

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

КАФЕДРА СТАТИСТИКИ



«СТАТИСТИКА – ІНСТРУМЕНТ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ»

ЗБІРНИК НАУКОВИХ СТУДЕНТСЬКИХ ПРАЦЬ

ВИПУСК 4

Частина I



**Одеса
2018**

СТАТИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ РЫНКА РЕСТОРАННЫХ УСЛУГ УКРАИНЫ

Казимирская В. А.¹, Тарасова К. И.²

1 – студент, факультет международной экономики,

2 – канд. экон. наук, кафедра статистики

Одесский национальный экономический университет, г. Одесса

АННОТАЦИИ

Казимирская В. А., Тарасова К. И. Статистический анализ рынка ресторанных услуг Украины. *Исследовано состояние и особенности функционирования отечественного рынка ресторанного бизнеса. Определены основные проблемы его развития.*

Ключевые слова: ресторан, ресторанный рынок, объем, арендная ставка, франшиза.

Казімірська В. А., Тарасова К. І. Статистичний аналіз ринку ресторанных послуг України. *Досліджено стан і особливості функціонування вітчизняного ринку ресторанного бізнесу. Визначено основні проблеми його розвитку.*

Ключові слова: ресторан, ресторанный рынок, обсяг, орендна ставка, франшиза.

Kazimirskaya V. A., Tarasova K. I. Statistical analysis of the market of restaurant services in Ukraine. *The state and peculiarities of the functioning of the domestic restaurant business market are investigated. The main problems of its development are determined.*

Keywords: restaurant, restaurant market, volume, rental rate, franchise.

ПОСИЛАННЯ НА РЕСУРС

Казимирская, В. А. Статистический анализ рынка ресторанных услуг Украины [Текст] / В. А. Казимирская, К. И. Тарасова // Статистика – інструмент соціально-економічних досліджень : збірник наукових студентських праць. Випуск 4. Частина I – Одеса, ОНЕУ. – 2018. – С. 144 – 148.

Постановка проблемы в общем виде. Ресторанный бизнес является перспективным направлением для совершения долгосрочных инвестиций в него со средней прибылью в 15-20%. Однако наличие капитала ещё не говорит об успешном развитии бизнеса на рынке, где все время происходят качественные изменения предпочтений постоянной и потенциальной клиентуры. Незнание тонкостей ресторанного бизнеса и невнимательность к возможным альтернативам его развития не позволит предпринимателям опережать конкурентов и достичь хороших результатов. Одной из главных задач в настоящее время остается диагностика

рынка ресторанных услуг и определение основных тенденций его развития, которые позволяют открыть предпринимателям новые возможности для основания бизнеса в наиболее востребованных и перспективных сегментных нишах. Это, возможно, сможет привести к новому толчку развития ресторанного дела в Украине.

Анализ исследований и публикаций последних лет. Рынок ресторанного бизнеса Украины является объектом исследования многих отечественных и зарубежных экономистов. В частности можно выделить труды таких ученых, как Кабушкин Н.И.[1], Назаров О.[2], Меркулов М.[3], Курочкина О.[4] и др.

Выделение нерешенных ранее частей общей проблемы. После периода роста в 2011-2013 гг., стимулированного проведением в Украине чемпионата ЕВРО-2012, на рынок общественного питания напал кризис в 2014-2015 гг. Причинами этого кризиса стало влияние множества негативных факторов, самым главным из которых стал неконтролируемый рост курса гривны. Иными словами, затраты на импортные продукты питания и алкоголь возросли, увеличилась арендная плата и франшизные отчисления. Многие компании не выдержали таких условий конкуренции и были вынуждены покинуть рынок.

Тем не менее, сегодня в Украине сохраняется тенденция увеличения общественных зон и количества заведений общественного питания в торговых центрах, где благоприятными факторами для развития является высокий трафик посетителей и возможности для рестораторов получения более лояльной арендной ставки. Многие рестораны закрываются, но им на замену всегда приходят новые, благодаря чему, ресторанный рынок можно анализировать бесконечно. Особенно актуальными становятся вопросы того, как удержаться на рынке и не потерпеть крах.

Цель. Целью работы является анализ рынка ресторанных услуг Украины, а также выявление основных проблем функционирования ресторанного бизнеса.

