

Министерство образования и науки Донецкой Народной Республики  
Государственная организация высшего профессионального образования  
«Донецкий национальный университет экономики и торговли  
имени Михаила Туган-Барановского»

*На правах рукописи*



**Антонова Валерия Анатольевна**

**ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ МЕХАНИЗМ УПРАВЛЕНИЯ  
РАЗВИТИЕМ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА**

Специальность 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством:  
экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами  
(промышленность)

Диссертация  
на соискание ученой степени  
доктора экономических наук

Экземпляр диссертации идентичен по  
содержанию с другими экземплярами,  
которые были представлены в  
диссертационный совет

Ученый секретарь  
диссертационного  
совета Д 01.004.01  
А. Н. Германчук



Научный консультант:  
доктор экономических наук, профессор  
ШЕПЕЛЕНКО О. В.

Донецк-2015

## ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	4
РАЗДЕЛ 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ РЕСТОРАННЫМ БИЗНЕСОМ	21
1.1 Научные подходы к экономическому развитию бизнеса в контексте рыночных преобразований в экономике.	21
1.2 Ресторанный бизнес в инфраструктуре торгово-производственного комплекса.	46
1.3 Концепция организационно-экономического механизма управления развитием ресторанного бизнеса.	70
Выводы к разделу 1	93
РАЗДЕЛ 2. МЕТОДОЛОГИЯ УПРАВЛЕНИЯ РЕСТОРАННЫМ БИЗНЕСОМ	95
2.1 Методологический инструментарий исследования ресторанного бизнеса.	95
2.2 Система показателей результативности управления развитием ресторанного бизнеса.	118
2.3 Мониторинг факторов развития ресторанного бизнеса в современных условиях.	148
Выводы к разделу 2	172
РАЗДЕЛ 3. ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ МЕХАНИЗМ УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА	175
3.1 Организационно-информационный механизм управления развитием ресторанного бизнеса.	175
3.2 Концептуальный подход к реализации экономической свободы деятельности ресторанного бизнеса.	188
3.3 Механизм обеспечения конкурентоспособности ресторанного бизнеса в условиях рыночных преобразований.	212
Выводы к разделу 3	243

РАЗДЕЛ 4. ЭКОНОМИЧЕСКИЙ МЕХАНИЗМ УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА	246
4.1 Экономический механизм самоуправления развитием ресторанного бизнеса.	246
4.2 Экономический механизм мотивации развития ресторанного бизнеса.	267
4.3 Экономический механизм регулирования развития ресторанного бизнеса.	291
Выводы к разделу 4	316
РАЗДЕЛ 5. НАУЧНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА	318
5.1 Научно-методический подход к обоснованию эффективности управления развитием ресторанного бизнеса.	318
5.2 Экономико-математическое моделирование управления развитием ресторанного бизнеса.	342
5.3 Методические рекомендации по совершенствованию управления развитием ресторанного бизнеса.	361
Выводы к разделу 5	385
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	389
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ	396
ПРИЛОЖЕНИЯ	425

## ВВЕДЕНИЕ

**Актуальность темы.** Современные процессы развития рынка обуславливают необходимость совершенствования управления развитием ресторанного бизнеса, который определяет уровень становления экономики страны, регионов, городов через главную производительную силу общества – человека. Сложные социально-политические и экономические условия требуют незамедлительных трансформационных преобразований, направленных на активизацию процессов формирования, повышение стабильности и эффективности деятельности предприятий, преодоление диспропорции между развитием производственной и социальной инфраструктуры.

Недостаточная развитость и практическая неадаптированность существующего механизма управления развитием к потребностям ресторанного бизнеса требуют принципиально нового осуществления структурных и качественных изменений в процессах, формах организации, в видах деятельности, которые включают диверсификацию позиций, самой концепции управления и управления развитием. Новые подходы предусматривают установление рационального соотношения между традиционными методами управления и современными перспективными, такими, как экономические, маркетинг, широкое внедрение принципов менеджмента, ориентация на наиболее полное удовлетворение спроса потребителей с целью согласования основных интересов участников бизнес-процессов.

Несмотря на то, что ресторанный бизнес является специфической сферой деятельности, которая наиболее быстро реагирует на экономические изменения, анализ его развития в Украине и Донецкой области за период 2000-2014 гг. позволяет проследить устойчивую тенденцию сокращения количества предприятий ресторанного бизнеса – с 2003 г. и снижения результативности деятельности с 2006 г. При этом постоянно сокращается удельный вес товарооборота ресторанного бизнеса в розничном товарообороте торговли, что свидетельствует о снижении популярности предприятий ресторанного бизнеса.

Все это обуславливает необходимость совершенствования и модернизации научно-теоретического и методологического подходов, обоснования и разработки практического инструментария для формирования эффективного организационно-экономического механизма управления развитием ресторанного бизнеса.

Совокупный научный потенциал разработок, сформировавшийся в отечественной и зарубежной научной литературе, обеспечил высокий теоретико-методологический уровень исследования проблем управления функционированием отраслей страны и регионов. Вместе с тем трансформация украинского экономического пространства, усугубление социально-политической и экономической ситуации обуславливают необходимость активизации процесса развития отраслей народного хозяйства и ресторанного бизнеса в первую очередь. Данное обстоятельство требует разработки действенного организационно-экономического механизма управления развитием ресторанного бизнеса как самостоятельной системы торгово-производственного комплекса.

Диссертация выполнена в соответствии с планом научно-исследовательских работ ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» в рамках научных тем: «Механизмы и методы стратегического управления развитием сферы торговли и ресторанного хозяйства» (№ 0107U000084, 2007-2008 гг.). В процессе выполнения комплексного научного проекта по госзаказу автором разработан механизм мотивации развития предприятий ресторанного бизнеса, обоснованы методические подходы к реализации их экономической свободы, обоснован теоретический подход относительно замены существующей модели экономического роста, структуризации и реформирования ресторанного бизнеса, механизм стратегического развития ресторанного бизнеса. В рамках научно-исследовательской темы «Совершенствование механизма управления стратегическим развитием предприятия» (№ 0109U003255 2009 г.) автором выявлены причины низкой активности деятельности предприятий ресторанного бизнеса, адаптирована разработанная система показателей стратегического развития предприятий ресторанного бизнеса с учетом изменяющихся факторов среды, разработаны и предложены рекомендации по совершенствованию

механизма управления развитием предприятий ресторанного бизнеса ООО «Гостиница «Централь». В рамках научно-исследовательской темы «Стратегическое управление развитием ресторанного бизнеса в современных условиях» (Д-2010-9, 2010-2014 гг.) автором обосновано место ресторанного бизнеса в экономике Украины; разработаны концепция организационно-экономического механизма стратегического управления развитием ресторанного бизнеса, система показателей оценки развития предприятий ресторанного бизнеса, обоснована методология исследования стратегического развития ресторанного бизнеса и конкурентоспособности предприятий.

**Степень разработанности проблемы.** В основе современной концепции механизма управления лежат исследования отечественных и зарубежных ученых, таких как Абалкин Л. И., Булеев И. П., Еременко-Григоренко О. А., Козаченко А. В., Крамаренко Г. А., Пономарев И. Ф., Терехова С. А. и др. Отдельные вопросы функционирования организационно-экономического механизма получили отражение в работах Бок Зи Коу, Богатина Ю. В., Брюховецкой Н. Е., Кульмана А., Цветкова А. Н., Шутова М. М. и др.

Исследованию проблем управления развитием различных сфер экономики посвящены научные публикации Азарян Е. М., Азоева Г. А., Амоши А. И., Армстронга Г., Балабановой Л. В., Барышниковой Л. П., Белопольской Т. В., Василенко А. В., Воронковой А. Э., Губерной Г. К., Друкера П., Карлоффа Б., Карсекина В. И., Кеннетча Р., Кочерги А. И., Максимовой Т. С., Мескона М., Папаики А. А., Поклонского Ф. Е., Половяна А. В., Портера М., Пятницкой Г. Т., Ренделла Р., Сендерса Дж., Сороки И. В., Стрикленда А., Томпсона А., Фатхутдинова Р. А., Фаея Л., Червовой Л. Г., Чумаченко Н. Г., Чухно А. А., Шепеленко О. В. и др. Однако в работах этих авторов не полностью учтены проблемы современного социально-политического, экономического состояния и специфические особенности ресторанного бизнеса, динамичность факторов среды, особенности взаимодействия составляющих механизма управления развитием и характер связей между ними и т.п. Особое значение приобретает необходимость дальнейшего развития концепции общей стабилизации экономики с учетом

достижения состояния устойчивого равновесия производства и потребления благодаря организации эффективной системы распределения.

Современное научное обеспечение функционирования ресторанного бизнеса характеризуется отсутствием работ, позволяющих оптимизировать процесс его развития путем внедрения эффективного организационно-экономического механизма управления, что определяет актуальность темы исследования и обуславливает выбор темы диссертации, ее цель и задачи.

**Цель и задачи исследования.** Цель исследования состоит в обосновании теоретических и методологических положений, разработке научных и практических рекомендаций по формированию организационно-экономического механизма управления развитием ресторанного бизнеса, направленных на достижение оптимального уровня удовлетворения потребностей в услугах ресторанного бизнеса и повышение эффективности его развития.

Для достижения поставленной цели в ходе научного исследования поставлены и решены следующие задачи:

на основе изучения научных подходов сформирована концепция экономического развития ресторанного бизнеса в контексте рыночных преобразований в экономике;

обоснованы место и роль ресторанного бизнеса в торгово-производственном комплексе и в процессе социально-экономического развития страны;

научно обоснована концепция организационно-экономического механизма управления развитием ресторанного бизнеса;

систематизирован методологический инструментарий исследования ресторанного бизнеса;

сформирована система показателей результативности управления развитием ресторанного бизнеса;

осуществлен мониторинг факторов развития ресторанного бизнеса на основе их систематизации;

разработан организационно-информационный механизм управления развитием ресторанного бизнеса;

обоснован концептуальный подход к реализации экономической свободы деятельности ресторанного бизнеса;

обоснован механизм обеспечения конкурентоспособности ресторанного бизнеса;

обоснован экономический механизм самоуправления развитием ресторанного бизнеса;

разработан экономический механизм мотивации развития ресторанного бизнеса;

разработан экономический механизм регулирования развития ресторанного бизнеса;

обоснован научно-методический подход к обеспечению эффективности управления развитием ресторанного бизнеса;

разработан комплекс моделей управления развитием ресторанного бизнеса;

разработаны методические рекомендации по совершенствованию управления развитием ресторанного бизнеса.

**Объектом исследования** являются процессы развития и управления ресторанным бизнесом.

**Предметом исследования** являются теория и методология управления развитием ресторанного бизнеса.

Диссертация выполнена в соответствии с паспортом специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством: экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами (промышленность) (п. 1.1.1 «Разработка новых и адаптация существующих методов, механизмов и инструментов функционирования экономики, организации и управления хозяйственными образованиями в промышленности и сфере услуг»; п. 1.1.2 «Формирование механизмов устойчивого развития экономики промышленных отраслей, комплексов, предприятий»; п. 1.1.3 «Организационно-экономические механизмы обеспечения инновационного развития отраслей промышленности и сферы услуг»).

**Научная новизна полученных результатов** заключается в том, что в диссертации разработана концепция, развиты теоретические, методологические и

методические основы организационно-экономического механизма управления развитием ресторанного бизнеса.

Наиболее существенные результаты, содержащие научную новизну и характеризующие отличие полученных результатов от существующих разработок, заключаются в том, что:

*впервые:*

научно обоснована концепция организационно-экономического механизма управления развитием ресторанного бизнеса, которая охватывает влияние внешних и внутренних факторов осуществления хозяйственной деятельности, включает цель, задачи, объект, предмет и состоит из теоретических основ и методологии управления развитием, организационного и экономических механизмов управления развитием ресторанного бизнеса, научно-методических рекомендации по управлению развитием ресторанного бизнеса, что будет способствовать оптимизации развития, активизации предпринимательской деятельности в ресторанном бизнесе, формированию долгосрочных конкурентных преимуществ в современных условиях и повышению социально-экономической эффективности развития ресторанного бизнеса;

разработан организационно-информационный механизм управления развитием ресторанного бизнеса, включающий систему управления развитием ресторанного бизнеса на основе комплексного воздействия взаимосвязанных функций, составленную из взаимообуславливающих и взаимодействующих подсистем управления развитием: организация, прогнозирование, планирование, учет, анализ, контроль и логическую модель управления развитием ресторанного бизнеса на основе оптимизации информационно-функциональных связей, отражающих управленческое воздействие производства, реализации и организации потребления, что позволит ресторанному бизнесу своевременно и оптимально адаптироваться к рыночным процессам и повысит уровень обоснованности направлений его развития;

сформирована система показателей результативности управления развитием ресторанного бизнеса, которая состоит из взаимозависимых и взаимоопределяющих групп: показателей, отражающих условия деятельности; показателей, отражающих

конечные результаты хозяйствования; показателей, характеризующих степень социальной полезности, которые структурированы как относительные, стоимостные и натуральные, качественные и количественные, что позволяет обеспечить целостное восприятие объекта исследования и определить комплекс мероприятий по мобилизации имеющегося потенциала для повышения эффективности управления развитием ресторанного бизнеса;

разработан комплекс моделей управления развитием ресторанного бизнеса, включающий в себя имитационную и оптимизационную модели управления развитием предприятий ресторанного бизнеса, что позволяет комплексно оценить и предусмотреть направления изменения моделируемой системы предприятий ресторанного бизнеса при условии эффективного управления благодаря имитации скорости увеличения товарооборота вследствие реализации инвестиционных проектов и на основе прогнозирования принимать обоснованные управленческие решения по развитию ресторанного бизнеса;

*усовершенствовано:*

концептуальный подход к реализации экономической свободы деятельности ресторанного бизнеса, включающий систему экономической свободы ресторанного бизнеса и концептуальную схему. Особенностью данного подхода является обеспечение возможности субъектам хозяйствования взаимодействовать при выборе рыночного сегмента, правовых и организационно-экономических форм функционирования рыночного механизма на основе действующих законодательных актов. Использование предложенного подхода позволяет определять границы экономической свободы и степень ответственности предприятий ресторанного бизнеса за результаты хозяйственной деятельности и создает благоприятную среду для реализации предпринимательской инициативы;

механизм обеспечения конкурентоспособности ресторанного бизнеса отличающийся наличием в нем модели формирования конкурентоспособности ресторанного бизнеса, которая состоит из иерархической структуры, включающей цели, задачи, предмет, субъект и объект исследования, методы оценки и условия, уровни управления, взаимозависимые группы показателей: показатели

конкурентоспособности продукции и услуг, показатели конкурентоспособности производственно-обслуживающего комплекса и показатели конкурентоспособности рыночной стоимости предприятия, которые систематизированы по объектам управления, что дает возможность адекватно реагировать на воздействие факторов внешней и внутренней среды, повысить эффективность управления развитием ресторанного бизнеса и способствует согласованию интересов всех субъектов ресторанного бизнеса;

экономический механизм самоуправления развитием ресторанного бизнеса, состоящий из целей, принципов, функций, методов, логической модели, средств воздействия субъекта-объекта самоуправления, отличие которого заключается в комплексно-факторном подходе к управлению предпринимательской деятельностью субъектами бизнес-процессов в пределах их компетенции и полной ответственности за конечные результаты, что позволяет повысить качество и эффективность труда, деловую активность в управлении ресторанным бизнесом, обеспечит оперативность реагирования на изменения, происходящие в социальных отношениях субъектов ресторанного бизнеса;

экономический механизм мотивации развития ресторанного бизнеса, состоящий из методов, инструментов, факторов среды, уровней управления, бизнес-среды, который, в отличие от существующих, базируется на согласовании общественной и частной заинтересованности на основании взаимодействия соответствующих методов прямого и косвенного воздействия макро- и микроуровней и влияния рыночных отношений на формирование материально-финансовых рычагов, что обеспечит повышение инвестиционной и инновационной активности, оптимизирует условия устойчивого развития ресторанного бизнеса в период рыночных преобразований;

экономический механизм регулирования развития ресторанного бизнеса, состоящий из рычагов регулирования разного уровня, финансового и материального обеспечения, который, в отличие от известных, благодаря комплексному действию инструментов, обеспечивает соответствующее влияние рыночных факторов на бизнес-среду независимо от формы собственности субъекта хозяйствования, что

позволяет активизировать бизнес-деятельность и определяет направления развития на основе оптимизации ресурсного, информационного и инновационного обеспечения с согласованием интересов рыночных субъектов, что способствует активизации развития ресторанного бизнеса;

система показателей социально-экономической эффективности развития ресторанного бизнеса, включающая специальные показатели, показатели выпуска продукции и услуг, показатели затрат и показатели результативности деятельности, которая, кроме показателей эффективности производства продукции и услуг, включает показатели, подчеркивающие особые условия функционирования ресторанного бизнеса и конечную результативность деятельности. Использование предлагаемой системы показателей позволяет определять интенсивность и характер развития ресторанного бизнеса благодаря обоснованным управленческим решениям и оценивать динамику изменений по имеющейся информации.

*получили дальнейшее развитие:*

концепция экономического развития, базирующаяся на новом теоретико-методологическом подходе, сущность которого заключается в количественном росте объемов производства и реализации качественного совершенствования через изменения в этих структурах и отвечает реальному разнообразию социальных запросов населения, что позволяет обосновать более совершенный концептуальный подход к формированию механизма рыночных преобразований экономики, основой которого должен стать переход к социально-ориентированной модели устойчивого развития общества, в которой приоритетным становится качество жизни человека на основе приоритетного развития ресторанного бизнеса;

определение понятий: «ресторанный бизнес» – вид экономической деятельности, которая базируется на согласовании интересов всех рыночных субъектов для выполнения социального заказа в виде услуг по наиболее полному удовлетворению потребностей в высококачественном и рациональном питании различных социальных групп населения с целью реализации миссии предприятия в воспроизводстве главной производительной силы общества. Отличительной характеристикой авторской формулировки является соответствие сущности

рыночному этапу развития экономики, что значительно расширяет и углубляет его содержание; «управление развитием ресторанного бизнеса» – составляющая управленческой деятельности по выполнению функций организации, анализа, прогнозирования, планирования и контроля соответствующими подсистемами учета, процессов разработки и реализации перспективных мероприятий по повышению эффективности функционирования ресторанного бизнеса, которая обеспечивает целенаправленность и организованность системы с оптимизацией информационно-функциональных связей, характеризующих количественно-качественные параметры производства продукции и предоставления услуг необходимого качества на всех этапах их жизненного цикла, что соответствует специфике отраслевой деятельности ресторанного бизнеса;

методологический инструментарий исследования ресторанного бизнеса, который включает различные методы, классифицированные по возможности разработки управленческих решений, по виду отражения конечных результатов; по способу оценки; по направлению формирования информационной базы; по соотношению объективных и субъективных начал; по параметрам, определяющим состояние ресторанного бизнеса на перспективу на основе методов стратегического анализа, а также на основе общих методов: сравнения, индексный, средних и относительных величин и анализ методик исследования ресторанного бизнеса. Отличительной чертой предложенной систематизации является обеспечение их комплексного взаимосвязанного применения для выявления причин неудовлетворительного состояния и разработки направлений эффективного развития ресторанного бизнеса на перспективу;

систематизация факторов развития ресторанного бизнеса, которая включает общие факторы развития, классифицированные по содержанию, по степени управляемости, по отношению к исследуемому объекту, по характеру и степени воздействия, по степени контроля, объектам воздействия; и специфические факторы развития ресторанного бизнеса, классифицированные по характеру развития сети ресторанного бизнеса, по формированию качества, по характеру потребительского состава населения. В отличие от уже известных, в основу авторской систематизации

положена система причинно-следственных отношений на основе выбора признаков группировки, что позволяет при их мониторинге нивелировать и нейтрализовать воздействие негативных факторов внешней среды на развитие ресторанного бизнеса;

методические рекомендации по совершенствованию управления развитием ресторанного бизнеса, включающие комплекс мероприятий, в числе которых маркетинговые стратегии и направления развития ресторанного бизнеса на основе программ и концепций развития внутренней торговли, в которых, в отличие от предлагаемых ранее, ресторанный бизнес выделяется самостоятельным направлением, представленным в качестве самостоятельной системы торгово-производственного комплекса, что способствует развитию и повышению его эффективности благодаря наиболее полному удовлетворению потребностей населения в услугах ресторанного бизнеса.

