

ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Розглянуто сутність конкурентного середовища підприємств ресторанного господарства. Визначені тенденції та закономірності розвитку ринку ресторанного господарства України.

Post-graduate R.M. Krasnoschok – L'viv commercial academy

Formation of the competitive environment in activity of the enterprises of a restaurant facilities

It is considered essence of the competitive environment of the enterprises of the restaurant facilities. There is determined the tendencies and regularities of the market development of the Ukrainian restaurant facilities.

Конкуренція є одним з вирішальних чинників розвитку як окремих соціально-економічних систем, так і національних економік загалом. Світова практика показує, що конкуренція є головним механізмом розвитку ринкової економіки і суспільства загалом. Вона є рушійною силою розвитку суспільства, головним інструментом економії ресурсів, підвищення якості продукції і рівня життя населення.

Значну увагу конкуренції та розвитку конкурентного середовища приділяли такі науковці, як А. Сміт, Д. Рікардо, М. Портер, Р. Фатхудинова, Г. П'ятницька, В. Немцов, А. Дурович, М. Ахматова, Н. Власова й ін. Однак, у зв'язку зі змінами моделей ринку змінюються типи і форми конкуренції.

Мета статті полягає у висвітленні сутності конкурентного середовища для сфери ресторанного господарства, визначенні тенденцій та закономірностей його розвитку.

Для країн з розвинутою ринковою економікою конкурентне середовище є обов'язковою умовою і сутнісною рисою існування. Конкурентне середовище – це сукупність економічних, організаційних, технічних умов і процесів, інституцій, чинників, що впливають на діяльність підприємства і його положення серед інших господарюючих суб'єктів.

Конкурентне середовище різних економічних систем має свої унікальні особливості, однак виявлення конкуренції на всіх ринках має багато спільного. Це дає змогу стверджувати, що суть конкуренції може бути виражена єдиною аналітичною концепцією, що використовується для виявлення природи і оцінки стану конкурентного середовища.

Згідно з дослідженнями професора Гарвардської школи бізнесу М. Портера, конкурентне середовище підприємства визначають п'ять сил конкуренції:

1. Суперництво між існуючими суб'єктами споживчого ринку, що конкурують (успіх у конкурентній боротьбі одного суб'єкта господарювання – це завжди програш інших суб'єктів ринку (одного, групи чи сукупності)).
2. Конкуренція з боку товарів чи послуг-замінників (загроза виникнення товарів чи послуг-замінників посилює конкурентну боротьбу за купівельні

¹ Наук. керівник: доц. О.І. Ященко, канд. екон. наук – Львівська КА.

фонди населення, яке ще віддає перевагу традиційному способу задоволення своїх потреб).

3. Загроза виникнення нових конкурентів (нові підприємства ресторанного господарства, що з'явилися на ринку та вступають у конкурентну боротьбу за свою долю ринку, зазвичай, мають низький конкурентний статус.).
4. Позиції постачальників (необхідною умовою перемоги "за покупця" є перемога "за постачальника", оскільки саме вона дає змогу сформувати конкурентоспроможний асортимент товарів).
5. Позиції споживачів (саме покупець визначає наявність конкурентної переваги одного підприємства ресторанного господарства над іншим та "голосує" за це своїми грошима) [1, ст. 173; 3, ст. 33-34].

У вітчизняній і зарубіжній літературі існує безліч трактувань чинників ринкової конкуренції, що впливають на конкурентоспроможність фірми. Якщо згрупувати їх у рамках суб'єктів ринку, діяльність яких створює умови для конкуренції, то можна виділити наступні основні чинники конкурентного середовища ринку певної галузі: державне регулювання розвитку галузі; безпосередньо підприємства-виробники (продавці) продукції; підприємства-конкуренти, які вступають в ринок і загострюють конкурентне суперництво; споживачі продукції, що чинять тиск на ці підприємства; постачальники сировини, матеріалів, комплектуючих виробів, які впливають на галузевий ринок; виробники товарів-замінників, що займають частину галузевого ринку.