Изложение основного материала. На развитие любого бизнеса, в том числе и ресторанного, влияют множество факторов, как на микро-, так и на макроуровне. К основным общеэкономическим факторам, влияющим на состояние и развитие ресторанного бизнеса в Украине, можно отнести данные об экономическом развитии страны, инфляционное ожидание и характеристику налогового окружения.

Рассматривая тенденции развития ресторанного бизнеса, можно выделить несколько основных направлений:

1. Количество предприятий ресторанного бизнеса.
2. Территориальную насыщенность предприятий ресторанного бизнеса.
3. Виды предприятий ресторанного бизнеса.
4. Ценовая политика.
5. Меню и блюда кухни [5-7].

Ресторанный рынок Украины находится на этапе своего достаточно

динамичного розвитку. Об'єм ресторанного ринку України в 2016 г. був представлений около 6,5 тис. підприємств. Іменно цей рік став роком підйому для ринку ресторанів: за довге час кризису в той же столиці вперше відкрилося ресторанів більше, ніж закривалося.

Ісследує рівень насиченості ринку, слідують визначати показувач кількості посадочних місць на споживача послуг закладів громадського харчування. Так, в середньому по Європі одне посадочне місце в ресторані (кафе, барі, фаст-фуд і т. п.) припадає на 8 жителів, в Києві – на 35 жителів, в Дніпропетровську – на 40, в Львові – на 25 жителів. Виходячи з цього, перспективи ресторанного ринку в Україні просто величезні, особливо якщо брати до уваги той факт, що середньоевропейський рівень забезпеченості ресторанами порівняємо з рівнем найбільших міст України, які мають к тому ж визначені ресторанные традиції.

Аналізуючи галузь громадського харчування і розничний товарообіг, слідують оцінити місце Києва на українському ринку. Київ – місто, яке є лідером ресторанного бізнесу. Компанія «Ресторанний консалтинг» надіслала дані, які свідчать, що в 2015 г. об'єм ресторанного ринку Києва виріс на 20%, тобто до 5,6 млрд. грн. А в минулому 2014 г. році загальний об'єм всього громадського харчування України склав 25 млрд. грн. К кінцю 2016 г. ресторанний ринок столиці виріс майже до 7,0 млрд. грн., продемонструвавши тим самим ріст більше ніж на 20% за рік.

Одеса і Львів також входять в трійку лідерів ресторанного ринку України. В цих містах ситуацію в багатьох рядах рятує туризм, кількість якого за останні 2 роки істотно збільшилася. В зв'язі з цим в місті і в морі відкривалося ресторанів більше, ніж закривалося: 50 відкриттів проти 40 закриттів. В Львові драйверами відкриттів нових ресторанів стали також низький поріг входу на ринок і міграція капіталу з Донбасу. Рівень зразка 2015 г. сьогодні утримується в Дніпрі, Запоріжжі і Харкові. Причиною став малий потік туристів, внаслідок цього закрилися слабкі гравці і ті, хто платив велику орендну плату. Нові заклади відкриваються в низькому ціновому сегменті, щоб бути більш доступними.

Однак, якщо судити про весь ресторанний ринок в цілому, то можна сказати про достатньо негативну тенденцію скорочення кількості ресторанів (рис. 1). Так, в 2016 г. порівняно з 2015 г. їх кількість знизилася на 15,1%, а порівняно з 2010 г. – на 30,1%.

Однак причини втрати більше 30% ресторанів, звичайно, не тільки економічні – це статистика з урахуванням закладів Криму, а також Луганської і Донецької областей. Це дуже приблизительна цифра: неможливо підрахувати, скільки закладів на східних територіях стало знищено, скільки захоплено, скільки вдалося вивести власникам, а скільки продовжують працювати. Але якщо не брати в розрахунок Крим і окуповані території, то в «сухому залишку» залишиться около тисячі

ресторанов, которые закрылись по причине кризисных явлений. Стоит заметить, что в кризис 2008-2009 гг. ситуация была аналогичная.



Рис. 1. Динамика численности ресторанов в Украине, 2010-2016 гг.