**Теоретическая и практическая значимость работы.** Теоретическое значение полученных результатов определяется актуальностью цели и задач исследования, а также достигнутым уровнем разработанности изучаемых проблем, научной новизной, полученной в результате исследования, развитием методологии и расширением подходов к решению вопросов управления развитием ресторанного бизнеса с помощью разработанного организационно-экономического механизма и заключается в научном обогащении теоретико-методологического базиса эффективного управления развитием ресторанного бизнеса на основе обоснованных управленческих решений с целью достижения оптимального уровня удовлетворения потребностей в услугах ресторанного бизнеса и повышения эффективности его развития. Разработанные в диссертации выводы и рекомендации по управлению развитием могут стать основой для дальнейших исследований в области формирования отдельных элементов организационно-экономического механизма управления развитием ресторанного бизнеса.

Практическая значимость полученных результатов заключается в том, что разработанные и предложенные в диссертации научные идеи, научно-методические подходы и выводы могут быть использованы для решения актуальных проблем по

разработке рекомендаций по эффективному управлению развитием ресторанного бизнеса.

Наиболее важное практическое значение имеют следующие научно-прикладные разработки и рекомендации: определение места и роли ресторанного бизнеса в торгово-производственном комплексе, концептуальная схема организационно-экономического механизма управления развитием, организационно-информационный механизм управления развитием ресторанного бизнеса, система показателей результативности управления развитием, комплекс моделей управления развитием ресторанного бизнеса, механизм обеспечения конкурентоспособности ресторанного бизнеса, концептуальный подход к реализации экономической свободы деятельности ресторанного бизнеса, экономические механизмы самоуправления, мотивации и регулирования развития ресторанного бизнеса, научно-методический подход к обоснованию эффективности управления развитием ресторанного бизнеса, концепция экономического развития на основе количественно-качественного трехмерного подхода, мониторинг факторов развития ресторанного бизнеса, комплексно-факторный подход к систематизации методологического инструментария для выявления причин неудовлетворительного состояния и поиску эффективных путей развития ресторанного бизнеса.

Предложения и рекомендации, разработанные в диссертации, одобрены и внедрены в практику деятельности и использованы администрацией Калининского района г. Донецка (справка о внедрении № 01/19-2351 от 08.11.2015 г.), ООО «Гостиница «Централь» (справка о внедрении № 125 от 27.05.2014 г.), ООО «СТАРТ ПЛЮС» (справка о внедрении № 245 от 18.11.2015 г.), ООО «ИМПЭРО» (справка о внедрении № 184 от 08.12.2015 г.), ООО «ДОНБИЗНЕСАЛЬЯНС» (справка о внедрении № 284 от 05.12.2015 г.), а также нашли свое отражение в исследовательских госбюджетных и хоздоговорных работах в ГО ВПО «ДонНУЭТ имени Михаила Туган-Барановского».

Теоретические положения и материалы исследования использованы в учебном процессе при преподавании дисциплин: «Маркетинг в ресторанном хозяйстве», «Основы ресторанного сервиса», «Организация ресторанного хозяйства» в ГО ВПО

«Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», используются при написании курсовых и дипломных работ, магистерских диссертаций (справка о внедрении № 11/1033 от 24.11.2015 г.).

**Методология и методы исследования.** Теоретической и методологической основой исследования выступили нормативно-правовые акты Верховной Рады Украины, постановления Кабинета Министров Украины; государственные стандарты в ресторанном бизнесе; официальные материалы Государственного комитета статистики Украины и Донецкой области; справочные, периодические издания; ресурсы Internet; бухгалтерская и финансовая отчетность предприятий ресторанного бизнеса Донецкой области; фундаментальные теоретические положения отечественных и зарубежных ученых-экономистов по проблемам формирования организационно-экономического механизма управления развитием экономики, критические обобщения научных трудов отечественных и зарубежных ученых и специальной научной литературы по вопросам экономической теории, теории управления развитием, логистики, маркетинга, экономико-математического моделирования, экономической статистики.

Методологической основой диссертации являются целевой, системный и комплексный подходы, что позволило выявить особенности современного состояния и обосновать направления совершенствования развития ресторанного бизнеса. Решение поставленных в диссертации осуществлено с использованием системного анализа и синтеза (при обосновании экономического развития как необратимых изменений социально-экономической системы, которые обеспечивают устойчивые темпы роста и эффективные формы совершенствования макро- и микроэкономических параметров развития); логического и ретроспективного анализа (для исследования динамики развития ресторанного бизнеса, особенностей структуризации, формирования системы показателей результативности управления развитием и научно-методических подходов к обеспечению эффективности управления развитием ресторанного бизнеса); факторного анализа (для систематизации и классификации условий, формирующих эффективные экономические взаимосвязи и взаимозависимости); системно-структурного метода (для анализа

систем регулирования, мотивации и самоуправления); методов стратегического анализа (для разработки предложений по совершенствованию программ развития разных уровней, определения реальных показателей результативности управления развитием и причин их отклонения от прогнозных, формирования перспективных направлений развития предприятий ресторанного бизнеса); экономико-статистических и экономико-математических методов (для анализа и диагностики уровня развития и моделирования процесса управления развитием ресторанного бизнеса); экспертной оценки и социологических опросов потребителей (для оценки устойчивости и конкурентоспособности предприятий). Обработка данных осуществлялась с использованием современных компьютерных технологий.

**Положения, выносимые на защиту.** По результатам исследования на защиту выносятся следующие основные положения:

1. Теоретическая концепция экономического развития на основе нового теоретико-методологического подхода через восприятие количественного роста как такового, включающего качественное совершенствование путем изменений в структуре бизнес-деятельности и отвечающего реальному разнообразию социальных запросов потребителей.

2. Определение понятий: «ресторанный бизнес», соответствующее рыночному этапу развития экономики, и «управление развитием ресторанного бизнеса», отвечающее специфике его отраслевой деятельности.

3. Обоснование концепции организационно-экономического механизма управления развитием ресторанного бизнеса на основе комплексного влияния субъекта управления на процессы эффективного социально-экономического развития ресторанного бизнеса, что вызвано его функционированием в современных социально-политических и экономических условиях.

4. Систематизация методологического инструментария исследования ресторанного бизнеса для выявления причин неудовлетворительного состояния и разработки эффективных путей развития ресторанного бизнеса на перспективу.

5. Система показателей результативности управления развитием ресторанного бизнеса учитывающая целевое назначение ресторанного бизнеса, условия его

функционирования и социальную полезность для человека как главной производительной силы общества.

6. Мониторинг факторов развития ресторанного бизнеса и их систематизация для нивелирования и нейтрализации воздействия негативных факторов внешней среды на развитие ресторанного бизнеса.

7. Организационно-информационный механизм управления развитием ресторанного бизнеса на основе оптимизации информационно-функциональных связей, отражающих управленческое воздействие производства, реализации и организации потребления, позволяющий комплексно воздействовать функциям взаимообуславливающих и взаимодействующих подсистем управления развитием.

8. Концептуальный подход к реализации экономической свободы деятельности ресторанного бизнеса на основе взаимодействия субъектов хозяйствования, вызванного необходимостью выбора рыночного сегмента, правовых и организационно-экономических форм функционирования на основе действующих законодательных актов.

9. Механизм обеспечения конкурентоспособности ресторанного бизнеса на базе механизма конкурентоспособности предприятия и усовершенствованной модели формирования конкурентоспособности ресторанного бизнеса.

10. Экономический механизм самоуправления развитием ресторанного бизнеса на основе комплексно-факторного подхода к управлению предпринимательской деятельностью субъектами бизнес-процессов.

11. Экономический механизм мотивации развития ресторанного бизнеса на основе комплексного использования методов и инструментов и согласования общественной и частной заинтересованности в активизации бизнес-деятельности и определении направлений развития при оптимизации ресурсного, информационного и инновационного обеспечения.

12. Экономический механизм регулирования развития ресторанного бизнеса путем углубления теории и практики адаптации экономического механизма государственного регулирования к развитию ресторанного бизнеса и перехода от

хаотичных к регулируемым экономическим процессам с помощью соответствующих рычагов и с учетом трехуровневости системы.

13. Научно-методические подходы к обоснованию эффективности управления развитием ресторанного бизнеса с использованием комплексного подхода к определению интенсивности и характера развития ресторанного бизнеса на основе обоснованных управленческих решений с обеспечением оценки динамики и статики изменений по имеющейся информации.

14. Имитационная и оптимизационная модели управления развитием ресторанного бизнеса, которые снижают финансовые риски предприятий от неэффективных управленческих решений по направлениям его развития.

15. Методические рекомендации по совершенствованию управления развитием ресторанного бизнеса на основе маркетингового подхода и направлений развития ресторанного бизнеса.

**Степень достоверности результатов** проведенного исследования подтверждается достаточно обширным перечнем изученных научных работ отечественных и зарубежных ученых, информационно-аналитических материалов, ресурсов сети Internet. Диссертация представляет собой самостоятельный научный труд. Все научные положения, результаты и выводы, изложенные в диссертации и выносимые на защиту, получены автором лично. Из научных трудов, опубликованных в соавторстве, использованы только те идеи и положения, которые являются результатом личных исследований соискателя. Основные положения и результаты, изложенные в диссертации, обсуждались и получили одобрение на 34 научных и научно-практических конференциях в Украине и за ее пределами (г. Варшава, г. Вена, г. Днепропетровск, г. Донецк, г. Желтые Воды, г. Киев, г. Переяслав-Хмельницкий, г. Полтава, г. Санкт-Петербург, г. Святогорск, г. Симферополь, г. Харьков, г. Ялта).

**Публикации.** Основные положения диссертации опубликованы в 61 научном труде, среди которых 4 монографии, из них две личные (31,4 печ. л.), 34 статьи в научных изданиях, 1 – за рубежом, 2 – в других изданиях, 21 публикация

по материалам научных конференций. Общий объем публикаций – 89,84 печ. л., из которых 54,42 печ. л. принадлежат лично автору.

**Структура диссертации** определяется поставленной целью и соответствует логической последовательности решения поставленных автором задач исследования. Диссертация состоит из введения, пяти разделов, содержащих 15 подразделов, заключения, списка литературы, содержащего 337 наименований, приложений (объемом 100 страниц)

# РАЗДЕЛ 1

## ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ РЕСТОРАННЫМ БИЗНЕСОМ

### 1.1. Научные подходы к экономическому развитию в контексте рыночных преобразований в экономике Украины

Экономическое развитие вступает важным условием успешного становления рынка в Украине. Первая значительная попытка исследования экономического развития была предпринята в XIX в. Конечной целью названо открытие экономического закона движения общества [155]. Однако составляющие немаловажную часть теории развития исследования носили системный характер, т.е. основывались на представлении об однонаправленности и обусловленности истории, и имели систему ограничений статистического характера, что свидетельствует о том, что по многим вопросам цель «Капитала» не была достигнута. Так, система допущений предложенных теоретических схем предполагала отсутствие научно-технического прогресса, безработицы, внешней торговли, акционерного капитала, кризисов, непроизводительных затрат капитала, изменений в налоговой системе, монополии; считалось, что спрос равен предложению, а органическое строение капитала растет во всех сферах производства; национальная экономика была представлена закрытой равновесной системой, потому что норма прибавочной стоимости была принята неизменной. Это в целом и способствовало появлению «пророчества» о будущей гибели капитализма и формулировке ряда законов, действие которых наблюдается исключительно при соблюдении системы допущений, что в реальности практически недостижимо.

Все вышеизложенное относится и к теории экономического развития Й. Шумпетера [312]. Исходным пунктом исследования данного автора был «хозяйственный кругооборот» закрытой экономики (которая представляет собой,

по сути, равновесное состояние). Среди основных пунктов системы ограничений находятся следующие: доход и процент отсутствуют, производители возмещают только издержки, хозяйственные связи в национальной экономике неизменны, присутствует полная свобода конкуренции, объем производства определяется из предыдущего опыта субъекта, спрос и предложение равны, экономика неподвижна.

Вполне естественно, статистические предпосылки не дали возможности построить реальную систему гипотез, но позволили сделать первый шаг в исследовании развития национальной экономики. К сожалению, этот шаг надолго остался и последним, поскольку в дальнейшем интерес к проблемам закономерностей и движущих сил развития переключился в основном на проблемы экономического роста, изменение его темпов и экономических циклов. Во многом все это объясняет и путаницу, которая появилась в понятиях в теории экономического развития.

Целесообразно экономическое развитие рассматривать в двух аспектах: 1) с точки зрения изучения различных аспектов и закономерностей конкретно самого данного процесса; 2) путем сравнения категории «экономическое развитие» с другими близкими, такими как прогресс, эволюция, модернизация, рост и др.

В современной экономической литературе встречается большое количество точек зрения относительно сущности экономического развития [18]. Этими вопросами занимались экономисты Г. Арндт, Л. Бальцеревич, Л. Безчастный, Б. Габович, Г. Кларк, А. Кругер, А. Льюис, Г. Мюрдаль, А. Назаретян, Р. М. Нуреев, Ф. Е. Поклонский, Уол У. Ростоу, М. П. Тодаро, Х. Томас, Х. Ченери, Б. Шаванс, С. Энш и др. [50; 54; 76; 182; 185; 207; 270; 301; 302; 312 и др.].

Группа авторов [50; 58 329] рассматривали экономическое развитие как комплексное понятие и связывали со следующим обязательным ростом благосостояния народа, увеличением степени удовлетворение основных потребностей всех без исключения членов общества.

Экономисты [76; 91; 128] обращают внимание на циклический характер экономического развития и его связь с научно-техническим прогрессом, эволюцией и экспансией.

Исследователи [185; 322] акцентируют внимание на комплексности экономического развития, предполагая, что этот процесс связан с глубокими изменениями во всех сферах и зависит от большого количества факторов (экономических, технических, политических, социальных, институциональных, затрагивает инфраструктуру в целом, технологии, образование и другие, и акцентируют внимание на важности таких элементов как капитал, ресурсы, труд).

Некоторые авторы [65; 182; 301 и др.], и их точка зрения заслуживает внимания, трактуют экономическое развитие как закономерное и многократное повторение революционных и эволюционных изменений.

Наиболее общее философское понятие развития связывает с качественными изменениями объектов, появлением новых общественных фирм, инноваций и нововведений, а также с трансформацией внутренних и внешних связей этих объектов. Идея развития нашла свое отражение в органической концепции Г. Спенсера, выделившего структуру как внутреннее строение целого и функцию как способ деятельности и трансформации этого целого. Е. Дюркгейм рассматривал развитие как системную теорию. Г. Сорокин [243] отображал развитие как системно-процессуальную конструкцию. Некоторые авторы предлагали альтернативные модели, в которых также нашла отражение идея развития. Это модель взаимодействующих социокультурных полей П. Бурдьё; цивилизационная теория А. Тойнби и О. Шпенглера, и, даже, стадийная система К. Маркса.

Развитие в концепциях и моделях отмеченных выше авторов ассоциируется с цикличностью и линейной или нелинейной направленностью процессуальных изменений; их одно- или многофакторностью; однозначной естественноисторической детерминированностью развития или возможностью альтернатив; с эволюционным или революционным характером происходящих политико-экономических и социокультурных изменений; с определенной мерой их искусственности и естественности.

Вместе с тем общим для всех подходов является то, что, несмотря на многочисленные количественные и качественные изменения, любая органическая

система обнаруживает собственную идентичность и стремится к сохранению целостности в процессе своего развития.

Вместе с категорией «развитие» экономисты рассматривают такую категорию как «эволюция». В самом общем смысле она трактуется как процесс, осуществляющийся естественно сам по себе и являющийся вследствие этого своеобразным саморазвитием.

Экономическая энциклопедия определяет эволюцию как «...1) представление о медленных, постепенных изменениях в отличие от революции; 2) процесс изменения, развития» [318].

Современная трактовка эволюции идет от Г. Спенсера, объяснившим ее как единство дифференциации и интеграции, как движение от однородного к разнородному, как достижение определенного социального равновесия в процессе адаптации системы к внутренним и внешним изменениям.

Теория эволюции только указывает на направление движения конкретного процесса, результат же будет зависеть от большого числа факторов, что подчеркивает неправомерность отождествления категорий «эволюция» и «развитие». Эволюция базируется на непостоянстве и случайности, а развитие – на циклическом повторении устойчивости, что также обуславливает невозможность отождествления этих категорий.

В экономической литературе развитие рассматривают во взаимосвязи с таким понятием как «прогресс». Сам термин «прогресс» представляет собой «...движение вперед, от низшего к высшему, переход на более высокую ступень развития, изменение к лучшему; развитие нового, передового» [63, с. 852]. Однако, по сути, прогресс является достаточно противоречивым явлением, так как имеет и обратную сторону – регресс. Прогресс стимулирует экономическое развитие, потому что в результате его осуществляется попытка оптимизировать ресурсы и добиться высокого результата.

Встречается отождествление экономического развития с экономическим ростом. В частности, Б. Габович [76] говорит о том, что категория «экономическое развитие» – это синоним экономической экспансии, прогресса или роста. Й. Шумпетер [313] указал на различия между экономическим развитием и экономическим ростом.

Под экономическим развитием он понимал, прежде всего, качественные, а под экономическим ростом – количественные изменения хозяйственного кругооборота.

Р. М. Нуреевым приводится следующее определение развития – «это многомерный, включающий глубокие изменения в технической, экономической, социальной и политических сферах процесс» [185, с. 3]. Увязывая экономическое развитие и экономический рост воедино можно сказать, что экономическое развитие – это качественный экономический рост.

Таким образом, проведенное исследование позволяет рассматривать экономическое развитие как одновременное расширение производства, его усложнение и дифференциацию, комплексное совершенствование всех сторон социально-экономической системы.

В Большом экономическом словаре развитие определяется как «...общий термин, обозначающий абсолютное и относительное изменение макроэкономических показателей, характеризующих состояние экономики страны во времени в течение продолжительного периода» [63, с. 881].

В экономической энциклопедии под развитием экономики предлагается понимать закономерный процесс количественно-качественных изменений в пределах экономической системы, ее переход в новое качество, совершенную форму [318, с. 283]. Количественным измерителем данных процессов является относительное увеличение макроэкономических показателей на протяжении достаточно продолжительного периода, качественным – положительный результат, эффект для потребителя, сферы деятельности и страны в целом.

То есть в экономическом понимании развитие означает способность экономики длительное время находиться в состоянии относительно статического равновесия, создавать импульсы и поддерживать основные показатели деятельности на определенных оптимальных уровнях.

Исходя из приведенного выше, экономическое развитие следует рассматривать как необратимые и закономерные количественно-качественные изменения социально-экономической системы, выводящие ее на высший уровень. При этом количественный

рост связан с ростом объемов производства, а качественный – с совершенствованием самой структуры, что отвечает реальному разнообразию социальных потребностей.

В современных условиях в вопросах изучения проблем экономического развития по-прежнему руководствуются основными ведущими теориями: модель линейных стадий роста; теория структурных преобразований; революционная теория внешней зависимости; неоклассическая контрреволюционная теория «свободного рынка»; новая теория экономического роста (т.н. концепция эндогенного роста). Каждая из них по-своему привлекательна и нуждается в более подробном рассмотрении предложенных альтернативных подходов для обоснования направлений экономического развития ресторанного бизнеса.

Наиболее влиятельным и ярким представителем теории линейных стадий считается Уолт У. Ростоу. Согласно его теории выход из состояния слаборазвитости может быть описан серией шагов или стадий, через которые должна пройти любая страна [224]. В предисловии к книге «Стадии экономического роста» Уолт У. Ростоу писал: «Экономическое устройство любого общества может быть охарактеризовано с помощью одного из пяти понятий: традиционное общество; созревание предпосылок для рывка; рывок к самоподдерживаемому росту; переход к технологической зрелости; эра массового потребления. Эти стадии носят не только описательный характер и служат не только способом обобщения процесса развития в современном обществе. Они имеют свою внутреннюю логику и последовательность ... и являются, наконец, теорией экономического роста ... и, пусть весьма неполной, теорией всемирной истории»[224, с. 79].

Предположения были высказаны на основании изучения экономической истории развитых стран, прошедших через стадию рывка к самоподдерживаемому росту. Развивающиеся страны, к которым относится сегодня и Украина, находятся на стадиях либо традиционного общества, либо созревания предпосылок для рывка. Одним из главных условий для перехода является мобилизация внутренних и иностранных сбережений для ускорения экономического роста.