Сумісна дія розглянутих вище п'ять сил, визначає інтенсивність ринкової конкуренції і, зрештою, розмір отримуваних фірмами прибутку. П'ять сил конкуренції визначають тенденцію розвитку конкурентного середовища і в ресторанному господарстві, тому що вони впливають на ціни, які можуть диктувати фірми, на витрати, які їм доводиться нести і на розміри капіталовкладень, необхідні для того, щоб конкурувати у цій галузі.

Конкурентне середовище в ресторанному середовищі представлене значною кількістю самостійних (незалежних) організацій, які прагнуть зміцнити своє економічне становище, залучаючи покупців завдяки пропозиції кращих умов реалізації порівняно з конкурентами [4, ст. 219].

Модель п'яти сил конкуренції дає змогу аналізувати наступні основні економічні характеристики конкурентного середовища ресторанного господарства: розміри ринку (річний обіг, валовий об'єм виробництва, темпи зростання продажів); число конкурентів на ринку (кількість підприємств, що реалізують схожу продукцію (товари-замінники) і надають ідентичні послуги, частка кожної компанії на ринку і сумарна частка всіх конкурентів); рівень вхідного бар'єру на ринок ресторанного господарства (початковий капітал, місце знаходження підприємства, спеціалізація); рівень інновацій на ринку (сучасне обслуговування, використання напівфабрикатів, застосування нової технології тощо); можливість скорочення витрат (на масштабі виробництва, на постачальниках, на завантаженості виробничих потужностей); прибутковість галузі; еластичність попиту (залежність попиту від доходів, від частки середнього класу споживачів, від смаків) [2, с. 12].

В Україні за останні роки спостерігається тенденція до скорочення мережі ресторанного господарства (табл. 1).

Табл. 1. Мережа ресторанного господарства України за формами власності з 2001 р. по 2005 р. [6, с. 298, 5, с. 184], (на кінець року; одиниць)

Показники	2001 р.		2002 р.		2003 р.		2004 р.		2005 р.		2005 р. до 2001 р.	
	к-сть	питома вага, %	к-сть	питома вага, %	к-сть	питома вага, %	к-сть	питома вага, %	к-сть	питома вага, %	відхилення, (+, -)	динаміка, %
Всього об'єктів ресторанного господарства, у т.ч.:	31974,0	100,0	30568,0	100,0	28889,0	100,0	27865,0	100,0	27345,0	100,0	-4629,0	85,5
- державних	3942,0	12,3	3561,0	11,6	3497,0	12,1	3846,0	13,8	4896,0	17,9	954,0	124,2
- комунальних	3040,0	9,5	3240,0	10,6	2940,0	10,2	2856,0	10,2	2753,0	10,1	-287,0	90,6
- приватних	24992,0	78,2	23767,0	77,8	22452,0	77,7	21163,0	75,9	19696,0	72,0	-5296,0	78,8

Очевидно, що загальна кількість об'єктів у ресторанному господарстві в Україні з 2001 р. до 2005 р. скоротилася на 14,5 %, це було зумовлено зменшенням кількості об'єктів приватної форми власності на 21,2 %, комунальної – на 9,4 %, однак, кількість об'єктів державної форми власності зросла на 24,2 %.

Найбільшу частку у загальній кількості об'єктів ресторанного господарства мають об'єкти приватної форми власності – 72 %, а найменшу комунальної – 10,1 %.

Згідно з КВЕД, підприємства ресторанного господарства поділяють на чотири групи: ресторани, бари, кафе, їдальні і постачання готової їжі [8, 137]. Використовуючи статистичні дані, розглянемо зміни мережі ресторанного господарства України за типами підприємств (табл. 2).