По верхнему и нижнему ценовым сегментам кризис ударил более всего: количество недорогих ресторанов, где средний чек от 50 до 150 грн., только в столице сократилось на 40%. Закрылись в первую очередь те, кто находился в людных местах, из-за более высокой аренды. Так, ушла с рынка сеть рюмочных «Мужики», кофейня «Золотой дукат», NewYorkStreetPizza, сеть кофеен DoubleCoffee. Стараясь выжить любой ценой, рестораторы сокращали персонал: IT-специалистов, маркетологов, доходило и до увольнений поваров и официантов. Урезали и расходы на рекламу, что подтолкнуло их к более активному использованию социальных сетей.

Девальвация усложнила и жизнь ресторанов развивающихся по франшизе, что требует от них соблюдения международных стандартов, в частности, использования импортных продуктов. А как отмечалось ранее, одной из причин активного закрытия ресторанов, стал неуравновешенный курс доллара. Использование импортных продуктов приносит убыток заведению. Так, к примеру, закрылась российская сеть ресторанов японской кухни «Якитория», ушла с украинского рынка успешная российская сеть «Росинтер Ресторантс».

Другим, выжившим после кризиса ресторанам, пришлось пересмотреть свое меню и состав блюд, отказавшись от импорта, отчего и сократились затраты на продукты и напитки. Все это в свою очередь привело к развитию тренда handmade. Так во многих заведениях появился свой хлеб, варенье, лимонады, выпечка, кондитерские изделия и компоты. Еще один актуальный тренд это собственный алкоголь, например, крафтовое пиво или самостоятельное производство настоек и наливок.

Проблема и в том, что в начале кризиса многие обеспеченные семьи покинули страну, отчего посещаемость элитных ресторанов упала на 50%. Когда спрос вернулся, его уже смогли использовать новые рестораны в премиум-сегменте, открывшиеся в 2016 г. Таким стал китайский ресторан ВАО, владельцем которого является шеф-повар Эктор Хименес-

Браво, а также японский ресторан Sumosan в отеле «Премьер Палас».

Однако, два последних года показывают, что самым успешным является среднеценовой сегмент бизнеса, то есть чек от 200 до 400 грн. В настоящее время в Украине сложилась общая тенденция демократизации ресторанного бизнеса. Все более популярными становятся заведения относительно недорогие, но с хорошей кухней, оригинальным интерьером, упрощенным обслуживанием. Связано это с тем, что заведения общепита перестают быть символом социального статуса, туда приходят просто поесть и пообщаться, а не доказывать свою платежеспособность. Именно развитие этого сегмента ресторанного бизнеса обещает быть наиболее перспективным в последующие годы.

Выводы. В заключении работы следует отметить, что состояние ресторанного бизнеса в Украине находится на среднем уровне. Смотря с одной стороны, можно увидеть, что все больше открывается заведений различного типа, будь то шикарные рестораны или маленькие кофейни, но как было замечено, в будущем не стоит ожидать большого роста открытий ресторанов. Цены на сырье, коммунальные услуги, аренды и франшизы растут, отчего следует вывод – даже такой рост не будет гладким.

ЛИТЕРАТУРА

1. Кабушкин Н. И. Менеджмент гостиниц и ресторанов. Учебное пособие / Н. И. Кабушкин – 2013. – 416 с.
2. Назаров О. Продвижение ресторана за три копейки / О. Назаров – 2014. – 240с
3. Меркулов М. Ресторан. 50 способов увеличить прибыль / М. Меркулов . – 2014. – 176 с.
4. Курочкина О. Ресторан. Работа над ошибками / О. Курочкина. – 2015. – 336 с.
5. Богатова Н. Эффективные переговоры в ресторанном бизнесе. Техники и приемы убеждения / Н. Богатова– 2013. – 200 с.
6. Назаров О. 333 хитрости ресторанного бизнеса / О. Назаров. –2015. – 248 с.
7. Милашко О. Г. Основи комплексного факторного аналізу результатів діяльності підприємств сфери туризму / О. Г. Милашко // Економіка підприємства: сучасні проблеми теорії та практики: матеріали четвертої міжнар. наук.-практ. конф. (18 вересня 2015 р.). – Одеса: Атлант, 2015. – С. 277-278.
8. Підгорний, А. З. Статистика ринків: навчальний посібник / А. З. Підгорний, О. В. Самотоєнкова. - Одеса: Атлант, 2014. – 408 с.