Экономический механизм, с помощью которого инвестиции могут ускорить рост, описывается моделью Харрода-Домара [185, с. 20-24]. Главное внимание в этой

модели отводится роли автономных инвестиций, благодаря экономической политике государства, направленной на рост национального дохода. Однако «секрет» экономического роста и развития заключается, по мнению приверженцев этой модели, только в увеличении национальных сбережений и инвестиций. Главное препятствие для развития заключается в сравнительно низких сбережениях в большинстве развивающихся стран.

«Инвестиционное ограничение» в стадийном подходе к росту и развитию становилось рациональным (с точки зрения политики холодной войны) и весьма удобным инструментом для аргументации в пользу массированного экспорта капитала и технической помощи развивающимся странам со стороны развитых государств.

К сожалению, «рецепты» экономического развития, которые заложены в теорию стадий роста, действуют не всегда и не для всех, что подтверждает опыт развития многих стран мира. Главная причина заключается не в том, что наращивание сбережений и инвестиций является необходимым условием ускоренного роста. Гораздо важнее то, что это еще не является достаточным условием для эффективного экономического развития. Важным также выступает и то, что теория стадий роста не учитывает то, что современные развивающиеся страны являются частью взаимозависимой сложной мировой системы, в которой неподконтрольные конкретной стране факторы способны свести на нет любую даже самую хорошую стратегию развития. В развивающихся странах рынок в основном несовершенен, а иррациональность выступает основным правилом. Степень диверсификации значительно ниже, а монополизация – выше, мобильность отсутствует или существенно затруднена, комплиментарность сильная и повсеместная. В этих условиях использование теории стадий роста приводит как правило к росту экономических проблем; в таких условиях агрегирование скрывает больше, чем раскрывает.

Другие подходы к экономическому развитию объясняются в моделях структурных преобразований. В них акцентируется внимание на механизме преобразования преимущественно аграрной экономики развивающихся стран в хозяйство с более

развитой отраслевой структурой и, соответственно, более высоким уровнем урбанизации.

Достаточно часто используемыми подходами приверженцев структурных преобразований является двухсекторная модель А. Льюиса [328] и структурные сдвиги и формы развития Х. Ченери [291].

Хотя двухсекторная модель Льюиса А. и отличается простотой и в целом отражает исторический опыт развития западных стран, тем не менее, три ключевых положения этой модели не соответствуют институциональным и экономическим реалиям, как Украины, так и других стран СНГ и постсоциалистических государств.

Прежде всего, модель исходит из того, что перемещение трудовых ресурсов из сельской местности и создание рабочих мест в городе идут параллельно накоплению капитала в рыночной экономике. Предполагается, что чем быстрее будут расти темпы накопления, тем быстрее будет расти и занятость. Однако полученная прибыль может быть реинвестирована в трудосберегающее оборудование, а не в увеличение числа рабочих мест. В этом случае возникает опасность излишка неквалифицированной рабочей силы и недостатка высококвалифицированных специалистов. Также существует вероятность того, что полученные доходы «осядут» на депозитах в западных банках, а не будут вложены в национальную экономику.

Следующее противоречивое положение теории А. Льюиса заключается в параллельном существовании излишка рабочей силы в деревне и полной занятости в городе. Анализ современного состояния развития в большинстве стран мира показывает, что наличие излишка рабочей силы в городской местности эмпирически более вероятно, чем в сельской.

Спорным является положение о конкурентном рынке труда в современном секторе экономики, который гарантирует существование в городе постоянного уровня реальной заработной платы до момента, пока не будут исчерпаны излишки рабочей силы в селе. Однако перелив неквалифицированного труда из аграрного сектора в индустриальный не может автоматически привести его к превращению в квалифицированный. Поэтому требуется дополнительная, и часто достаточно длительная и трудоемкая, переподготовка кадров, а она в конечном итоге вызовет

рост номинальной и реальной зарплаты. Ратуя за осуществление крупных инвестиций в народное образование, А. Льюис не полностью учел реальный фактор роста цены труда.

Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод о необходимости существенного изменения модели А. Льюиса для приведения ее в соответствие с современной ситуацией в странах с переходной экономикой и в развивающихся государствах. Необходимо учитывать действие таких факторов экономической среды как трудосберегающий характер современного технического прогресса, миграция капитала, частое отсутствие каких-либо излишков рабочей силы в сельской местности, растущую городскую безработицу и др.

Вместе с тем, в отличие от модели линейных стадий роста, модель структурных преобразований признает наличие единой мировой системы, в которой развивающиеся страны выступают структурным звеном. И тогда влияние мировой системы может, как ускорить, так и затормозить развитие на национальном уровне.

Модель структурных сдвигов и анализ форм развития Х. Ченери [291, с. 87] акцентирует внимание на последовательных изменениях в экономической, индустриальной и институциональной структурах. Основная гипотеза теории заключается в том, что развитие выступает одновременным процессом роста разнообразных сопутствующих изменений, более или менее одинаковых для всех стран, которые ведут к замене традиционного сельского хозяйства новыми отраслями промышленности. И в отличие от модели Льюиса А. и теории стадийного роста, увеличение сбережений и инвестиций рассматривается как необходимое, но отнюдь не достаточное условие экономического роста.

Эмпирические исследования структурных сдвигов в экономике Украины показывают, что формы и темпы развития могут значительно отличаться под влиянием как внутренних, так и внешних условий, многие из которых неподконтрольны на уровне государства. Однако, несмотря на эти отличия, можно выделить целый ряд направлений и форм развития, общих для всех стран мира.

Слабым звеном данной теории является ограниченное практическое значение. Потому что общие черты не раскрывают ключевых факторов, определяющих

динамику развития отдельных государств, и отвлекают внимание от реальных проблем и факторов, порождающих бедность.

Более прогрессивной в некотором плане считается революционная теория внешней зависимости. Она рассматривает способность отдельных стран развиваться самостоятельно, а других – только благодаря внешнему воздействию. В этой теории выделяют три основных направления: неоколониальная модель зависимости; ложная парадигма развития и теория дуального развития.

Неоколониальная модель развития выступает побочным продуктом теории марксизма, которая связывает слаборазвитость отдельных стран с исторически сложившимся неравноправием бедных и богатых стран в мировой капиталистической системе. Однако Украина и другие страны бывшего социалистического лагеря не были включены в эту систему отношений. Анализ экономического развития показывает, что эти государства имели более высокий базовый уровень развития и находились достаточно продолжительное время в рамках «особого пути».

Начальный этап экономического развития для Украины был направлен на то, чтобы не попасть в зависимость от более развитых западных стран и как можно более эффективно использовать международное разделение труда в целях своих национальных интересов. Современное состояние показывает обратное – страна попала в зависимость и вынуждена пытаться развивать экономику с учетом рекомендаций стран, от которых выявлена зависимость.

Направление «ошибочная парадигма» развития объясняет отсталость развивающихся стран следованием ошибочным советам консультантов различных международных организаций двусторонней и многосторонней помощи развития в силу незнания местной специфики. И в этих случаях, имея, казалось бы, самые добрые намерения, консультанты выступают с предвзятых этнических позиций.

Разрабатываются сложные концепции, разные теоретические предположения и эконометрические модели, реализация которых, к сожалению, не решает задач экономического роста в развивающихся странах, а приводит к неверной и неадекватной политике. В этих условиях политика, построенная на таких ведущих

теориях западных экономистов во многих случаях выгодна только интересам влиятельных элитных групп внутри страны и за ее пределами

Еще одним слабым аргументом в теории «ошибочной парадигмы» является то, что ведущие ученые экономисты, лидеры профсоюзов, экономические советники правительства и другие чиновники, получившие образование в развитых странах, рекомендуют действительно привлекательные концепции и теоретические модели. Однако они чаще всего неприменимы к местной ситуации по вполне понятным причинам. Правящие круги, не зная, как решить реальные проблемы развития, часто, невольно или осознанно, становятся апологетами существующих международных институциональных структур и узкогрупповых интересов.

И, наконец, направление теории внешней зависимости – теория дуального развития. Эта теория основана на существовании «высших» и «подчиненных» уровней (бедных и богатых), которые воспроизводятся постоянно. Разница между богатством и бедностью со временем полностью не исчезает, а неравенство между прямо противоположными элементами системы сохраняется. В пользу этого свидетельствует и растущее неравенство между отдельными странами. Классическая западная экономическая теория важную роль отводит росту валового национального продукта, а проанализированные теории внешней зависимости, несмотря на определенные расхождения, «отбрасывают» всю его исключительность.

Теория зависимости указывает на противоречивость положений и ставит под сомнение значимость двухсекторной модели А. Льюиса В равной мере этот подход отбрасывает модель структурных сдвигов и форм развития Х. Ченери и других в том, что существуют эмпирически наблюдаемые общие направления и формы развития, характерные для большинства стран. В противоположность современные теоретики, приверженцы «внешней зависимости», основную роль отводят дисбалансу в соотношении сил на международном рынке и необходимости коренных реформ по всем направлениям как внутри стран, так и на мировом уровне.

Неоклассическая контрреволюционная теория экономического развития в противоположность приведенным выше, построена на основе идей свободного рынка. Приоритетным является стимулирование совокупного предложения и приватизация

государственных предприятий в развитых странах. В развивающихся странах, согласно данной теории, исследователи выступали за сокращение вмешательства государства в экономику. Преимущества свободного рынка понимались в ускорении экономического роста путем устранения препятствий для экспорта и привлечения иностранного капитала и инвестиций, сокращении искажения цен на рынках товаров и услуг, факторов производства и финансовых услуг. Таким образом, либерализация внутреннего рынка и внешней торговли предполагала увеличение суммы внутренних и внешних иностранных инвестиций в стране и ускорение накопления, которые повлекут за собой рост всех основных показателей экономического развития.

Теория экономического (эндогенного) роста направлена на анализ постоянного увеличения ВВП, предопределенного той экономической системой, которая реально управляет общественным производством в стране. В отличие от неоклассической теории, теория эндогенного роста рассматривает увеличение ВВП как естественный продукт долгосрочного равновесия. Важный вывод, который вытекает из основных положений данной теории, заключается в том, что временное или длительное торможение роста в стране ведет к хроническому и еще более сильному отставанию от более богатых стран по уровню дохода на душу населения. Это положение полностью подтверждает практика экономического развития Украины до начала рыночных преобразований.

Слабым звеном новой теории роста выступает ряд традиционных неоклассических постулатов, ограничивающих ее применение в силу ряда объективных причин для развивающихся стран. Эта теория учитывает неэффективность институциональных структур, неразвитость инфраструктуры, несовершенство рынка товаров и услуг и др., и способна дать ответы на фундаментальные вопросы, однако она не до конца согласуется с эмпирическими фактами роста и развития.

Новая теория роста, хотя и находится еще в стадии становления, с помощью источников эндогенного экономического роста все-таки способствует лучшему пониманию расхождений в долгосрочной динамике развитых и развивающихся стран. Эта модель подчеркивает роль государственной политики в стимулировании долгосрочного роста и эффективного развития.

Экономика Украины, как и экономика большинства постсоциалистических стран, отличается от экономики западных стран по структуре и по принципам организации, что не может не ограничивать применение новой теории роста относительно поведения экономических субъектов Украины, а во многом является и противоречивой, также как и «рецепты» в области политики. Экономическое развитие предусматривает наличие такого поведения и способностей трудящихся, которые бы приносили в современную экономику различные инновации, базирующиеся на совершенном образовании, инфраструктуре и институтах.

Сущность экономического развития с точки зрения внутреннего содержания раскрывается на основе анализа его как всеобъемлющего и глубокого общественно-хозяйственного прогресса цивилизационных масштабов. Основными показателями экономического развития здесь выступают валовой национальный продукт (ВНП) или валовой внутренний продукт (ВВП), доход на душу населения или размер ВНП на одного жителя, общий уровень материального благосостояния (количество реальных товаров и услуг, приходящихся на одного человека для потребления; количество сбережений и т.п.).

Период дореформенного состояния в украинской экономике характеризовался определенное время планомерным ростом валового общественного продукта. С 1990 г. XX ст. в статистической отчетности вводится показатель валового внутреннего продукта (ВВП) вместо валового совокупного продукта (ВСП). С помощью показателя ВВП предпринимается попытка измерить объем выпуска (годовой, кварталный, месячный) товаров и услуг в экономике страны без учета доходов из-за границы. С 2000 г. наблюдается тенденция его роста вплоть до 2004 г. (табл. 1.1). Период 2005-2012 гг. характеризуется скачкообразными изменениями в сторону уменьшения либо периодического роста показателей. Последние годы (до 2013 г. включительно) характеризуются относительно положительными результатами, хотя темпы изменений говорят о наметившейся тенденции спада. 2014 г. практически по всем анализируемым показателям ознаменовался снижением. Причинами являются глубокие политические и, как следствие, экономические, социальные и другие изменения, которые происходят в стране.

Таблица 1.1 – Темпы изменения основных показателей экономического развития Украины

(% к предыдущему году в сопоставимых ценах)

Показатели	Годы														
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
ВВП, в т.ч.	105,9	109,2	105,2	109,6	112,1	102,7	107,3	107,6	102,1	85,6	104,6	105,2	100,4	100,3	97,6
на одного человека	106,7	111,1	106,3	110,5	113,0	103,5	108,1	104,3	102,6	85,6	104,6	105,6	100,4	100,3	97,8
Продукция промышленности	113,4	114,2	107	115,8	112,5	103,1	106,2	110,2	96,9	78,1	111,2	107,6	99,3	95,7	89,9
Продукция сельского хозяйства	109,8	110,2	114,6	82,5	122,6	100,1	101,4	93,5	117,1	95,1	94,5	117,9	85,9	108,9	94,3
Розничный товарооборот торговли	108,1	93,3	107,5	124,9	12,7	123,4	126,4	129,5	110,7	80,7	111,5	115,4	108,9	109,8	93,8
Товарооборот РБ	107,22	94,3	119,7	101,8	107,0	108,18	11,2	111,56	103,41	85,2	106,5	109,7	110,3	104,9	76,2
Инвестиции в основной капитал	114,4	120,8	110,3	129,6	129,1	101,9	119,1	129,7	97,4	56,2	121,0	99,5	105,8	86,8	75,2
Экспорт товаров и услуг	118,8	97,6	110,0	117,7	124,5	106,3	104,1	127,2	134,9	62,6	118,4	130,1	100,3	92,3	75,9
Импорт товаров услуг	116,6	99,9	106,8	118,1	116,4	125,8	114,4	134,5	140,3	55,0	130,8	134,2	102,9	91,5	63,1
Количество экономически активного населения	97,5	98,2	99,1	99,7	100,1	100,35	99,8	100,8	98,9	98,9	99,6	100,0	99,8	99,9	90,6
Реальная зарплата	99,1	105,4	138,3	101,9	120,8	126,4	126,1	94,0	121,2	99,1	90,3	103,5	103,2	102,7	97,3
Реальные доходы населения	131,1	109,6	116,2	96,6	120,3	128,7	113,4	117,8	108,4	91,2	112,8	106,5	102,8	106,1	91,6

\* Рассчитано по данным [250, с.11,14; 255, с.30, 68, 265, 342, 375; 256. с.27; 257, с.31, 179, 243, 340, 372]

Особенностью современного экономического развития является то, что часть средств инвестируется в развитие предприятий отдельных сфер деятельности. Структура инвестиций такова, что обеспечивает и облегчает развитие предприятий и отраслей только высших технологических порядков. Однако параллельно с количественным должен происходить и качественный рост. И именно здесь имеется ряд процессов, которые неопровержимо свидетельствуют о том, что конкретно в этом направлении социально-экономического развития есть существенные недостатки.

Основной причиной недостаточного роста и потребления, и накопления, медленных темпов преодоления бедности и повышения благосостояния народа является низкая эффективность экономики (табл. 1.2). Высокие темпы экономического роста не могут преодолеть процессы, обусловленные снижением рентабельности предприятий, сужением финансовых источников накопления и потребления. В связи с этим высокие темпы экономического роста должны быть дополнены значительной системой мер повышения эффективности экономики. Для чего необходимо решение широкого круга задач – от технико-технологического перевооружения производства до совершенствования организации и мотивации деятельности, форм и методов хозяйствования, их направленности на оптимизацию живого и овеществленного труда, повышение его производительности, снижение материало- и энергоемкости производства, и др.

Сегодня основной проблемой микроуровня по-прежнему остается слабая реакция предприятий на улучшение макроэкономической конъюнктуры. Основным генеральным направлением улучшения условий на уровне хозяйственных подразделений является реструктуризация предприятий, которая осуществляется как правило по следующим основным направлениям:

изменение структуры производства путем частичного закрытия нерентабельных подразделений. Однако в последнее время прослеживается необходимость их полного закрытия и организации новых видов экономической деятельности, расширения ассортимента продукции и услуг в условиях полной экономической блокады Востока и продолжающегося социально-политического кризиса;

Таблица 1.2 – Эффективность деятельности предприятий в Украине

(в %)

Показатели деятельности	Годы														
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Рентабельность операционной деятельности гостиниц и ресторанов	1,0	1,0	1,1	1,1	2,2	4,2	1,1	1,3	-6,3	-3,3	-1,8	-0,1	-1,1	-2,8	-3,2
Рентабельность операционной деятельности предприятий промышленности	4,8	3,5	2,6	3,3	4,7	5,5	5,8	5,8	4,9	1,7	3,5	4,7	3,4	3,0	2,8
Налоговые поступления в бюджет от суммы ВВП	37,5	27,6	20,1	20,3	18,6	22,2	23,1	22,4	23,9	22,7	21,6	25,7	24,7	23,2	23,5
Доля предприятий, осуществляющих инновации от общего количества предприятий	14,8	14,3	14,6	11,5	10,0	8,2	10,0	11,5	13,0	12,8	13,8	14,7	17,5	16,8	16,1
в т.ч. ресурсосберегающие от количества предприятий, внедряющих инновации	11,5	13,4	17,9	19,3	21,8	25,7	24,9	24,2	24,1	18,2	16,7	16,7	16,3	14,8	11,7

\* Рассчитано по данным [254, с. 70, 323, 325; 257, с. 11, 45, 50]

установление эффективных кооперационных связей разной жесткости и интенсивности (от простых договорных до создания совместных предприятий, финансово-производственных групп разных уровней и др.);

внедрение системы корпоративного управления (использование современных форм менеджмента, принципов международного маркетинга, гибкой системы ценообразования, механизмов активизации инновационной деятельности и широкого привлечения в процесс разработки и принятия решений собственников и работников предприятий, организаций).

Развитые страны перешли в своем развитии на качественно новую стадию, так называемую постиндустриальную, которая отличается от индустриальной. Сегодня преобладающими стали отрасли сферы услуг. Но это совсем не означает, что материальное производство не развивается. Наоборот, оно продолжает существовать и развиваться на основе высоких научно-технического уровня производства и производительности труда.

Господство сферы услуг означает, что наиболее распространенным продуктом труда выступают услуги, которые создаются, как правило, интеллектуальной, творческой деятельностью, затраты на которую сложно определить, а иногда и просто невозможно.

Сегодня Украина остается пока все еще на индустриальной стадии [300], к тому же глубокие и длительные кризисы «отбрасывают» ее постоянно назад. Это дает основание для предположения, что обеспечить современную постиндустриальную трансформацию национальной экономики практически невозможно по ряду объективных причин. Сначала, по мнению профессора А. Чухно (и автор разделяет эту точку зрения) необходимо подготовить институциональные, организационные и материально-технические предпосылки, а потом осуществлять «трансформацию постиндустриального типа».

Переход к преимущественному развитию сферы услуг обуславливает необходимость перевооружения экономики технически и технологически, достижения такого уровня производительности труда, чтобы по возможности меньшее

количество занятых обеспечивала такой уровень материального производства, который полностью бы удовлетворял потребности общества в материальных благах.

Важным и неограниченным направлением использования постиндустриальных процессов является развитие человека, накопление человеческого капитала как решающего фактора развития экономики и общества в целом. Человек становится не только целью и мерилom общественного развития, но и главным определяющим фактором развития экономики и общества.

Вначале 90-х гг. в Украине почти  $\frac{3}{4}$  работающих были заняты материальным производством и немногим более четверти – в сфере услуг. На 01.01.2009 г. в сфере материального производства было занято уже 39,2% общей численности работающих, а в сфере услуг – 60,8% [253, с. 364]. Немаловажную роль в этом играет питание людей, как один из важных факторов удовлетворения физиологических потребностей и восстановления жизненных сил человеческого организма. Это подтверждают темпы изменения производства и потребления продуктов питания на душу населения, а также их продажа через розничную сеть и сеть ресторанного бизнеса (прил. А).