Табл. 2. Кількість підприємств ресторанного господарства України за типами в розрізі з 2001 до 2005 рр. [5, с. 119; 6, с. 296], (на кінець року; одиниць)

Показники	2001 р.	2002 р.	2003 р.	2004 р.	2005 р.	2005 р. до 2001 р.	
						відхилення, (+, -)	динаміка, %
Кількість ресторанів	491,0	505,0	491,0	499,0	526,0	35,0	107,1
Кількість кафе	3172,0	3320,0	3283,0	3231,0	3022,0	-150,0	95,3
Кількість барів	792,0	799,0	784,0	774,0	682,0	-110,0	86,1
Кількість їдалень і постачання їжі	651,0	602,0	555,0	528,0	488,0	-163,0	75,0
Разом	5106,0	5226,0	5113,0	5032,0	4718,0	-388,0	92,4

Порівняно з 2001 р. у 2005 р. кількість ресторанів зросла на 35 од.; кількість кафе скоротилась на 150 од.; кількість барів – скоротилась на 110 од.; кількість їдалень і постачання готової їжі – на 163 од.

Тенденції формування ринку ресторанного господарства пов'язані зі зростанням місткості самого ринку у середньому щорічно на 10 % у грошовому вимірі. Обіг ресторанного господарства є частиною загального роздрібно-го товарообігу, тому при визначенні закономірностей розвитку ресторанного

господарства важливо порівняти його із тенденціями, які спостерігаються в роздрібному товарообізі загалом.

У 2005 р. роздрібний товарообіг ресторанного господарства становив 4,33 млрд. грн. Отже, з 2001 р. до 2005 р. темпи приросту товарообігу ресторанного господарства у діючих цінах становили 70,89 %, в тому числі, за рахунок зростання товарообігу у міських поселеннях на 74,45 % і у сільських – на 44,52 %. Щодо частки товарообігу ресторанного господарства в роздрібному товарообізі підприємств, то вона у 2005 р. становила 4,58 % від загального роздрібного товарообігу підприємств, що на 2,82 % менше за аналогічну частку у 2001 р.

Для визначення зміни товарообігу ресторанного господарства України за типами підприємств побудуємо табл. 3.

Табл. 3. Роздрібний товарообіг підприємств ресторанного господарства України у розрізі основних типів підприємств [5, с. 24], (млн. грн.)

Показники	2001 р.		2002 р.		2003 р.		2004 р.		2005 р.	
	сума	питома вага, %	сума	питома вага, %	сума	питома вага, %	сума	питома вага, %	сума	питома вага, %
Товарообіг ресторанів	350,0	24,2	291,0	17,7	248,0	14,3	313,0	15,2	421,0	17,7
- кафе	598,0	41,4	811,0	49,4	898,0	51,7	1078,0	52,3	1205,0	50,7
- барів	67,0	4,6	72,0	4,4	81,0	4,7	102,0	4,9	121,0	5,1
- їдалень і постачання їжі	429,0	29,7	467,0	28,5	509,0	29,3	570,0	27,6	631,0	26,5
Разом	1444	100,0	1641	100,0	1736	100,0	2063	100	2378	100

З даних табл. 3 витікає, що товарообіг окремих типів підприємств і їх кількості зростають не рівними темпами. Так, при зростанні кількості ресторанів на 7,1 %, їх обіг зріс на 20,3 %, однак, при скороченні кількості їдалень і постачання готової їжі на 63,0 %, їх обіг зріс на 47,1 %, відповідно, при скороченні кількості кафе на 50,0 %, обіг зріс у 2 рази, а при скороченні барів – на 10 %, їх обіг зріс у 1,8 раза. Тому структура товарообігу за типами підприємств не збігається зі структурою мережі.

Важливо відзначити, що для визначення закономірностей формування конкурентного середовища підприємств ресторанного господарства України необхідно розглянути також зміну якісних показників ресторанного господарства (табл. 4).

Табл. 4. Якісні показники мережі ресторанного господарства України з 2001-05 рр.

