому и актуальными, становятся заведения среднего и дешевого ценовых сегментов. Сейчас заведения среднего ценового сегмента в совокупности приносят наибольшую выручку. Даже, несмотря на то, что средний чек в таком ресторане на 30-40% дешевле, чем в дорогом. Усиление позиций среднеценовых и дешевых заведений является закономерным результатом развития ресторанного рынка. За десять лет аудитория посещающих рестораны кардинально изменилась. В 1995 году рестораны зарабатывали на узкой прослойке богатых людей, но постепенно круг потребителей стал меняться. Сначала аудитория расширилась за счет средних и мелких бизнесменов, топ-менеджеров, и управленцев среднего звена крупных компаний. А затем, с улучшением благосостояния населения и ростом заработной платы, посещение ресторанов стало доступным для широкого круга украинцев.

В общей сложности с 1995 года до 2006 года аудитория общепита увеличилась в среднем в 15-17 раз, причем в основном за счет посетителей средних и дешевых заведений. Если не произойдет ухудшения экономической ситуации в стране, то эта тенденция сохранится и в дальнейшем. К 2010 году доля заведений дешевого ценового сегмента составит около 30%, среднего – более 50%. Будут появляться и новые дорогие заведения, однако, по большей части, за счет закрытия старых.

За последние два-три года ресторанный бизнес активно развивался и в регионах. По количеству и качеству элитных заведений столицу догоняют Одесса, Днепропетровск, Донецк, Харьков, Львов и другие города миллионники. Что касается Сумской области, то здесь наметилась четкая тенденция по увеличению количества заведений общественного питания. Если в 2000 году их было 722, то в 2006 году уже 1041. При этом растет количество заведений общественного питания, как в городской местности, так и в сельской.

В середине 1990-х годов рестораны оценивали рентабельность своих заведений в среднем в 60%. В 2000 году планка опустилась до 30-40%, а в 2005 году рентабельность заведений составляет лишь 20-30%. И процесс продолжается. К 2010 году рентабельность в украинском ресторанном бизнесе может снизиться до 7-20%.

Снижение рентабельности – дело для рестораторов конечно неприятное. Но плюс состоит в том, что уменьшение прибыли от одного заказа компенсируется увеличением показателя оборачиваемости посадочных мест в заведении. Частота посещений заведений общественного питания увеличилась с 1-2 раз в месяц в 1995 году до 3-4 раз в неделю в 2006 году. К тому же, чтобы увеличить доход, рестораторы занимаются вопросами снижения себестоимости. Ведь увеличение цены не всегда возможно в условиях жесткой конкуренции.

Первостепенное значение в современных условиях имеют также вопросы совершенствования форм и методов государственного регулирования развития сферы общественного питания как основы рыночных преобразований данной сферы на региональном и муниципальном уровнях. Широкий круг проблем, стоящих перед муниципальными и региональными органами управления, требует активизации деятельности по совершенствованию управления развитием сферы общественного питания на основе формирования ключевых и приоритетных целей развития.

При этом необходимо учитывать характерные особенности конкретного региона, основные из которых заключается в том, что социально-экономический уровень региона непосредственно связан с числом хозяйствующих субъектов, что требует более эффективного приспособления товаров и услуг общественного питания к нуждам конкретных потребителей. Это, в свою очередь, требует совершенствования организации управления этими процессами.