Уровень развития экономики обуславливает структуру приобретаемых товаров населением. Так, сегодня она изменилась в пользу непродовольственной группы, что наглядно иллюстрирует гистограмма (рис. 1.1).

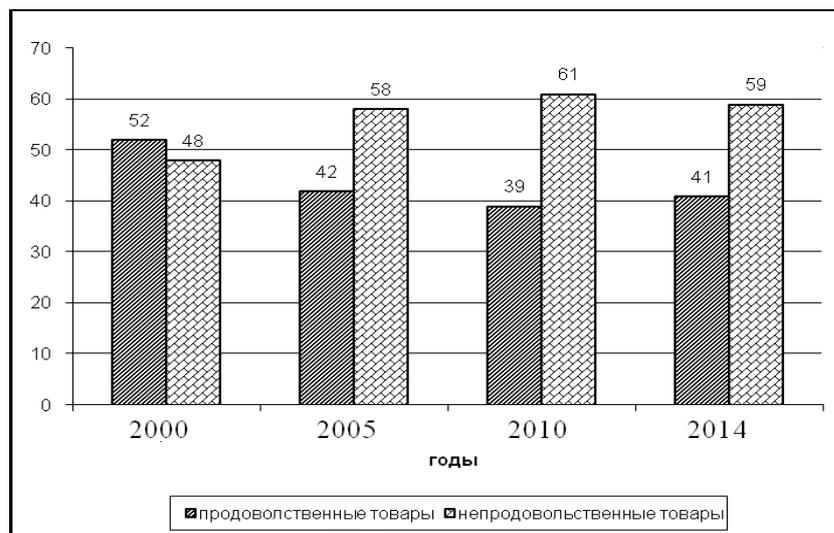


Рисунок 1.1 – Изменения в структуре реализации товаров в Украине

С 2000 г. увеличивается потребление основных продуктов питания из расчета на одного человека в год (прил. А, табл. А.1). Наиболее стабильным выглядит потребление на душу населения следующих продуктов: мяса и мясопродуктов, молока и молочных продуктов; рыбы и рыбопродуктов. Однако по многим из них еще не достигнуты рациональные нормы и объемы потребления населением наиболее развитых стран. Самое большое отставание наблюдается по таким продуктам: плоды и ягоды, мясо и мясопродукты, рыба и рыбопродукты (прил. А, табл. А.2).

Темпы производства продуктов и продажа их через сеть предприятий торговли и ресторанного бизнеса в Украине изменяются интенсивнее, чем темпы потребления. Наиболее низкие темпы продажи и потребления по сливочному и растительному маслу, сахару, хлебопродуктам, картофелю, а также яйцам, фруктам и ягодам. Такое состояние объясняется разными причинами. И, в первую очередь, снижением производства отдельных групп товаров. Так, в 2014 г. наблюдается резкое сокращение производства жирных сыров, мяса (включая субпродукты), колбасных изделий, хлеба и хлебопродуктов, кондитерских изделий (прил. А, табл. А.3).

Вместе с тем увеличилось производство мясных полуфабрикатов, масла сливочного, консервов и др. продуктов. Также наблюдается в этот период увеличение потребления таких продуктов как сливочное и растительное масло, яйца, сыр и брынза. Параллельно сокращаются продажи следующих товаров: мясо и мясопродукты, картофель, овощи, фрукты и цитрусовые. Однако картина не будет полной, если не сказать о темпах изменения потребления основных продуктов питания (прил. А, табл. А.4): снижаются темпы потребления мяса и мясопродуктов, рыбы и рыбопродуктов, фруктов и ягод, растительного масла. Практически на одном уровне сохраняются темпы потребления молока и молочных продуктов, картофеля, овощей и бахчевых, хлеба и хлебопродуктов. Такая тенденция обусловлена различными факторами. Одним из которых следует назвать постоянный рост цен на отдельные продукты питания (прил. Б, табл. Б.1, Б.2).

Особенно это касается Востока Украины, где идет полная блокада по всем видам товаров и продуктов питания со стороны Украины. При этом цены на

продовольствие приняли стойкую тенденцию к росту. Нет ни одного продукта питания, который бы стал дешевле в 2014 г. И такая картина продолжает сохраняться.

При дальнейшем распространении инновационного типа развития, несмотря на проблемы социально-политического характера, структурные изменения в экономике в сторону сферы услуг будут происходить более высокими темпами. Успех этого процесса зависит от интенсификации деятельности. А также от внедрения инноваций в ресторанном бизнесе.

Сфера услуг и занятый в ней персонал в современных условиях характеризуется более высокой степенью качества труда, его высокой интеллектуализацией по сравнению с другими сферами [17]. Так, в промышленности удельный вес работников, которые закончили высшие учебные заведения всех уровней аккредитации, составлял в 2013 г. – 24,6%, в сельском хозяйстве – 14,9%. В отраслях здравоохранения и социального обеспечения их доля достигает 22,2%, образования – 54,0%, на предприятиях временного размещения и организации питания – 26,1 [256, с. 346]. Значительная доля высокообразованных и высококвалифицированных кадров выступает необходимым условием дальнейшего усиления интеллектуализации труда.

Преимущество отраслей сферы услуг по уровню интеллектуализации труда по сравнению с материальным производством закономерно характеризуется и более высокой степенью экономической эффективности, которая находит свое проявление в значительно большем удельном весе добавленной стоимости в продукции (услугах) сферы услуг.

Рост удельного веса умственного труда, его интеллектуализация, является необходимым условием трансформации человека экономического в человека творческого. Однако не весь умственный труд является творческим. Много работников с высшим образованием сегодня заняты трудом, который далек от творчества. Это означает, что в современных условиях не только физический, но и умственный труд – проявление человека экономического, потому что он руководствуется в процессе деятельности материальными интересами, материальной мотивацией. Творческий труд, творческая деятельность – это внутренняя

потребность человека, которая появляется в результате экономического развития социально-экономической системы в целом [32].

Анализ реформируемой экономической среды и среды, где функционирует то или иное предприятие показывает, что экономика сталкивается со следующими проблемами: обеспечение предприятий различными видами ресурсов в достаточном количестве, несмотря на положительные темпы их производства; расширение рынка сбыта предлагаемых услуг и выпускаемой продукции.

Эти проблемы влияют на финансовое состояние самого предприятия и сферы деятельности, а также на финансовое состояние государства на макроуровне, обусловленное доходами в бюджет (тогда как финансовое состояние на микроуровне – это рентабельность и прибыльность каждого хозяйствующего субъекта).

Так, период 2000-2004 гг. включительно характеризуется отрицательными конечными результатами. Колебания достаточно значительные, скачкообразные (рис. 1.2) [250, с. 69; 253, с. 61; 256, с. 58].

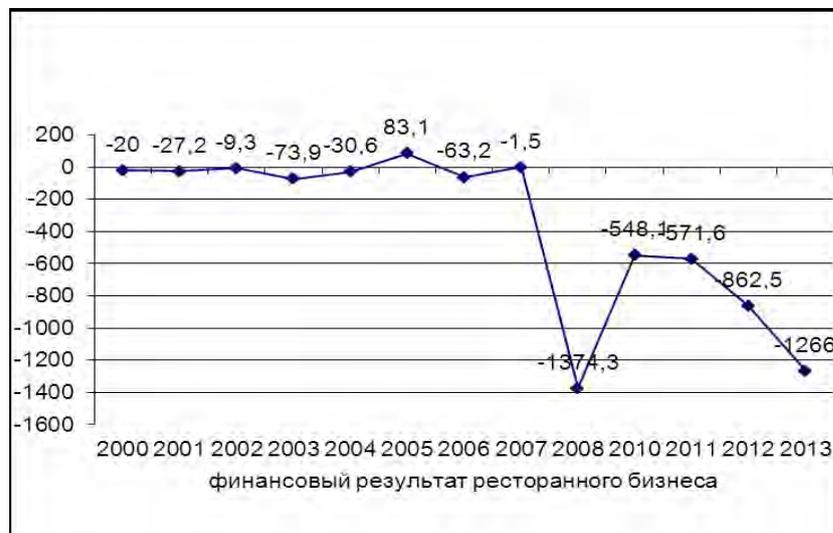


Рисунок 1.2 – Изменение финансового результата деятельности ресторанного бизнеса

Итоги хозяйственной деятельности в 2005 г. для гостиниц и ресторанов характеризуются положительным результатом. Тем не менее, колебания на этом не заканчиваются и в 2008 г. убытки достигли 1374,3 млн. грн. К 2010 г. ситуация несколько выравнивается, что характеризуется сокращением убытков практически

на 40% (до – 548,1 млн. грн.). Однако дестабилизация социально-политической ситуации в стране приводит в дальнейшем к достаточно значительным отрицательным результатам по итогам работы за 2013 г. и снижению их результатов более чем на 30% по сравнению с предыдущим годом. В 2014 г. не были обнародованы финансовые результаты деятельности предприятий ни одной сферы деятельности по объективным причинам. Основная заключается в том, что ведущие отрасли, не говоря уже о гостиницах и ресторанах, оказались в состоянии затяжного социально-политического и экономического кризиса [253, с. 63; 256, с. 58].

Анализ воспроизведенной структуры инвестиций в исследуемой группе свидетельствует, что 37,9% от общего их объема было направлено на техническое перевооружение действующих предприятий, 92,1% – на строительство новых и расширение действующих, и ни одной гривны инвестиций не было направлено в поддержку действующих мощностей [253, с. 207].

Изменяется доля оборота ресторанного бизнеса в розничном товарообороте торговли, что характеризуется устойчивой тенденцией снижения (табл. 1.3). За период 2000-2005 гг. сокращение составило 2,7%; с 2005 по 2014 гг. – достигло 2,1%, а на 01.01.2015 г. падение достигло значения 2,5% против 4,6% в 2005 г.

Анализ изменений товарооборота ресторанного бизнеса на душу населения свидетельствует о кажущейся положительной тенденции, однако темпы изменений колеблются в достаточно широких пределах. Исключение составил в этой цепочке 2009 г., когда наблюдалось снижение розничного товарооборота в целом и на душу населения по сравнению с предшествующим годом.

Отмеченные темпы в большинстве обусловлены высоким уровнем инфляционных процессов и ростом цен на товары и услуги, как в розничной торговле, так и в ресторанном бизнесе. С 2000 г. рост цен значительно замедляется, а по некоторым продуктам наблюдается даже снижение. Однако, не смотря отмеченную положительную динамику цены на основные продукты питания после 2005 г. и по настоящее время сохранили тенденцию к росту (рис. 1.3, 1.4).

Таблица 1.3 – Изменение основных показателей деятельности ресторанного бизнеса

Показатели	Годы														
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Розничный товароборот на одного человека в сопоставимых ценах, в % к предыдущему периоду	193,9	107,7	115,6	121,3	123,5	123,9	127,1	122,3	111,1	80,9	111,7	115,9	115,0	107,7	95,6
Розничный товароборот на душу населения, % к предыдущему периоду	166,7	109,4	109,7	103,6	108,5	109,1	110,9	102,4	103,9	83,3	108,0	111,2	109,8	103,6	79,4
Количество предприятий питания на 10 тыс. чел., ед.	6,8	6,6	6,4	6,1	5,9	5,8	5,8	5,6	5,4	5,2	5,1	5,0	4,7	4,5	4,2
Количество мест на предприятиях питания на 10 тыс. чел., ед.	392	381	372	361	358	361	360	362	354	353	348	344	334	324	323
Количество работающих на одно предприятие питания, чел.	3,8	3,6	5,3	5,4	5,3	5,5	5,8	5,9	6,0	5,8	5,8	5,7	5,7	5,7	5,9
Удельный вес товарооборота предприятий питания в розничном товарообороте, (%)	7,3	7,4	7,0	6,0	5,2	4,6	4,0	3,8	3,4	3,5	3,4	3,2	3,1	3,0	2,5

Расчитано по данным [221 с. 155; 253, с. 74, 285, 297, 338; 254, с. 280, 320; 257, с.250, 320;]

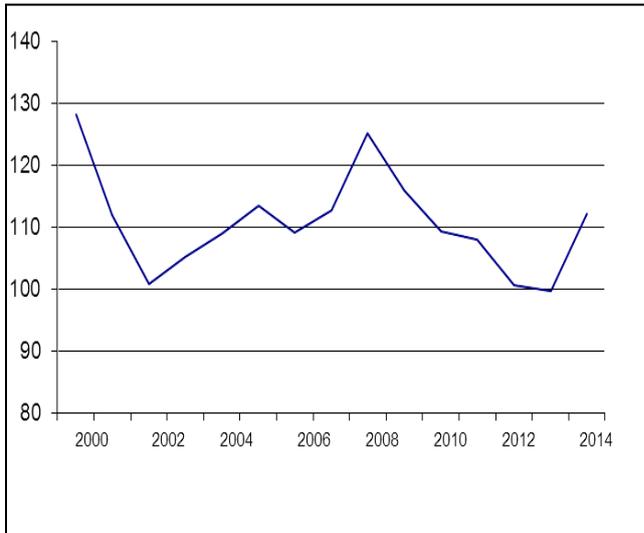


Рисунок 1.3 – Изменение индекса потребительских цен в Украине

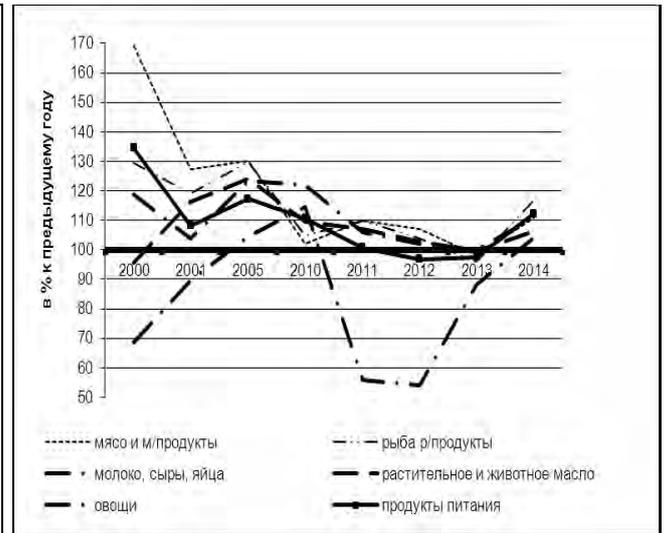


Рисунок 1.4 – Изменение индекса цен на основные продукты питания в Украине

Анализ статистических данных позволяет сделать вывод о том, что с 2000 г. наметилась устойчивая тенденция к сокращению сети и обеспеченностью сетью ресторанного бизнеса, местами на предприятиях ресторанного бизнеса на 10 тыс. населения (табл. 1.3). Однако динамика изменений свидетельствует о том, что ресторанный бизнес, несмотря на изменения, которые происходят в экономике, развивался и старался активно работать на рынке, вливаясь в процессы приватизации и разгосударствления. Но не все так «гладко» и «ровно» происходит в этой сфере. В период 2000-2005 гг. снижение составило – 1,58%, 2005-2010 гг. – 0,6%, а в 2010-2014 гг. достигло 0,8% в год.

Переход Украины на новый уровень развития характеризуется изменениями в сторону перевеса в структуре экономики отраслей сферы услуг. Все это обуславливает необходимость пристального внимания к развитию, а также определения места и приоритетности развития ресторанного бизнеса для повышения эффективности его функционирования.

В современных экономических условиях стали объективной закономерностью опережающий рост духовных и социальных потребностей по сравнению с материальными. В этой связи наблюдаются прогрессивные изменения в структуре потребления.

Организация питания переносится по мере возможности в сферу ресторанного бизнеса, освобождая, таким образом, время населению на саморазвитие и самосовершенствование. Потому и в дальнейшем будет актуальным процесс возрастания роли сферы услуг, которая оказывает непосредственное влияние на восстановление как физического состояния, так и на рост интеллектуального потенциала и на его основе – благосостояния населения страны в целом. При изучении обращают на себя внимание территориальные различия отдельных регионов и областей Украины, которая, несомненно, также влияет на уровень и степень развития ресторанного бизнеса.

Таким образом, анализ проблем экономического развития позволяет аргументировать привлекательность ведущих теорий, альтернативность их подходов и определить сильные и слабые стороны, которые дают возможность отвергать или принимать их к руководству в процессе обоснования перспективных направлений развития, как страны, так и конкретно ресторанного бизнеса.

Исследование доказало несостоятельность действующей модели экономического роста «любой ценой» и аргументировать концепцию экономического развития, основой которой должен стать переход к социально-ориентированной модели устойчивого развития общества, в которой приоритетным становится качество жизни человека (благосостояние человека и благополучие природы) на основе приоритетного развития ресторанного бизнеса; обосновано, что экономическое развитие нужно рассматривать комплексно и системно с точки зрения разных аспектов и закономерностей конкретно самого процесса, а также путем сравнения близких категорий. В результате чего экономическое развитие рассматривается как необратимые, закономерные и непрерывные количественно-качественные изменения социально-экономической системы, которые выводят ее на более высокий уровень. Определено, что экономическое развитие выступает одновременно условием и результатом экономической свободы предприятий ресторанного бизнеса в рыночных условиях.

## 1.2. Ресторанный бизнес в инфраструктуре торгово-производственного комплекса

Социальные условия жизни, научно-технический прогресс, рост культурного и образовательного уровня, проявляясь в комплексе, в определенной мере видоизменяют потребности человека, расширяют их состав, формируют новые. Непрерывное и постоянное развитие производства и личных потребностей всегда порождает качественно новые услуги, которые для удовлетворения требуют обособления новых видов общественного труда.

Движущей силой развития человеческого общества выступает необходимость потребления разнообразных материальных благ и услуг. Основой его существования выступает производство, необходимое для удовлетворения конкретных потребностей отдельно взятой личности.

Становление торгово-производственного комплекса в рыночных условиях обуславливает необходимость рассматривать его в качестве объекта, имеющего открытый характер, определенную самостоятельность, целостность и одновременно влияющего на экономическое развитие страны в целом.

В любом регионе перед производственно-социальной инфраструктурой стоит важная задача – более полное удовлетворение различных постоянно изменяющихся потребностей и создание условий для всестороннего развития личности, формирование человека «творческого». Для успешного достижения поставленной цели необходимо эффективное развитие отраслей социальной сферы, в том числе и сферы услуг.

К. Маркс не отождествлял сферу услуг только с непроизводительным трудом. Рассматривая ее, он часто указывал на наличие здесь именно производительного характера труда. К. Маркс относил к непроизводительному труду только те расходы, которые не только не создавали новой стоимости, но и не увеличивали ее [161]. Многие экономисты ставили знак равенства между понятиями «сфера услуг» и «непроизводственная сфера» (Г. В. Сапов, И. И. Столяров, Е. И. Капустин и др.). Однако понятия «сфера услуг» и «непроизводственная сфера» совсем не идентичны.

Сфера услуг охватывает ряд отраслей материального производства. Одновременно не все отрасли непродуцственной сферы являются составными элементами сферы услуг. Например, деятельность по материально-техническому снабжению, сбыту занимается практически только обслуживанием в основном производственных отраслей. Поэтому понятие сферы услуг намного шире просто непродуцственной сферы.

В зависимости от роли в процессе воспроизводства, от характера удовлетворения потребностей, сферы деятельности объединяются в следующие группы:

1) сферы, деятельность которых нацелена на удовлетворение социально-культурных, духовных, интеллектуальных потребностей человека, поддержание его нормальной жизнедеятельности (образование, здравоохранение, культура, искусство, ресторанный бизнес и др.);

2) сферы материально-бытового обслуживания: жилищно-коммунальное хозяйство, бытовое обслуживание, пассажирский транспорт, розничная торговля, ресторанный бизнес и др.

Конечно, такое распределение является достаточно условным, поскольку отрасли первой группы создают условия для активной жизнедеятельности людей, а отрасли второй – в значительной степени влияют на удовлетворение духовных потребностей и здоровье населения (воспроизводство рабочей силы), высвобождая время для отдыха и дальнейшего развития личности.

Правомерность такого распределения обусловлена спецификой отраслей материально-бытового обслуживания по сравнению с отраслями социально-культурной сферы. Эти особенности состоят, во-первых, в том, что услуги материально-бытового характера «производятся» отраслями как материального производства (производственные виды бытового обслуживания, розничная торговля, ресторанный бизнес), так и тем комплексом отраслей, которые полностью относятся к сфере услуг. Во-вторых, отрасли материально-бытового обслуживания населения являются, как правило, платными. Группа социально-культурных отраслей развивается и сегодня в основном за счет общественных фондов потребления, образуя материальную основу реализации основных социально-экономических прав граждан Украины.