Показники	Од. виміру	2001	2002	2003	2004	2005	2005 до 2001 р.	
							відхилення, (+, -)	динаміка %
Товарообіг ресторанного господарства	млн. грн.	2532,0	2771,0	3002,0	3524,0	4327,0	1795,0	170,9
К-сть підприємств ресторанного господарства	тис. од.	32,0	30,6	28,9	27,9	27,4	-4,6	85,6
К-сть посадкових місць	тис. од.	1841,0	1771,0	1718,0	1694,0	1693,0	-148,0	92,0
К-сть місць з розрахунком на одне підприємство	од.	58	58	59	61	62	4	107,4
Товарообіг на одне посадкове місце	тис. грн.	1,4	1,6	1,7	2,1	2,6	1,2	185,8

Загалом скорочення кількості підприємств ресторанного господарства сприяло зменшенню кількості посадкових місць. Тому, у 2005 р. порівняно з 2001 р. кількість посадкових місць скоротилась на 148 тис. од. Однак, кількість посадкових місць у розрахунку на одне підприємство за цей період не скоротилась, а зросло на 4 од. Звідси, скорочення кількості підприємств ресторанного господарства України супроводжується їх укрупненням: скорочення кількості малих підприємств і збільшення посадкових місць.

Приріст товарообігу ресторанного господарства сприяв збільшенню і товарообігу на одне посадкове місце. З 2001 р. до 2005 р. товарообіг ресторанного господарства на одне посадкове місце зріс на 1,2 тис. грн., тобто у 1,8 раза.

Таким чином, мережа ресторанного господарства з 2001 р. до 2005 р. кількісно значно зменшилася. Відбувається значне скорочення кафе, барів, їдалень і постачання готової їжі, однак, кількість ресторанів зростає. Водночас, необхідно констатувати факт росту товарообігу ресторанного господарства, який був зумовлений інфляційними процесами і закриттям переважно дрібних підприємств з низьким товарообігом. Частково такі зміни можна пояснити також зростанням кількості підприємств швидкого обслуговування типу класичного fast food'a із середнім чеком 20 грн.

Зміна конкурентного середовища ресторанного господарства дає змогу зробити наступні **висновки**:

- серед загальної кількості підприємств ресторанного господарства зростає частка кафе і підприємств швидкого обслуговування, що пов'язане із невеликим обсягом стартового капіталу і зі змінами у структурі попиту;
- зростання вимог до підприємств ресторанного господарства, що обумовлено зміною технології виробництва та зростанням культури обслуговування;
- скороченню кількості барів, їдалень і постачання готової їжі, які не змогли витримати конкуренцію з боку мережних закладів швидкого обслуговування.

Література

1. Дурович А.П. Маркетинг гостиниц и ресторанов: Учеб. пособие/ А.П. Дурович. – М.: Новое знание, 2005. – 632 с.
2. Иеннер Т. Отраслевая структура, рыночная стратегия и успех предприятия// Проблемы теории и практики управления. – 2000, № 3. – С. 83.
3. Мазаракі А.А. та ін. Економіка торговельного підприємства: Підручник для вузів/ Під ред. проф. Н.М. Ушакова. – К.: Хрещатик, 1999. – 800 с.
4. Немцов В.Д., Довгаль Л.Є. Стратегічний менеджмент: Навч. пос. – К.: Основи, 2002. – 559 с.
5. Статистичний зб. "Роздрібна торгівля України у 2005р."/ Держкомстат України – К. 2006. – 203 стор. Вих. № 08/1-20/108 під заг. ред. В.А. Головка.
6. Статистичний щорічник України за 2005 р./ За ред. Осауленка О.Г. Відповідальний за випуск В.А. Головка. – 450 с.
7. Сушко О.В. Особливості та тенденції формування ринку ресторанного господарства// Торгівля і ринок України. – 2005, вип. 20. – С. 295-310.
8. Парфенцева Н. Міжнародні статистичні класифікації в Україні: Впровадження й використання. – К.: Основи, 2000. – 351 с.