Как видим, сфера услуг включает отрасли, которые обслуживают личное потребление, быт людей, удовлетворяют широкий круг материальных и духовных потребностей человека, и вследствие этого являются необходимыми для обеспечения всестороннего развития личности, воспроизводства рабочей силы. Таким образом, наш вывод совпадает с точкой зрения академика Л. Канторович [124]. Это позволяет рассматривать сферу услуг как группу отраслей материального и нематериального производства, обслуживающих личное потребление материальных и духовных услуг, неотъемлемым структурным элементом которой является ресторанный бизнес.

Производство материальных благ действительно выступает основным условием, без которого не может существовать ни одно общество. В качестве неотъемлемой составляющей материальной жизни людей и эффективного экономического развития на первый план выступает питание. Научно-организованное питание не является исключительно личной потребностью, от удовлетворения которой зависит как физическое, так и моральное состояние человека. Качество удовлетворения потребности в питании сказывается на общем развитии человека, отображается на состоянии его здоровья, продолжительности жизни, способности к физическому и умственному труду, на производительности труда и как следствие – на эффективности развития экономики государства в целом.

Деятельность по организации питания как особая форма внедомашнего приготовления и потребления пищи занимает особое место в системе расширенного воспроизводства. Функционирование ресторанного бизнеса связано с выполнением всех фаз воспроизводства: материального производства (проектирование, разработка, внедрение), распределения (обращение, обмен, реализация) продуктов труда, потребления (продукции и услуг) и воспитания высокообразованного и культурного члена общества.

Основным назначением ресторанного бизнеса является предоставление услуг по организации питания населения по месту работы, учебы и в других условиях. В процессе организации питания, с одной стороны, потребляются продукты производства, с другой – воспроизводится рабочая сила, и тем самым создаются условия для начала нового производства. Таким образом, выступая составной частью заключительной

фазы воспроизводства, ресторанный бизнес имеет важное социально-экономическое значение.

Материальное производство создает товар для потребления, определяет объем, структуру и способ потребления. Производство, как указывал К. Маркс, создает потребление тем, что вырабатывает для него продукт, пробуждает у потребителя потребность, обуславливает занятость рабочей силы. Потребление, используя произведенные продукты труда, превращает их, во-первых, в предметы потребления; во-вторых, их использование в потреблении создает необходимость в новом производстве продуктов вместо потребленных; в-третьих, в процессе личного потребления осуществляется воспроизводство рабочей силы, от которой зависит первоначальный процесс производства; в-четвертых, уровень, структура и характер процесса потребления, а также отличие в потреблении отдельных членов общества, влияют на отношение людей к труду, на их запросы и интересы и, естественно, на их трудовую активность и участие в производстве.

Развитие и совершенствование ресторанного бизнеса способствует постоянному росту роли организации потребления. Совершенствование его деятельности неразрывно связано с дальнейшим углублением процесса разделения труда. Ресторанный бизнес выступает специфической сферой деятельности. Сегодня по-прежнему остается дискуссионным и открытым вопрос о его месте в системе народного хозяйства. Исследования по данной проблеме проводились многими экономистами СНГ, но до настоящего так и не сформировалась единая точка зрения по данному вопросу [61; 62; 136; 163; 268; 306 и др.].

В условиях отраслевого подразделения предлагалось осуществлять группировку предприятий розничной торговли в комплексе с предприятиями ресторанного бизнеса по видам деятельности (производство, реализация и организация потребления). При этом предприятия питания относили к сфере материально-бытового обслуживания.

По мнению ученых [203 с. 25; 232, с. 22; 233, с. 21] в деятельности предприятий ресторанного бизнеса основная масса рабочих занята обслуживающей деятельностью. Поэтому их относили к непроизводственной сфере. Однако отнесение ресторанного бизнеса к производственной или непроизводственной сфере целесообразно

осуществлять только при оценке степени его участия в воспроизводстве совокупного общественного продукта и национального дохода, а также при оценке характера труда работников данной сферы деятельности.

Конечным результатом труда в ресторанном бизнесе выступает новая потребительная стоимость – произведенная продукция и предоставленные услуги, реализация которых возмещает все затраты и материализует прибавочный продукт, содержащийся в ней. Таким образом, не вещественный характер труда трудящихся ресторанного бизнеса, аналогичный вещественному характеру труда работников предприятий пищевой промышленности, позволяет рассматривать труд как производительный. В основе производственно-торгового процесса в ресторанном бизнесе лежат те же формы кругооборота производственных фондов, что и на предприятиях пищевой промышленности и других группах предприятий сферы материального производства (производственная сфера).

По мнению отдельных экономистов [162, с. 7, 12] «труд работников общественного питания, связанный с выполнением их основной функции, а также функции смены форм стоимости – является непроизводительным, а труд работников производства по своему характеру является производительным».

Совсем иное положение выдвинуто А. И. Кочергой, которое он аргументирует следующим образом: «И почему, например, в общественном питании взята только группа работников кухни? А ведь труд тех же буфетчиков на 70-80% производительный, так как часто он связан с изготовлением и подготовкой товара к продаже. Производительную функцию выполняют то же уборщицы, складские работники и т.д. По нашим расчетам 80-90% работников общественного питания (в зависимости от типа предприятия) выполняют производительные функции» [138, с. 50-51].

Большая группа ученых еще в 30-е гг. выдвинула так называемую расширительную концепцию производительного труда, содержание которой заключается в признании производительным трудом всех видов деятельности, направленных на удовлетворение умственных, личных и общественных потребностей в обществе. Главный идеолог данной концепции С. Г. Струмилин следующим образом обосновывал данную позицию: «В обществе при планомерном разделении труда, по-

видимому, всякий общественно необходимый труд и производственный, и обслуживающий, – поскольку его применение объективно повышает общий уровень производительных сил общества и его благосостояние, должен быть отнесен к категории производительного. А непроизводительным, с экономической точки зрения, пришлось признать только тот труд, который направлен лишь к личному самоудовлетворению отдельными членами общества» [262, с. 145]. Точку зрения С. Г. Струмилина в то время разделяли Д. И. Розенберг, П. П. Москвин и др.

Относительно деятельности ресторанного бизнеса следует сказать следующее: а) труд работников производственной группы имеет в большей степени вещественную форму, потому что материализуется в новых потребительских стоимостях; б) труд работников зала и торговой группы выражается полезной деятельностью по организации реализации и потребления готовой продукции и услуг, что является материальной услугой.

Таким образом, исходя из целевого назначения ресторанного бизнеса, характера труда, выполняемых функций и специфических особенностей торгово-производственной деятельности его следует рассматривать как самостоятельную систему, в равной мере относящуюся как к производственной, так и к сфере услуг (социальной сфере). Поэтому ресторанный бизнес целесообразно рассматривать в рамках торгово-производственного комплекса, не только в рамках сферы услуг. А поскольку ресторанный бизнес влияет на качество воспроизводства организма и, соответственно, на его трудоспособность, то отражается в итоге на развитии и результативности функционирования всех без исключения отраслей национальной экономики (рис. 1.5).

В литературе встречается большое разнообразие терминов, обозначающих предприятия питания – «общественное питание», «ресторанное хозяйство», «рынок предприятий питания», «ресторанный бизнес». И это далеко не полный перечень. Нормативными являются только два: «общественное питание» (до 2004 г.) [102] и «ресторанное хозяйство» (с 2004 г.) [103]. Все разнообразие терминов используется как синонимы «ресторанного хозяйства». Однако такое их применение необоснованно, потому что каждый несет свое конкретное содержание.



Рисунок 1.5 – Ресторанный бизнес в инфраструктуре торгово-производственных комплексов и экономическом развитии Украины

Так, бизнес-деятельность была невозможна в условиях жесткой плановой централизованной системы, поэтому в таких условиях предприятия занимались конкретно хозяйственной деятельностью [19]. И термин «ресторанное хозяйство», закрепленный нормативным документом, именно и предполагает удовлетворение нужд потребителей только в услугах питания, что сужает значение деятельности предприятий данного сектора экономики. В современных условиях целесообразно оперировать термином «ресторанный бизнес», который в большей степени отвечает рыночным условиям и является более широким. Он характеризует все многообразие деятельности предприятий питания различных видов и форм собственности по предоставлению услуг и удовлетворению разнообразных потребностей населения (с учетом динамичности факторов и предъявляемого спроса). Однако среди специалистов, занятых подготовкой кадров для этой сферы деятельности, сложилось достаточно ограниченное восприятие ресторанного бизнеса –

интегрированная сфера предпринимательской деятельности, связанная с организацией производства и управлением рестораном и направленная на удовлетворение потребностей населения в разнообразной, здоровой и вкусной пище, сервисных услугах, а так же на получение прибыли. В качестве объекта ресторанного бизнеса при таком восприятии выступает ресторан, а в качестве субъекта – ресторатор.

Отдельные авторы искусственно сужают сущность самого ресторанного бизнеса. Так В. В. Тымчук предлагает следующее определение: «Ресторанный бизнес – это организация такого вида обслуживания, которое удовлетворяет потребности клиента в качественном питании в специально отведенном для этого месте, а также предлагает определенный набор дополнительных услуг (музыка, развлечения) в соответствии с типом заведения и отвечает всем санитарно-гигиеническим требованиям [274, с. 10].

В дефиниции В. В. Бородиной мы находим определенные отличия от приведенного ранее определения: «Ресторанный бизнес – организация такого вида обслуживания, которое обеспечивает клиента едой и напитками в специально отведенном для этого месте и отвечает некоторым основным и законодательным гигиеническим требованиям» [64, с. 371]. Однако данное определение также не является исчерпывающим, т.к. не охватывает важную базовую составляющую ресторанного бизнеса – его сервисное содержание.

Авторское определение И. Е. Жидкова «отсылает» нас к термину «ресторан» – «это предприятие общественного питания, обладающее организационно-техническим единством, широким ассортиментом, высоким уровнем сервиса и организации досуга, экономической целью которого является получение прибыли. Следовательно, в качестве объекта предпринимательской деятельности ресторанный бизнес выполняет важные социальные и экономические функции, в которых и выражена его сущность» [113, с. 8].

Однако все приведенные дефиниции термина «ресторанный бизнес» не являются исчерпывающими, отражающими специфику данного сектора экономики и особенность рыночных отношений. Ресторанный бизнес (бизнес-деятельность) в современных условиях отличает то, что одновременно удовлетворяются конкретные

потребности отдельной личности (населения), субъекта предпринимательства, государства и согласовываются интересы всех рыночных субъектов. Поэтому, исходя из указанных недостатков проанализированных высказываний в отношении сущности термина, авторское определение является наиболее полным: «Ресторанный бизнес – вид экономической деятельности, которая базируется на согласовании интересов всех рыночных субъектов для выполнения социального заказа в виде услуг по наиболее полному удовлетворению потребностей в высококачественном и рациональном питании различных социальных групп населения с целью реализации миссии предприятия в воспроизводстве главной производительной силы общества» [30, с. 598].

Система экономических отношений как совокупность взаимозависимых звеньев и упорядоченных связей, обеспечивающих ее стабильность и целостность, имеет собственную структуру. Устройство экономики можно рассматривать в узком и широком смысле. В узком значении – это комплекс отраслей, связанных с производством товаров и услуг, имеющих соответствующие технологические и межотраслевые связи. В широком значении это понятие охватывает не только пропорции производства, но и формы его организации и управления, механизм государственного и рыночного регулирования. Развитие структуры экономики в целом определяется единством и борьбой таких противоречивых явлений как стабильность и динамизм. Стабильность определяет инерционность системы, ее стремление к самосохранению. Материальной основой стабильности структуры является физическая привязка капитала к определенным отраслям, производствам, технологиям, территориям. Материализованный в данных структурных элементах капитал требует определенного временного промежутка, чтобы окупиться, израсходовать прибыль, которую может обеспечить данная экономическая структура. Основным процессом, определяющим динамизм структуры экономики, выступает общественное разделение труда на основе развития производительных сил. Накопление у людей знаний и опыта позволяет разрабатывать принципиально новые виды техники и технологий, формы взаимодействия с природой с целью преобразования ресурсов последней или сохранения как самостоятельной

ценности. Это приводит к отмиранию или сокращению роли устаревших и созданию новых производств, сфер экономической деятельности.

Главной целью экономического реформирования и структуризации ресторанного бизнеса в рыночных условиях является осуществление рыночного перехода. Основным ориентир этого перехода заключается в изменении структуры всех сфер деятельности и, в конце концов, национального капитала (прежде всего, человеческого), всестороннее содействие развитию внутреннего рынка и защита национального производителя, минимизация экологических потерь при общественном производстве и оптимальное снижение удельных затрат различных видов ресурсов на единицу ВВП, соблюдение научно обоснованных предельных параметров развития социально-экономической сферы, превышение которых может привести к необратимым и серьезным изменениям в окружающей среде. неэффективному использованию природных ресурсов.

Переход Украины к устойчивому развитию возможен при условии обеспечения соответствующего развития всех ее регионов и отраслей народного хозяйства. Программы перехода к устойчивому развитию каждого региона интегрируются в общую государственную политику. При этом первоочередное задание региональной политики – обеспечение сбалансированного развития регионов и мегаполисов как единого государственного организма на основе сохранения структурных биорегиональных особенностей, природно-ресурсного потенциала, хозяйственно-экологической емкости и геополитической роли. Важно в современных условиях развития рынка опираться на природно-исторические особенности регионов, что обуславливает необходимость их сохранения, укрепления и преумножения.

Структурная перестройка имеет четкий отраслевой характер и заключается в коренном изменении пропорций товарного производства. Структурная революция является продуктом научно-технической революции, которая охватив все развитые страны, добавила особый динамизм распределению и производительности общественного труда. При этом продолжает сохраняться устойчивая тенденция роста удельного веса занятых работников в сфере услуг, обусловленная интенсификацией труда, высокой механизацией и автоматизацией процессов производства.

Динамика особенно высока в странах ЕС (Великобритания, Германия, Франция, США и др.) (табл. 1.4).

Таблица 1.4 – Занятость трудящихся в сфере услуг в развитых странах мира

(в общей численности трудящихся, %)

	Годы														
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
США	75,2	75,9	76,7	78,3	78,4	78,6	78,5	78,8	79,5	80,9	81,2	81,1	81,2	81,0	80,7
Япония	63,7	64,8	65,6	66,1	67,1	67,6	67,7	68,0	68,6	69,1	69,9	71,7	70,2	70,5	74,8
Германия	63,7	64,3	64,9	65,6	66,0	67,6	67,9	67,7	67,8	69,4	69,8	70,0	70,1	70,6	70,4
Франция	74,2	75,7	76,2	76,6	77,0	77,4	77,7	78,1	78,3	79,0	79,5	79,7	74,3	75,2	73,5
Великобритания	73,3	74,0	74,7	75,4	76,7	76,4	76,6	76,0	77,0	79,2	79,5	79,6	79,8	80,2	76,4

\* Данные [333]

В будущем, как и в настоящее время, сфера услуг останется тем сектором экономики, количество занятых в котором будет увеличиваться за счет снижения ее в производственной инфраструктуре. Так, доля сферы услуг в общем объеме валовой добавочной стоимости в Украине за 1991-1995 гг. выросла с 28,2% до 44,5%. В том числе доля рыночных услуг, оказываемых транспортом, связью, торговлей, ресторанным бизнесом, материально-техническим снабжением, заготовочными предприятиями, образованием, культурой и др., увеличилась с 17,7% до 29,4%; не рыночных – с 10,7% до 15,1%. Доля сферы услуг в создании дохода выросла с 16,4% до 44,0%, в том числе рыночных услуг – с 12,7% до 35,6%, а не рыночных – с 3,7% до 8,4%. По общим показателям эффективности, материалоемкости, производительности труда и др. – эффективность функционирования сферы услуг продолжает увеличиваться. За период 2001-2013 гг. удельный вес валовой добавочной стоимости, полученной за счет функционирования предприятий сферы услуг, вырос до 68,4% в общей сумме [253, с. 31-33, 74; 257, с. 31-33].

Структурные изменения наметились в связи с происходящими экономическими процессами, отвечающими структурной перестройке, и явились началом постиндустриальной эпохи: преобразованием сферы услуг в составную часть

продукта производственной сферы (информация, программное обеспечение), отраслевой структуры экономики в межотраслевые комплексы (агропромышленный, инвестиционный, инновационный и т.п.) с характерной функциональной ролью; перенесением центра тяжести отмеченных изменений на качественно новый уровень (индустриализация аграрного сектора, сферы услуг и др.).

Однако движение от низшего уровня равновесия к высшему в условиях рыночной экономики в Украине сопровождается процессами высокой конфликтности – отраслевыми и структурными кризисами, что проявляется в продолжительном замедлении развития отдельных отраслей. И хотя отраслевой и структурный кризисы отличаются по масштабам, тем не менее, причины, вызывающие их, одного порядка. Среди них следует назвать: возникновение новых конкурентных производств на внутреннем и внешнем рынках, формирующихся на новых инновациях и эффективных технологиях; повышение цен на сырьевые (особенно на энергетические) ресурсы. Все это приводит к удорожанию факторов производства и обнаруживает неэффективные в рыночных условиях предприятия, и даже целые отрасли.

Кризис четко прослеживается в Украине последнее десятилетие. В наличии стадия структурного спада со всеми характерными признаками. Такая тенденция наблюдалась до 2001 г., а также характерна для периода после 2006 г. В последние годы данное положение усилил социально-политический кризис в стране и ситуация на ее Востоке (прил. Б., табл. Б.2).

В сфере услуг данные тенденции проявлялись слабее, а норма прибыли возрастала, что означает перераспределение ресурсов производства в ее пользу; роста роли домашних хозяйств в создании прибавочной стоимости; нарушений в финансовой сфере и в производственном процессе (обесценивание нанимаемого труда, сокращение внутренних сбережений, увеличивающих государственный долг).

Однако в любом структурном кризисе спад сменяется подъемом. Поэтому механизм структурной трансформации должен заключаться во взвешенном сочетании прямого общеэкономического регулирования изменений с помощью межотраслевого и внутриотраслевого распределения ресурсов различными методами, разработке региональных программ развития на базе местного ресурсного

потенциала и управления перестройкой путем организации, финансирования и стимулирования научно-технических исследований, средне- и долгосрочного прогнозирования с целью обеспечения стабильности структуры через укрепление связей между наукой, производством и подготовкой кадров.

Одной из основных задач любого государства выступает снятие остроты кризисных ситуаций, как в отдельных регионах, так и в целом в стране. Смягчение таких явлений на уровне отдельно взятого региона выступает реальной предпосылкой устранения нежелательной высокой территориальной дифференциации. Рассматривая естественное территориальное различие регионов в определенной степени можно говорить об общественной полезности таких различий. Они вносят определенный динамизм в экономические и социальные процессы. Однако независимо от функционирования производственной и социальной инфраструктуры регионов качество жизни населения должно быть таким, чтобы полностью удовлетворялись потребности в полном восстановлении организма с помощью полноценного питания, и обеспечивалось всестороннее развитие человека.

Структурные изменения затрагивают реформы, происходящие во всех сферах, в т. ч. и реформирование собственности. Так, из общего количества объектов ЕГРПОУ в 2003 г. изменили форму собственности 6546 единиц. Из них 21,47% – были государственными предприятиями, другие – коммунальными. В 2004 г. число государственных предприятий, изменивших форму собственности, сократилось до 17,3%, в 2005 г. – до 13,15% и в 2006 г. – до 9,45%. После приватизации 61,55% объектов стали частными, 38,38% – коллективными и 0,07% – собственностью международных организаций и юридических лиц других государств (причем все эти объекты расположены в г. Киеве). Из общего количества предприятий около 10% – это объекты конкретно гостинично-ресторанной сферы. В 2014 г. из общего количества субъектов ЕГРПОУ частные предприятия составили 19,5%, государственные – 0,4%, коммунальные – 1,0% и иностранные предприятия – 0,14%. Однако среди всего разнообразия форм собственности предприятий наибольший удельный вес составляют общества с ограниченной ответственностью (39,0%). За последние 10 лет (2006-2015 гг.) их количество увеличилось более чем в 1,5 раза.

Анализ сферы услуг в Украине и Донецкой области свидетельствует о недостаточном ее развитии [25; 31]. Результаты деятельности предприятий данного сектора рассматриваются в отрыве друг от друга и не учитывают результаты деятельности ресторанного бизнеса. Исследование показывает, что в этом секторе экономики несмотря ни на что происходят положительные изменения, которые характеризуются увеличением объема услуг, предлагаемых потребителям (прил. Б, табл. Б.4). Ежегодно объем оказываемых услуг на одного члена общества растет. А с учетом деятельности ресторанного бизнеса объем услуг, оказываемых населению, увеличивается в среднем на 3-5%. Это свидетельствует о том, что данный сектор экономики положительно влияет в целом на результативность функционирования сферы услуг и, соответственно, требует регулирования процессов развития и внесения корректив в статистические данные учета услуг, которые предоставляются населению.

Изучая функционирование ресторанного бизнеса важно проследить динамику его основных показателей, в том числе и товарооборота на одного потребителя, в ходе трансформационных процессов. Данный процесс иллюстрирует диаграмма (рис. 1.6). Так, товароборот ресторанного бизнеса на одного потребителя в 2000 г. в Украине был выше на 15,4%, чем в Донецкой области. Дальнейшее развитие ресторанного бизнеса в целом характеризуется положительной динамикой вплоть до 2013 г. Однако темпы роста товарооборота ресторанного бизнеса на одного потребителя до 2005 г. были выше уже в Донецкой области, что объясняется более интенсивным развитием экономики промышленного региона. С 2006 г. наметилась устойчивая тенденция снижения товарооборота ресторанного бизнеса на одного потребителя, но темпы падения в Донецкой области оказались выше, чем по Украине. 2014 г. характеризуется снижением данного показателя в Донецкой области на 51,3 % по сравнению с предшествующим годом в связи со сложной социально-политической ситуацией в стране и событиями на Востоке Украины [220, с. 7, 12; 253, с. 285, 338; 257, с. 250, 320].

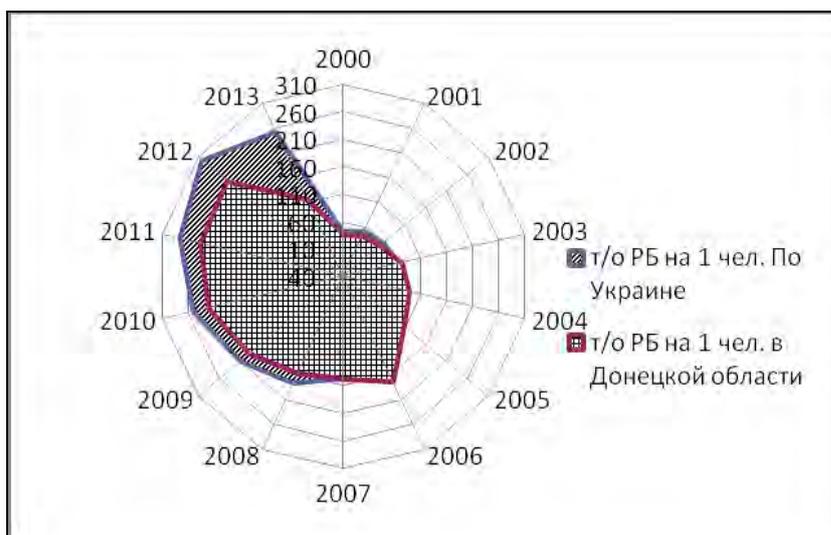


Рисунок 1.6 – Изменение товарооборота ресторанного бизнеса на одного потребителя

Таким образом, анализ состояния развития сферы услуг и ресторанного бизнеса показал, что последний, как специфическая сфера деятельности, непосредственно оказывает воздействие на качество восстановления организма человека и результативность труда всех членов общества не зависимо от сферы приложения труда. Одновременно следует рассматривать динамику деятельности ресторанного бизнеса через призму рынка этих предприятий во взаимосвязи со структурными изменениями внутри самой системы хозяйствования.

Структурные сдвиги отражают изменения соотношения между частями единого целостного «объекта», а также между частями и всем целостным «объектом» во времени и пространстве [18]. Эти изменения направлены на повышение эффективности деятельности, осуществление опережающего развития всех сфер деятельности.

Изучая структуризацию и структурные сдвиги в ресторанном бизнесе, следует отметить, что по состоянию на 01.01.2014 г. в Украине функционировало 20,58 тыс. предприятий питания на 1471,9 тыс. мест. По сравнению с наиболее благополучным годом перед целым комплексом мероприятий по реформированию (1990 г.) сеть сократилась по количеству предприятий на 67,2%, а по количеству мест – на 67,1% (табл. 1.3). Обеспеченность сетью ресторанного бизнеса из расчета на 10 тыс. населения уменьшилась с 6,8 до 4,5 единиц и в последнее время сохраняет устойчивую

тенденцию к снижению (на 01.01.2016 – 4,2 предприятия). Обеспеченность местами в ресторанном бизнесе по Украине составляет на 01.01.2014 г. 324 места (против 392 мест – в 2000 г.). Темпы сокращения сети ресторанного бизнеса неодинаковы и оказались выше в развитых регионах Украины, что объясняется высокой степенью их экономического упадка. Причем наиболее развитыми считаются регионы с основной долей промышленной продукции в ВВП.

Результаты авторского исследования свидетельствуют о том, что с 2000 г. по всем областям Украины отмечается устойчивая тенденция сокращения сети, которая сохранилась и до настоящего времени. Только в Волынской, Сумской, АР Крым и городах Киев и Севастополь обозначилась стабилизация, а в отдельных районах даже рост сети ресторанного бизнеса (прил. В, табл. В.1).

Количественное сокращение сети ресторанного бизнеса в целом по стране и, в частности, по промышленно развитым регионам объясняется целым комплексом причин. Среди основных можно назвать следующие: сокращение численности населения, снижение удельного веса занятых в возрасте от 15 до 70 лет, низкий уровень качества жизни населения, а в последние годы следует добавить еще и социально-политический кризис в стране.

Результаты авторских выборочных целевых исследований в ресторанном бизнесе показали, что социальный статус потребителей влияет на их предпочтения по выбору места удовлетворения потребности в услугах питания. Чаще всего потребители стараются перенести организацию питания и досуга на предприятия ресторанного бизнеса при достаточно высоком уровне доходов. Это сокращает затраты времени на домашнее приготовление пищи и высвобождает вне рабочее время (рис. 1.7).

Вместе с тем, положительная динамика по отдельным контингентам потребителей в ресторанном бизнесе еще не свидетельствует о высоком качестве предоставляемых в ресторанном бизнесе услуг. Точно также как этот вопрос не характеризует положительная динамика развития Украины и регионов. Отображаемые в статистической отчетности данные совсем не отражают и не дают полного

представления о качестве воспроизводства главной производительной силы, принимающей участие в создании ВВП, основных фондов и т.п.

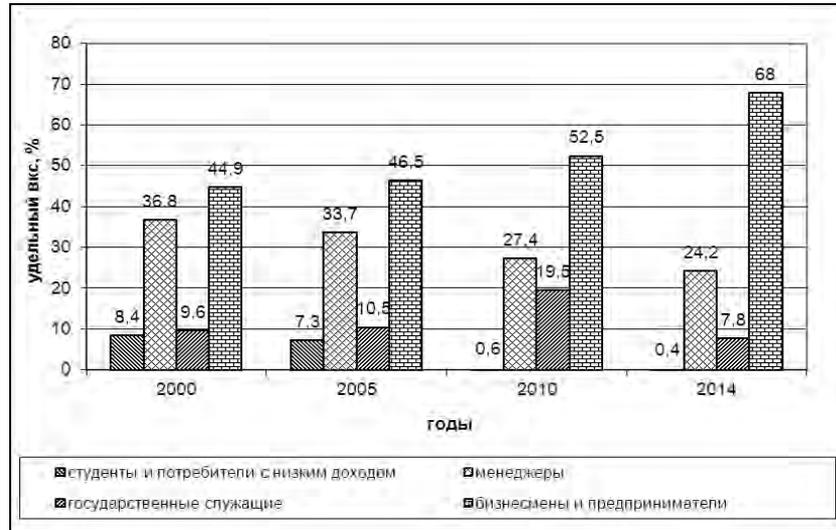


Рисунок 1.7 – Распределение потребителей по социальному статусу при посещении предприятий ресторанного бизнеса

Восстановление своего организма человек осуществляет с помощью потребления продуктов питания, которые он покупает через торговую сеть и ресторанный бизнес, стихийные рынки продовольствия или выращивает в домашнем хозяйстве. А потребление осуществляется в ресторанном бизнесе и в домашних условиях.

Сегодня важность изучения вопросов организации питания обусловливается огромным количеством проблем, в том числе и социального характера. Они оказывают непосредственное влияние на состояние здоровья, способность к физическому и моральному восстановлению организма, влияют на демографические показатели, и как следствие – на производительность труда, качество произведенной продукции и оказываемых услуг в других сферах экономики и, в целом, на социально-экономические показатели развития Украины и регионов.

При общей наблюдающейся положительной динамике во многих сферах деятельности, структура питания в основном осталась неизменной, тогда, как уровень цен на продукты питания постоянно растет. При этом сельские домохозяйства тратят на питание меньше, чем городские на 14,2% по вполне объективным причинам

(55,4% против 48,5%) [257, с. 381, 395,]. И этот разрыв в последние годы увеличивается в связи с кризисом в стране. Наибольшим удельный вес расходов на питание продолжает оставаться у потребителей с достаточно низким уровнем доходов. Разница в затратах на питание у граждан с доходами до 480,0 грн. в месяц на 15,7% выше, чем у тех, чьи доходы находятся в пределах 1920,1-2280 грн. При этом сельские жители больше потребляют таких продуктов питания как: картофель – в 1,5 раза, хлеба и зерновых – на 29,4%, овощей и бахчевых – на 4,3%, молока молочных продуктов – на 3,7%; а мяса, мясных продуктов, яиц, фруктов, ягод и орехов меньше на 23,2, 6,1%, 14,3% и 47,7% соответственно.

Неоспоримым является факт того, что структура потребления продуктов питания во многом определяется уровнем доходов каждой конкретной группы потребителей. Но следует учитывать и то, что разные возрастные группы населения характеризуются определенными привычками и предпочтениями в питании, как нации, народности и отдельные регионы. Так, молодые люди (18-30 лет) отдают предпочтение быстрому питанию и полуфабрикатам высокой степени готовности, готовым блюдам; люди среднего возраста (31-50 лет) – в большей степени приверженцы домашнего питания, но при этом готовы пользоваться полуфабрикатами различной степени готовности и используют полуфабрикаты, оценивая их с позиции полноценности пищевого состава, экологичности и цены; люди пожилого возраста (старше 51 года) полуфабрикатами практически не пользуются из-за их высокой стоимости и несоответствия экологическим параметрам безопасности. Определяющим фактором выступает и то, что уровень доходов данной категории потребителей в лучшем случае немногим превышает прожиточный минимум или равен ему. Такое положение не позволяет покупать высококачественные продукты, а тем более – полуфабрикаты или пользоваться услугами ресторанного бизнеса.

Годы становления независимого государства ознаменовались значительной экспансией импорта продовольственных товаров, которые содержат консерванты, опасные для здоровья при продолжительном употреблении и способствуют развитию разных форм аномалий у будущих поколений. Так на 01.01.2015 г. в Украину экспортировано продуктов питания в различном виде на сумму более 16668 млн. долл.

США, что более чем в 2,5 раза превышает общую сумму импорта продуктов питания [253, с. 264; 257, с. 230]. И такое положение характерно не только для Украины.

По данным компании «Sustain» (Великобритания) и Фонда психологического здоровья, произведенные продукты сказываются на балансе основных питательных веществ, потребляемых человеком [118]. За последние 50 лет нарушился оптимальный баланс минералов, витаминов и жиров, потребляемых населением. Так в Великобритании уменьшилось потребление свежих продуктов и увеличилось – сатурированных жиров и сахара (аналогичная ситуация характерная и для Украины). Британцы потребляют на 35% меньше овощей и на 66% меньше рыбы, чем 50 лет назад. Украинцы же потребляют овощей практически столько, сколько и рекомендуется рациональными нормами, однако их экологическая безопасность вызывает сомнение. Относительно рыбы и рыбопродуктов вопрос стоит в Украине острее, данного продукта в нашей стране потребляется меньше более чем в 3 раза по сравнению с развитыми странами. Потребление мяса и мясопродуктов в Украине ниже в 2 раза и в 1,5 от рациональных норм. Все перечисленное приводит к общему ослаблению естественных защитных сил организма, а также к депрессиям и проблемам с памятью.

Реализация продуктов питания в Украине осуществляется через торговую сеть и ресторанный бизнес. Однако объем продовольственных товаров реализуемых ресторанным бизнесом в Донецкой области составлял 5,2% в 2005 г., в 2010 г. – 3,3%, в 2012-2013 гг. – 2,8% и 2014 г. – 1,8% в общем объеме оборота розничной торговли продуктами питания. По стране данный показатель составляет – 4,6%, 3,4%, 3,0% и 2,5% соответственно. Данный анализ свидетельствует об углублении экономического кризиса, в результате чего основная масса населения все больше переносит организацию питания в домашние условия [223, с. 8-12; 257, с. 25-29].

Отрицательно рыночные преобразования и особенно углубляющийся социально-политический кризис сказались и на структуре типов предприятий ресторанного бизнеса. Хотя на этом фоне отмечается рост удельного веса таких типов как столовые и поставляющие пищу предприятия (с 37,5% до 45,9%). В Донецкой

области на фоне общего сокращения сети (48,7%) столовых и предприятий, поставляющих пищу, сократилось с 48,4% до 42,0%. (прил. В, табл. В. 2, В.3).

Практически полностью отсутствуют социальные предприятия питания. Некоторые заведения ресторанного бизнеса иногда берут на себя обязанности по организации питания социально незащищенных слоев населения, но это не может решить весь комплекс проблем по рациональной организации питания данной группы населения.

Предприятия ресторанного бизнеса по объемам деятельности относятся, как правило, к малым и микро предприятиям. Поэтому в плане его развития интерес представляет динамика развития именно этой группы предприятий в период социально-политического и экономического кризиса в стране. В силу отсутствия такой информации в разрезе ресторанного бизнеса, анализ осуществлялся в соответствии с новой структуризацией его в составе групп средства временного размещения и организации питания. Так на 01.01. 2000 г. всего по Украине было зарегистрировано 174,0 тыс. малых предприятий. Из них 70,19% составляли предприятия сферы услуг. Доля предприятий по временному размещению и организации питания составляла 3,44%. На 01.01.2015 г. картина несколько изменилась. В этот период отмечается уменьшение их количества на 20,1%. С 2010 г. в статистике в числе малых предприятий стали выделять подгруппу микро предприятий. Так для предприятий сферы услуг доля этой подгруппы предприятий достаточно велика и по состоянию на 01.01.2015 г. достигла 99,5%. В группе предприятий для временного размещения и организации питания эта доля несколько ниже, но также достаточно велика – 83,6%.

Несмотря на высокий удельный вес малых предприятий сферы услуг в общем количестве в промышленных регионах (около 70%), доля в них предприятий для временного размещения и организации питания была и остается низкой (2-3%). Однако в последние годы (до 2014 г. включительно) доля малых предприятий этой группы увеличилась до 4,1% (при одновременном общем сокращении сети малых предприятий по всем отраслям сферы услуг). И, наоборот, в курортных зонах и

регионах с историческими и культурными памятниками удельный вес этой группы предприятий остался достаточно высоким (4-8%).

Одним из наиболее важных элементов эффективного регионального развития в кризисных условиях должен стать элемент рационального сочетания больших, средних и малых (микро-) предприятий. Это заключается в установлении оптимальных размеров предприятий в каждом конкретном случае с учетом существующих политических, экономических и природных условий, а также исходя из потребностей в определенном виде продукции и услуг в регионе. Совмещение больших, средних и малых (микро) предприятий в каждом конкретном регионе обуславливается объективными процессами, которые имеют двойственную направленность. Во-первых, установление оптимального размера мощностей многих предприятий, их размещение в конкретном пункте и дальнейшее развитие определяются ориентацией на преимущественное решение межотраслевых проблем. Здесь на первый план выступают задачи рациональной отраслевой и территориальной специализации, кооперация и комбинирование производства, обеспечение продукцией межотраслевого производства, развитие производственной инфраструктуры, всестороннего комплексного использования промышленных отходов и вторичных ресурсов. Во-вторых, создание и функционирование значительной части предприятий определяется в основном решением внутренних региональных социальных проблем. К числу таких относятся: комплексное и рациональное использования местных трудовых ресурсов с учетом соотношения больших, средних и малых городов и населенных пунктов; расширение производства товаров народного потребления за счет внутренних источников; широкое развитие и качественное совершенствование отраслей социальной инфраструктуры.

Укрупнение предприятий с одной стороны способствует успешному использованию высокопроизводительных машин и механизмов, с другой – позволяет эффективно использовать высококачественные трудовые ресурсы, что выступает важным фактором повышения экономической эффективности. Однако данное положение касается только промышленного производства. Для сферы услуг и

ресторанного бизнеса такое укрупнение приводит к обратному эффекту – снижению эффективности производственной деятельности.

Малые предприятия имеют определенные потенциальные преимущества перед крупными и средними в решении региональных задач. Так, их развитие способствует улучшению региональной структуры производства, создает предпосылки для автономного обеспечения территории товарами и услугами локального потребления (что очень важным становится в условиях полной экономической блокады Донбасса со стороны Украины), более рационально используются трудовые ресурсы, ускоряется социально-экономическое развитие.

В ресторанном бизнесе малые и микро предприятия перспективны для решения целого ряда задач. В частности, улучшение взаимодействия предприятий на территории независимо от их ведомственной подчиненности и формы собственности путем развития сети небольших, узкоспециализированных заведений, которые ориентируют свою деятельность на небольшой рыночный сегмент или конкретную нишу. Перспективны небольшие предприятия и производства в региональных научных и инженерно-технических центрах. На таких предприятиях становится возможным организация производства уникальных продукции и услуг, необходимых для проведения научных исследований и разработок.

Назначение, функции и направления развития малых и микро предприятий определяются степенью и особенностями их развития, преобладающей специализацией, обеспеченностью трудовыми и другими видами ресурсов. Направления развития небольших предприятий в населенных пунктах разной величины определяются в пределах каждой группы с учетом их экономических и социальных особенностей.

Поскольку предприятия ресторанного бизнеса являются важным самостоятельным элементом торгово-производственного комплекса, то анализ их деятельности и развития следует осуществлять во взаимосвязи с производственной и социальной сферами через призму рыночных трансформаций. Важную роль играют привычки и традиции населения, а также общий низкий уровень знаний населения об основах здорового питания.

Пока еще существует склонность некоторых специалистов и руководителей в ресторанном бизнесе недооценивать значение правильно организованного питания как мощного фактора дальнейшего развития экономики региона и страны. Для изменения ситуации с качеством питания необходимо принятие неотложных и действенных мер. При обосновании и прогнозировании направлений развития ресторанного бизнеса обязательным условием выступает учет требований полноценного и рационального питания, что позволит устранить причины отрицательного воздействия кризисных явлений на здоровье и дееспособность всей нации и отразится на социально-экономической эффективности всех без исключения секторов экономики. Для этого необходима действенная стратегия управления развитием ресторанного бизнеса. Сформулированная задача предполагает осуществление полной диагностики и анализа деятельности ресторанного бизнеса для разработки прогнозов по качественному изменению предлагаемого ассортимента продукции и услуг, разъяснение потребителям основ здорового питания, предоставление консультационных услуг по вопросам рационального питания в домашних и не домашних условиях и др. Кроме того, необходима организация специализированных социально-ориентированных заведений для организации питания социально-незащищенных слоев населения. Решение этой проблемы должно осуществляться путем выделения из бюджета средств финансирования для строительства и обеспечения деятельности предприятий данной группы.

Поскольку предприятия ресторанного бизнеса, как правило, микро и малые, то они имеют высокую инновационную активность и восприимчивость к нововведениям. Обозначенное должно быть подкреплено использованием на них эффективных систем стимулирования инноваций и нововведений. Ключевыми направлениями решения проблемы выступают увеличение числа именно микро и малых предприятий, повышение эффективности их деятельности. Важное экономическое преимущество этих предприятий заключается в быстрой окупаемости капитальных вложений, которые направляются на строительство, реконструкцию и техническое перевооружение. Это позволяет осуществлять переориентацию

производства продукции и предоставления услуг ресторанного бизнеса в короткий срок согласно требованиям ситуации и спросу потребителей.

Таким образом, проведенное исследование свидетельствует о том, что исходя из целевого назначения ресторанного бизнеса, характера труда, выполняемых функций и специфических особенностей торгово-производственной деятельности его следует рассматривать как самостоятельную систему в рамках торгово-производственного комплекса. Анализ дефиниции термина «ресторанный бизнес», предложенные различными экономистами, выявил неполноту содержания и отражения специфики ресторанного бизнеса. Ресторанный бизнес (бизнес-деятельность) отличается тем, что одновременно удовлетворяются потребности личности (населения), субъекта предпринимательства, государства и согласовываются интересы всех рыночных субъектов. Поэтому ресторанный бизнес следует воспринимать как вид экономической деятельности по выполнению социального заказа в виде услуг по наиболее полному удовлетворению потребностей в питании различных социальных групп населения с целью реализации миссии по устойчивому развитию в материальной и нематериальной форме, регулированию денежных потоков, финансовому обеспечению, в восстановлении рабочей силы, на основе согласования интересов всех рыночных субъектов.

Структурные сдвиги в ресторанном бизнесе носят многомерный характер, основное их количество вызвано социально-политическими и экономическими изменениями в стране. Специфические особенности деятельности ресторанного бизнеса обуславливают целесообразность их разукрупнения для повышения устойчивости в кризисных условиях. Механизм рыночных преобразований должен включать комплексные действия по всем направлениям, среди которых первоочередными следует назвать: взвешенное и оптимальное сочетание прямого экономического регулирования изменений, разработку Программ регионального развития на базе местного ресурсного потенциала, включающего ресторанный бизнес как самостоятельную систему, восстановление и укрепление связей между наукой, производством и подготовкой кадров, что направлено на устранение отрицательного воздействия социально-политического и экономического кризиса

на здоровье населения различных социальных и возрастных групп и на эффективность экономики.

### **1.3. Концепция организационно-экономического механизма управления развитием ресторанного бизнеса**

Сложные процессы современной ситуации, обусловленной социально-политическими сдвигами, определяют необходимость совершенствования управления развитием ресторанного бизнеса, что сказывается на уровне развития экономики страны, регионов, городов через главную производительную силу общества – человека. Происходящие преобразования направлены на преодоление диспропорции между развитием производственной и социальной инфраструктуры, выявление тенденций процессов развития и их влияния на стабильность и эффективность системы в целом [19; 51; 158; 160].

Субъект рыночной экономики (ресторанный бизнеса) самостоятельно осуществляет поиск источников финансирования, высокоэффективных технологий, способных обеспечить конкурентоспособность продукции и услуг, анализ рынков, установление связей с поставщиками. Решение отмеченных задач успешно осуществляют предприятия, которые адаптировались к современным условиям хозяйствования и успешно продолжают функционировать и в условиях кризиса. Для этого необходимо создание на них такой системы управления, которая объединит все звенья и подчинит деятельность достижению единой цели.

Функционирование и развитие ресторанного бизнеса предусматривает организацию управления на основе единого организационно-экономического механизма, направленного на ускорение бизнес-процессов. Действие такого механизма обеспечивает повышение стабильности работы предприятия, возможность получать постоянный доход, успешно конкурировать с другими предприятиями ресторанного бизнеса, а также существенным образом ускорять темпы своего развития.

Однако трансформационные процессы в ресторанном бизнесе, вызванные рыночными преобразованиями, обострили кризисное состояние управления отраслью. Основными причинами являются неадаптированность к новым условиям развития критериев оценки социально-экономической эффективности хозяйственной деятельности предприятий. Эти процессы обусловлены также тем, что ресторанный бизнес требует синхронного и сбалансированного развития экономических отношений внутри себя и с внешней средой в соответствии с необходимостью повышения конкурентоспособности, внедрения инновационно-инвестиционной политики, совершенствования стратегической активности, дальнейшей модификации всех функций управления и регулирования с внедрением демократических основ самоуправления.

Процесс управления ресторанным бизнесом в современных условиях требует принципиально нового подхода к структурным и качественным изменениям в процессах, формах организации, видах деятельности, которые включают диверсифицированность тех или иных позиций, самой концепции управления и управления развитием [36]. Новые подходы предусматривают установление рационального соотношения между традиционными методами управления и современными перспективными, такими, как экономические (финансово-экономические), маркетинг, широкое внедрение принципов менеджмента, ориентация на наиболее полное удовлетворение запросов потребителей с целью обеспечения соответствия основных интересов участников процесса развития.

В работах ведущих экономистов по управлению развитием четко просматривается утверждение, что механизм управления должен отвечать перспективным направлениям развития предприятий и отраслей, а также ориентироваться на функционирование данных субъектов в кризисных условиях [189, с. 32-33].

Важным компонентом системы управления ресторанным бизнесом в современных условиях является управление, которое обеспечивает разработку и использование перспективных стратегических изменений для всех видов деятельности и подразделений. Стратегия направлена на выбор концепции управления бизнесом, методы которой позволяют научно обосновать концептуальные модели развития

на ближайшую и далекую перспективы, и подчинены соответствующим целям для выполнения определенных задач.

Теоретические аспекты исследования организационно-экономического механизма управления представлены разработанными в странах дальнего и ближнего зарубежья инструментами регулирования социально-производственных систем и отражены в работах [124; 135; 160; 193; 267; 290; 297; 305] и др. Вместе с тем, общие положения теории формирования и функционирования организационно-экономического механизма не учитывают отраслевые особенности практической реализации основных макро- и микроэкономических положений по этой проблеме, что в полной мере относится и к ресторанному бизнесу.

Современные научные подходы к управлению ресторанным бизнесом не в состоянии обеспечить реализацию принципов рыночной экономики в полном объеме, а осуществляются, главным образом, локально. В этих условиях система управления чаще всего рассматривается как механизм управленческих отношений на основе государственных с использованием определенных методов регулирования экономических процессов при соответствующем информационном обеспечении и наличии кадров.

В общем понимании механизм представляет собой внутреннее устройство, систему чего-нибудь [235, с. 316]. Система управления предприятием или сферой деятельности не является исключением из правила.

В экономическом словаре понятие «механизм» характеризуется как «последовательность состояний, процессов, которые определяют собой какое-либо действие, явление», или же «система, устройство, которое определяет порядок какого-либо вида деятельности» [317]. Хозяйственный механизм определяется как «совокупность экономических структур, институтов, форм и методов хозяйствования. Служит увязыванию и согласованию общественных, групповых и частных интересов, обеспечивает функционирование и развитие национальной экономики». Б. А. Райзберг и другие экономисты данную категорию рассматривают как «совокупность организационных структур, конкретных форм и методов управления,

а также правовых норм, с помощью которых реализуются действующие в конкретных условиях экономические законы, процесс воспроизводства» [212].

Конкретно термин «организационно-экономический механизм» в современной научной экономической литературе используется достаточно часто [46; 67; 130; 142; 156; 194; 197]. Однако единого подхода у экономистов пока не сложилось.

Так, ученые [130; 156] под организационно-экономическим механизмом понимают систему формирования целей и стимулов, которые воздействуют на результаты деятельности и призваны удовлетворять платежеспособный спрос. Следует согласиться с авторами в том, что организационно-экономический механизм является системой элементов, взаимозависимых и взаимосвязанных между собой, образующих определенную целостность. В. П. Полуянов организационно-экономический механизм рассматривает как систему управления отдельными элементами производственных ресурсов предприятия [194, с. 30].

О. А. Еременко-Григоренко считает, что «організаційно-економічний механізм ... є сукупність підсистем соціально-економічних і організаційно-економічних відношень, складених з блоків і відповідних їхньому змісту елементів, особливості наповнення яких відповідають рівню розвитку суспільно-економічних устроїв» [105, с. 9]. Но здесь прослеживается некоторая условность в определении указанных подсистем и отсутствие отдельно выделенной экономической ее составляющей.

Относительно непроизводственной сферы рассматривает организационно-экономический механизм Г. А. Крамаренко и определяет его как «сукупність взаємопов'язаних та взаємообумовлених соціально-економічних процедур і сфер діяльності...» [141, с. 14]. В определении представлена содержательная часть, определены экономические явления, но отсутствует четкая их последовательность.

Наиболее аргументированной, на наш взгляд, представляется позиция И. П. Булеева, который определяет организационно-экономический механизм как совокупность форм, методов и инструментов управления [67, с. 177], что, безусловно, отображает процесс управления и способы его осуществления.

Отдельные авторы [59; 125; 208] как тождественные термину «организационно-экономический механизм» используют «организационный

механизм», «экономический механизм», «хозяйственный механизм», «финансовый механизм».

Современный менеджмент достаточно часто оперирует понятием «экономический механизм управления» и связывает его с системой экономических законов, принципов, методов управления и таких рычагов производства как цены, прибыль, фонды стимулирования, развитие отношений собственности, маркетинг и др. [305, с. 28]. В более узком значении экономический механизм рассматривается как «совокупность методов и средств влияния на экономические процессы, их регулирование» [212, с. 223].

По мнению А. Кульмана «экономический механизм определяется либо природой исходного явления, либо конечным результатом серии явлений ... составляющими элементами механизма всегда одновременно выступают и исходное явление, и завершающие явления, и весь процесс, который происходит в интервале между ними» [142, с. 12]. Это позволяет сказать, что любой организационно-экономический механизм представляет собой совокупность или определенную последовательность не только экономических, но и организационных систем.

Экономическая составляющая организационно-экономического механизма управления развитием ресторанного бизнеса является сложной структурой, которая выступает совокупностью управляющих экономических воздействий, направленных на соответствующие процессы и способствует согласованию экономических интересов при достижении поставленных целей путем финансово-экономического обеспечения и организационных форм его восстановления, экономического самоуправления, экономической мотивации развития, государственного экономического регулирования, систем стандартизации, нормирования и правил осуществления деятельности, контроля, воздействующих на процесс развития не только ресторанного бизнеса, но и других секторах экономики (раздел 4).

Экономическое самоуправление решает важную задачу в процессе функционирования организационно-экономического механизма управления развитием ресторанного бизнеса, что сводится к обеспечению социального комфорта каждому члену общества, отражает социальное содержание и прямое назначение самоуправления в современных условиях (раздел 4.1).

Мотивация развития способствует созданию у работников ресторанного бизнеса и имеющих к нему отношение лиц, внутреннего побуждения к действиям для достижения целей соответственно с делегированными им обязанностями и согласно принятому плану (раздел 4.2).

Одновременно экономическая составляющая управления развитием ориентирована на решение конкретных проблем взаимодействия и реализации социально-экономических, социально-психологических и технических задач, возникающих в процессе хозяйственной деятельности, что объективно обусловлено осуществлением деятельности в трансформационном рыночном пространстве и условиях устойчивого кризиса, когда оценка эффективности развития зависит от уровня производства, реализации и организации потребления продукции и услуг питания.

Экономическая составляющая организационно-экономического механизма управления развитием ресторанного бизнеса, формирующаяся на основе стохастических и детерминированных взаимосвязей явлений, обусловленная их временной последовательностью, делится на открытые и закрытые механизмы. Открытые механизмы представлены чаще всего механизмами сбалансированности национальной и мировой экономики, рыночными механизмами ценообразования, финансовыми механизмами государства и крупных производственных организаций. Конечным результатом действия такого механизма является усовершенствованное или качественно новое состояние исследуемого явления. Закрытые механизмы характеризуются воспроизводством базовых экономических явлений в новых или измененных условиях, так называемые механизмы чередования циклов развития (мультипликативные механизмы), колебанием ценовой конъюнктуры различных видов продукции и услуг на рынке.

Организационная составляющая представлена институциональными образованиями на разных уровнях управления, отраслевыми и территориальными формированиями, отдельными предприятиями и их структурными подразделениями. Организационная составляющая управления развитием ресторанного бизнеса строится на основе организационно-информационного механизма (раздел 3.1),

экономической свободе деятельности (раздел 3.2), механизме обеспечения конкурентоспособности (раздел 3.3), что дает возможность действовать в интересах потребителей, работников, владельцев и государства согласно рыночной конъюнктуре. Если в такой системе хотя бы один из элементов окажется малоэффективным, то влияние его несовершенства будет испытывать вся система управления развитием ресторанного бизнеса. Это обуславливает необходимость и целесообразность постоянного контроля соответствия друг другу составляющих механизма управления с целью своевременной корректировки воздействия.

Базовым механизмом организационного управления В. М. Бурков и В. В. Кондратьев определили «достаточно сложный набор процедур, правил, положений, инструкций, регламентирующих поведение лиц, готовящих и принимающих решения на всех этапах функционирования организации» [69, с. 134]. Разделяя точки зрения экономистов в трактовании понятия «механизм управления», следует отметить, что в предложенных определениях не нашел отражения субъект реализации совокупности элементов управленческого воздействия. Действительно, в основе организационно-экономического механизма лежит процесс, то есть динамика определенных явлений, который носит как субъективный, так и объективный характер. Объективный характер процесса предполагает его протекание по определенным экономическим законам без вмешательства субъекта управления. Субъективный процесс обусловлен целенаправленным воздействием субъекта на объективный процесс.

Исходя из всего вышеизложенного, организационно-экономический механизм управления развитием ресторанного бизнеса является сложной структурой, включающей совокупность соответствующих систем управленческого воздействия субъекта управления на процесс социально-экономического функционирования и развития ресторанного бизнеса, обеспечивающих согласованное и взаимозависимое действие всех ее элементов, применяемых на разных уровнях управления с целью обеспечения его стратегической гибкости.

Процесс развития многогранен, разнообразен и осуществляется под воздействием большого количества факторов. Среди них следует выделить четыре основные

группы, определяющие характер и динамику протекания экономического развития: стартовый уровень развития социально-экономической системы; «интеллектуалоемкость» (состояние человеческого капитала); эндогенные (внутренние) условия хозяйствования; экзогенные условия (внешние) хозяйственного процесса.

Важным фактором ускоренного экономического развития выступают структурные изменения, которые опираются на инфраструктуру национальной экономики, имеющей сравнительные и конкурентные преимущества в системе мировой торговли и международного разделения труда.

В настоящее время в Украине отсутствует экономическая ситуация, которая обусловила бы необходимость и создала возможности для реализации системных реформ, направленных на решение фундаментальных задач экономического и социального развития.

За период 2000-2005 гг. увеличение ВВП составило 2,9% [253, с. 26, 74]. В 2013 г. индекс физического объема ВВП достиг 105,7% (% к 2010 г.) [257, с. 31]. Такой рост обусловлен высокими темпами развития промышленности. Однако даже в периоды положительной динамики в производстве промышленной продукции в стране радикального улучшения жизни не происходило, как не происходило снижения показателей бедности и не наблюдалось увеличения потребительской способности населения. В наличии факторы, за счет которых происходил рост ВВП, а именно: рост экспорта; низкий курс гривны и др.

Обозначившаяся тенденция сокращения количества населения также влияет на функционирование организационно-экономического механизма управления развитием ресторанного бизнеса (табл. 1.5). Так на 01.01.2014 г в Украине проживало 42,9 млн. чел. По сравнению с предыдущим годом количество населения сократилось на 5,5%: за счет естественной убыли – на 58,9% и 45,1% – миграционного передвижения [257, с. 320-332]. Темпы снижения численности населения в среднем составляют 0,4–0,7% в год. В Донецкой области ситуация несколько хуже и также отмечается снижение темпов изменения численности населения.

Таблица 1.5 – Темпы изменения численности населения и трудящихся в Украине и Донецкой области

(в % к предыдущему году)

	Годы														
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
Изменение численности населения Украины	95,4	99,2	99,0	99,2	99,4	99,4	99,4	99,6	99,	99,8	99,6	99,6	100	99,6	94,5
в т. ч. в Донецкой области	98,8	98,9	98,6	98,9	48,3	99,0	99,1	99,7	99,1	99,2	99,2	99,3	99,4	99,3	98,9
Изменение количества занятого населения Украины	89,7	97,4	97,4	99,7	99,8	101,9	99,8	100,8	100,4	99,9	99,6	100,0	99,8	99,9	90,6
в т. ч. в Донецкой области	85,7	97,1	97,7	99,7	99,8	100,7	99,9	100,1	100,2	96,5	99,1	99,3	99,3	98,9	92,3
Удельный вес экономически активного населения, старше трудоспособного возраста	7,4	7,0	7,0	7,3	8,1	8,1	7,7	7,7	7,69	8,3	8,3	8,2	7,4	6,8	4,4

\* Рассчитано по данным [252, с. 342, 345, 346, 370, 371; 253, с. 338, 339, 362; 257, с. 320,340; 327]

Несмотря на тенденцию к сокращению общей численности населения страны, удельный вес количества занятого населения возрастает, и темпы изменения имеют положительные значения. Сокращается удельный вес экономически активного населения как в Украине, так и в Донецкой области (12,7% и 17,4% соответственно). Однако достаточно высокий уровень экономически активного населения старше трудоспособного возраста подчеркивает наличие экономического кризиса в стране, в результате чего последние вынуждены работать, чтобы обеспечить себе нормальные условия жизни. И только 2014 г. характеризуется резким снижением числа экономически активного населения старше трудоспособного возраста. Но это не свидетельствует о повышении благосостояния данной группы трудящихся и народа страны в целом. В большей степени данный факт обусловлен политической ситуацией на Востоке страны, когда работающие пенсионеры вынуждены были покинуть места своего постоянного проживания и переехать в более безопасные районы, где в силу возраста они не все смогли найти новую работу.

Факт роста реальной заработной платы также должен свидетельствовать об увеличении реальных доходов населения. В идеале – рост доходов населения способствует лучшему и наиболее полному удовлетворению разнообразных потребностей. Причем количественное удовлетворение низших потребностей способствует возникновению новых потребностей более высокого порядка. То есть удовлетворение физиологических потребностей порождает необходимость у людей в удовлетворении потребности в защищенности, в принадлежности (группировка трудящихся в команды и т.п.), в уважении, в самовыражении.

Рост средней заработной платы в 2013 г. по сравнению с предыдущим годом составил 103,5%, тогда как в 2005 г. – 136,7%. Однако, это объясняется тем, что высокие относительные показатели обусловлены крайне низким уровнем, от которого рассчитывается процент роста [253, с. 399, 400; 257, с. 327]. По Донецкой области также отмечается рост номинальной заработной платы (107,5% к предыдущему году), однако реальная заработная плата выросла только на 106,3%. Совершенно иная ситуация в области сложилась в 2014 г. При общем росте номинальной заработной платы на 102,7%, реальная сократилась более чем на 10% .

Наиболее высокими темпами росла заработная плата в таких отраслях экономики как авиатранспорт (50,2%), сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство (42,9%), государственное управление (39,4%), тогда как в сфере деятельности средств временного размещения и организация питания рост составил только 29,4%. Итак, возникло и достаточно ощутимо дает о себе знать, острое противоречие – между наличием высоких темпов экономического роста и изменениями в благосостоянии народа, в условиях его труда и жизни.

Эффективное экономическое развитие требует достаточно высокого качества человеческого капитала, т.е. возникает необходимость в высоком уровне «интеллектуалоемкости», основной характеристикой которой является рациональное экономическое мышление, стимулирующее систематическое использование инноваций и нововведений во всех сферах экономической деятельности.

В современных условиях наблюдается эволюция уровня потребностей у разных слоев населения. Положительным следует признать появляющуюся у людей потребность в новых знаниях и информации. Для ее удовлетворения возникает необходимость в сокращении затрат времени на ведение домашнего хозяйства и приготовление пищи. Реализовать это возможно путем активизации развития ресторанного бизнеса и отраслей сферы услуг.

Несмотря на эволюцию потребностей, рыночные преобразования вызвали некоторые отрицательные процессы во всех сферах деятельности, что не могло не повлиять на развитие ресторанного бизнеса. Так, реорганизация промышленности сопровождалась сокращением объемов деятельности, переориентацией на выпуск качественно иной продукции и, соответственно, высвобождением целой «армии» трудоспособного населения. Сокращение численности трудящихся вызвало необходимость в корректировке структуры сети и количества предприятий ресторанного бизнеса, которые организуют питание организованных контингентов, и мест на них (прил. В., табл. В.2).

По сравнению с 2000 г. количество предприятий, которые обслуживают трудящихся по месту работы, сократилось на 20,3% при одновременном увеличении их доли в общем количестве сети ресторанного бизнеса. Так раньше в

общем количестве предприятий ресторанного бизнеса открытая сеть составляла 62,6%, в условиях рыночных изменений, а сегодня в условиях полномасштабного кризиса во всех сферах деятельности, ее доля сократилась на 8,6%, тогда как увеличилась доля закрытой сети на 10,3% (рис. 1.8).

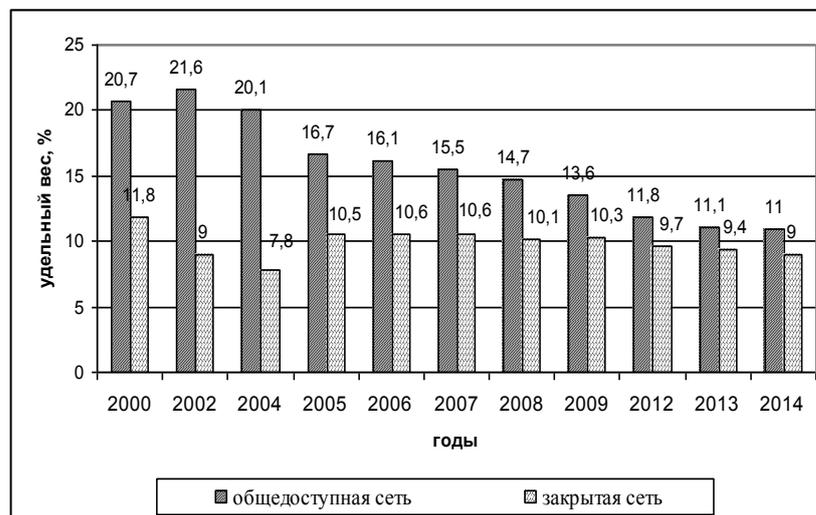


Рисунок 1.8 – Изменение структуры сети ресторанного бизнеса по месту расположения

В период проведения первых реформ в Украине осуществлялась коммерциализация, и предпочтение отдавалось действующим на промышленных субъектах хозяйствования (в учреждениях, организациях) предприятиям питания. Поскольку такого плана мероприятия были новыми, то естественно, что были допущены определенные ошибки. Одной из основных сегодня следует назвать недооценку высокой социально-экономической значимости правильной организации питания трудящихся. В результате чего средства, предназначенные на снижение стоимости питания, использовались не по назначению. Следствием допущенных ошибок стало постоянное сокращение объемов произведенной продукции, а потом и сокращение мест на предприятиях питания, которые обслуживают организованные контингенты потребителей, а потом – даже их закрытие на отдельных промышленных объектах.

Для общедоступной сети характерными являются следующие процессы. Так за тот же период удельный вес предприятий увеличился с 29,9% до 54,1% при общем сокращении их количества. Произошло изменение структуры сети ресторанного бизнеса в городской и сельской местностях (табл. 1.6). Однако удельный вес сохраняется практически на одном уровне и колеблется для городской сети в пределах 69-72%, а для сельской – 27-31%. Все это свидетельствует о равномерном сокращении сети ресторанного бизнеса.

Анализ ресторанного бизнеса в Украине показывает, что наибольший удельный вес приходится на кафе, закусочные, буфеты, столовые и предприятия, которые поставляют пищу [217, с. 152-153, 160-162]. На фоне общего сокращения сети ресторанного бизнеса увеличивается количество такого типа предприятий как ресторан по стране. При численном сокращении группы предприятий «кафе, закусочные, буфеты», увеличился их удельный вес в общем количестве предприятий ресторанного бизнеса в Донецкой области с 41% до 45,6%. Тем не менее, развитие ресторанного бизнеса в период 2000-2014 гг. характеризуется относительным спадом. В современных экономических условиях структура ресторанного бизнеса по выделенным группам предприятий представлена на рис. 1.9.

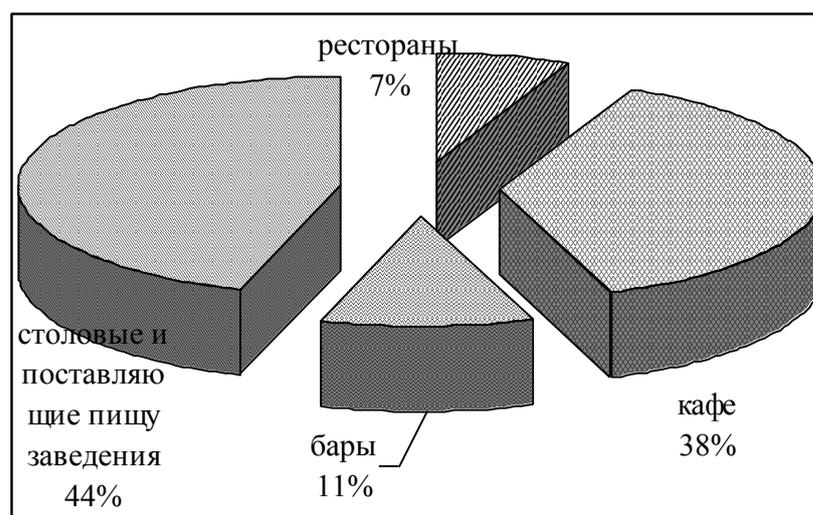


Рисунок 1.9 – Современная структура сети ресторанного бизнеса Украины по типам (состояние на 01.01.2015 г.)

Таблица 1.6 – Динамика развития ресторанного бизнеса в городской и сельской местности

	Годы															2014 г
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	к 2005 г в %
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
Всего предприятий РБ, тыс. ед. в т.ч. в	33,1	32,0	30,6	28,9	27,9	27,3	26,76	26,2	25,0	24,0	23,4	22,9	21,62	21,6	20,6	75,5
городской местности	22,9	22,4	21,8	20,7	19,9	19,2	18,8	18,2	17,4	16,3	15,9	15,7	14,6	14,6	14,0	72,9
сельской местности	10,2	9,6	8,8	8,2	8,0	8,1	7,96	8,0	7,51	7,69	7,51	7,2	6,6	6,6	7,0	86,4
Удельный вес предприятий РБ, %																
в городской местности	69,19	70,0	71,2	71,6	71,3	70,3	69,5	69,7	69,9	68,0	67,9	72,8	67,4	67,4	68,1	-2,2
в сельской местности	30,81	30,0	28,8	28,4	28,7	29,7	30,5	30,3	30,1	32,0	32,1	27,2	32,6	32,3	31,9	-2,2

\* Рассчитано по данным [216, с.289; 219, с. 151; 222, с.113-115; 244, с. 152-153; 250, с. 316, 198; 253, с. 297]

Основным типом предприятий за исследуемый период стали столовые и поставляющие пищу предприятия (с 37,5% до 45,9%). По Донецкой области картина отличается. Так основным типом были столовые и поставляющие пищу предприятия, но сегодня наибольший удельный вес составляют кафе. Представленные данные свидетельствуют, что сформировался рынок таких типов предприятий ресторанного бизнеса как рестораны, кафе, бары. Однако следует отметить, что эти заведения малодоступны для массового потребителя. Поскольку основную долю сегодня составляют предприятия, организующие отдых и досуг людей, то одной из составляющих их деятельности должна стать воспитательная функция. Она является объективно необходимой, позволяет привить правила поведения потребителям и будет способствовать развитию культуры потребления услуг ресторанного бизнеса в целом.

Исходя из сложившейся ситуации, основная задача в области обеспечения полноценного питания сегодня заключается в создании благоприятных условий для: доступности основных продуктов питания для всех групп населения; обеспечении высокого качества и безвредности для здоровья человека произведенных и ввезенных в страну пищевых продуктов; распространении информации относительно принципов рационального питания и организации такового на предприятиях ресторанного бизнеса.

Специфика деятельности ресторанного бизнеса позволяет обеспечить удовлетворение разнообразных потребностей человека в услугах полноценного питания согласно условиям жизни и трудовой деятельности, климатическим и другим особенностям.

Выборочные обследования, проведенные автором на предприятиях ресторанного бизнеса разных типов и форм собственности Донецкой, Львовской областей и АР Крым свидетельствуют о том, что на современном этапе недостаточно уделяется внимания вопросам состава и полноценности пищевых рационов. Также без внимания исследователей остались вопросы влияния количества и качества питания на здоровье и в целом на показатели социально-экономического развития страны в периоды структурных кризисов, формирования рынка.

Специалисты-практики пока еще склонны недооценивать значение правильно организованного питания как одного из факторов эффективного развития экономики Украины. Также специалисты не видят срочной необходимости проведения соответствующих изменений в структуре ассортимента предлагаемой продукции и услуг на действующих предприятиях ресторанного бизнеса.

Сложившаяся в ресторанном бизнесе ситуация обусловлена, прежде всего, оторванностью теории от практики и несоответствием целям, которые преследуются обеими сторонами. Теоретические исследования ученых обосновывают структуру рационального питания с учетом изменений экологии, физиологических особенностей организма, условий жизнедеятельности. Но данные изыскания проводятся без учета влияния состояния организма в дальнейшем на производительность труда, качество конечных результатов деятельности. Практическая деятельность в ресторанном бизнесе сосредоточивает свое внимание, как правило, только на получении высоких экономических результатов и, чаще всего, за короткий промежуток времени.

Исследование влияния экономических преобразований, которые происходят в Украине, на качество жизни и здоровье населения важны для обоснования и прогнозирования направлений развития ресторанного бизнеса с учетом требований полноценного и рационального питания, а также устранения, таким образом, причин негативного влияния рыночных преобразований и кризисов на здоровье и дееспособность нации.

Под качественным питанием понимается питание, которое обеспечивает организм человека достаточной для нормального восстановления и развития пищей, которая соответствует калорийности, сбалансирована по составу пищевых веществ (белки, жиры, углеводы, минеральные вещества, витамины). Так рациональными нормами определяется, что доля белков для растущего организма не должна быть меньше 15%, жиров – 30%, углеводов – 55% суточного рациона. Недостаточность одного из элементов приводит к нарушению жизненно важных функций организма человека, в результате чего общество получает больного человека, трудоспособность которого будет низкой.

Распад СССР, становление Украины как независимого государства, формирование новых экономических отношений и кризис последних лет имеет ряд отрицательных моментов, одним из которых выступает ухудшение общего состояния здоровья населения и сокращение его численности. Так, за 2014 г. среди населения участились заболевания системы кровообращения на 5,4%, мочеполовой системы – на 3,8%, новообразований – на 3,8%, врожденных аномалий развития – на 6,0% [98]. Заболеваемость туберкулезом только по Донецкой области за 5 лет (2010-2014 гг.) выросла на 25,7%, что является одним из высоких показателей по Украине. Сложившаяся ситуация является прямым отражением качества, структуры и количества продуктов питания, потребляемых населением.

В Донбассе, где преобладает тяжелая индустрия, совмещенная одновременно с вредными и тяжелыми условиями труда, значительная часть трудоспособного населения занята средним, тяжелым и очень тяжелым физическим трудом с соответствующей физической активностью. Это обуславливает повышенные требования к калорийности и составу рационов питания. Согласно рекомендациям физиологов калорийность не должна быть меньше 3130 ккал, а для отдельных групп – 3700 ккал. Фактически же калорийность рационов на 10,92-24,58% ниже рациональных норм. Все это не может не сказаться на способности организма к естественному физиологическому восстановлению, а при длительном таком положении в дальнейшем и на конечных результатах деятельности каждого работающего человека отдельно. Для детей такие несоответствия сказываются на состоянии формирования их организма и способности к дальнейшей трудовой деятельности. Нерациональная структура потребления привела к возникновению белкового голодания, которое отрицательно влияет на организм человека.

Вместе с тем, возрастающая энергетическая ценность питания не решает задачу рационального потребления продуктов питания у социально незащищенных слоев населения, а вызывает новую проблему – возникновение ожирения вследствие чрезмерного потребления продуктов, богатых углеводами, и на этом фоне развития целого «букета» сопутствующих заболеваний.

По данным Государственного Комитета Статистики Украины в потребляемых сегодня продуктах питания содержится недостаточное количество минералов и минеральных солей. Достаточно серьезной проблемой происходящих экономических преобразований стало обеднение рационов минеральными солями. Так, кальция меньше стало на 3,5%, железа – на 1% и т.п. Сегодня железодефицитное состояние является достаточно распространенной патологией у человека.

И, несмотря на то, что и до сих пор сохраняются низкие нормы потребления основных пищевых продуктов, отличающиеся повышенной калорийностью, полной разбалансированностью пищевой ценности, значительной статьей совокупных расходов домохозяйств остаются расходы на питание (около 53% в общем количестве расходов населения), в числе которых учитываются и расходы на питание в ресторанном бизнесе.

Все изложенное выше подчеркивает необходимость разработки и внедрения эффективного организационно-экономического механизма управления развитием ресторанного бизнеса, который будет способствовать повышению результативности деятельности всех сфер экономики Украины, благодаря использованию трудового потенциала качественно воспроизведенной производительной силы общества – человека.

Основные положения концепции организационно-экономического механизма управления развитием ресторанного бизнеса сводятся к следующему:

1. Процесс развития определяется последовательностью действий, направленных на достижение поставленной цели – повышение эффективности ресторанного бизнеса на основе прогнозирования, планирования, регулирования, мотивации и контроля. Достижение цели субъектом предпринимательской деятельности осуществляется путем решения широкого круга задач социального, экономического, нормативного и регламентирующего плана в процессе развития и предусматривает широкое использование инноваций.

2. Объектом организационно-экономического механизма управления развитием ресторанного бизнеса выступают процессы формирования механизма. Предметом является теория и методология формирования и управления ресторанным бизнесом.

3. В основу функционирования организационно-экономического механизма управления развитием ресторанного бизнеса положены следующие принципы: наиболее полное удовлетворение разнообразных потребностей населения в услугах ресторанного бизнеса, согласование интересов потребителей, предприятия и государства в процессе осуществления бизнеса-деятельности.

4. Методологией управления в рамках организационно-экономического механизма должны стать методологический инструментарий исследования (раздел 2.1), система показателей результативности управления развитием ресторанного бизнеса (раздел 2.2) на основе мониторинга факторов развития (раздел 2.3).

5. Процесс управления развитием конкретизирует эту деятельность с учетом практических задач на основе функций управления. По характеру влияния последних сформированы группы целевых (прогнозирование, планирование), обеспечивающих (организация, регулирование, координация, мотивация, стимулирование), контрольно-оценочных (учет, контроль), специальных (для решения конкретных задач, связанных с внедрением комплексной системы управления развитием) и вспомогательных (учет информации о развитии) функций. Причем последние обеспечивают выполнение функций всех выделенных групп в рамках организационно-информационного механизма управления развитием (раздел 3.1), путем реализации современного подхода к реализации экономической свободы деятельности ресторанного бизнеса (раздел 3.2) на базе механизма обеспечения конкурентоспособности (раздел 3.3) .

6. Действие организационно-экономического механизма управления развитием ресторанного бизнеса осуществляется с помощью экономической составляющей, позволяющей в полной мере реализовать выполнение функций. Такими являются экономический механизм самоуправления (раздел 4.1), экономический механизм мотивации (раздел 4.2) и экономический механизм регулирования (раздел 4.3).

7. Управление развитием ресторанного бизнеса должно осуществляется на основе реализации предпринимательской стратегии, являющейся композицией частных стратегий, таких как рост и развитие, маркетинговая, конкурентная, инновационная, социальная, а также организационная, осуществляемая в направлении организации управляющих воздействий и управлении предприятием в целом. При

этом стратегия может сама выступать подсистемой выбора альтернативных решений со сформированным множеством допустимых направлений развития, которые ограничивают и направляют выбор конкретного обоснованного варианта. Стратегия, используемая в таком качестве, обеспечивает целостность и согласованность в изменении функциональных и структурных характеристик ресторанного бизнеса в процессе развития (раздел 5.3).

8. Действие всех составляющих организационно-экономического механизма управления развитием ресторанного бизнеса обеспечивается путем использования целевого, системного, комплексного и количественно-качественного подходов к исследованию, бенчмаркинга как эталонного тестирования для установления вероятности успеха предпринимательства; широкого спектра экономико-математических методов в виде регрессионных и мультипликативных моделей. Применение методов анализа обеспечивает разработку предложений по совершенствованию Программ развития разных уровней, определения реальных показателей развития предприятий ресторанного бизнеса и причин их отклонения от прогнозных данных (Gap-анализ); комплексного анализа влияния внешней среды и ресурсного потенциала для формирования приоритетных направлений развития (Swot-анализ); выявление проблем в процессе развития предприятий питания на разных организационных уровнях для обоснования направлений и позиций развития (Lots-анализ).

9. Функционирование организационно-экономического механизма управления развитием ресторанного бизнеса предполагает в определенной степени самоорганизацию системы и циклическую самоподдержку процессов развития.

10. Результатом функционирования организационно-экономического механизма управления развитием ресторанного бизнеса является повышение социально-экономической эффективности ресторанного бизнеса, что выступает следствием оптимального удовлетворения потребностей населения в его услугах и восстановления главной производительной силы общества – человека.

Все вышеизложенное позволяет утверждать, что в разработанной концепции организационно-экономического механизма управления развитием ресторанного бизнеса обеспечены следующие целевые установки:

системность и комплексность развития ресторанного бизнеса, что создает условия для поддержания высокого уровня адаптивности к динамичным изменениям внешнего и внутреннего окружения;

поддержка процессов самоорганизации, саморегулирования, самомотивации через функции самоуправления с информационно-координационной направленностью и самоконтролем при разработке и реализации мероприятий по развитию ресторанного бизнеса;

мотивация и активность персонала ресторанного бизнеса в непрерывном развитии и повышении количественных и качественных результатов деятельности в виде разнообразных услуг питания;

обеспечение высокой социально-экономической эффективности и стабильности процессов развития через накопление потенциала для достижения соответствующих результатов в ближайшей и дальней перспективе за счет ресурсного, инвестиционного и инновационного обеспечения.

Таким образом, сущность предложенного организационно-экономического механизма состоит в целенаправленном комплексном взаимодействии соответствующих составляющих управленческого воздействия субъекта управления на процесс социально-экономического функционирования всех объектов управления для достижения целей и приоритетов развития под динамичным влиянием факторов внешней и внутренней среды.

Концепция как система взглядов, единый и определяющий замысел относительно понимания сущности организационно-экономического механизма управления развитием ресторанного бизнеса содержит множество основных утверждений по вопросам построения и функционирования отдельных его составляющих, принятие утверждений относительно априорных свойств предметной области и отдельных элементов механизма и их связей, принципов, заложенных в основу синтеза его структурных элементов, условий, которым

должны удовлетворять различные объекты, представляющие основу данного механизма, учета тенденций в развитии предметной области. Концептуальная схема организационно-экономического механизма управления развитием ресторанного бизнеса интегрирует в себе организационную и экономическую составляющие с распределением структурных компонентов управленческих решений во времени и пространстве с учетом выявленных ограничений и охватывает: условия развития и функционирования, цель и задачи, предмет, объект, теоретические основы и методологию управления ресторанным бизнесом, включает организационный и экономический механизмы управления его развитием, научно-методические подходы к управлению развитием для повышения социально-экономической эффективности развития ресторанного бизнеса (рис. 1.10).



Рисунок 1.10 – Концептуальная схема организационно-экономического механизма управления развитием ресторанного бизнеса

## Выводы по разделу 1

Обоснована концепция экономического развития, базирующаяся на новом теоретико-методологическом подходе, сущность которого заключается в количественном росте объемов производства и реализации на их основе качественного совершенствования через изменения в этих структурах и отвечает реальному разнообразию социальных запросов населения. Экономическое развитие рассматривается как необратимые, закономерные и непрерывные количественно-качественные изменения социально-экономической системы, которые выводят ее на более высокий уровень развития. Обоснован более совершенный концептуальный подход к формированию механизма рыночных преобразований экономики, основой которого должен стать переход к социально-ориентированной модели устойчивого развития общества, в которой приоритетным становится качество жизни человека на основе приоритетного развития ресторанного бизнеса;

Определено место ресторанного бизнеса в торгово-производственном комплексе как самостоятельной системы и занимающей значимое место в экономическом развитии Украины. Сформулировано определение ресторанного бизнеса как вида экономической деятельности по выполнению социального заказа в виде услуг по наиболее полному удовлетворению потребностей различных групп населения с целью реализации миссии по устойчивому развитию в материальной и нематериальной форме, регулированию денежных потоков, финансовому обеспечению, в восстановлении рабочей силы, на основе согласования интересов всех рыночных субъектов.

Выявлено, что многомерный характер структурных сдвигов в ресторанном бизнесе обуславливает целесообразность разукрупнения предприятий для повышения их устойчивости в кризисных условиях. Установлено, что механизм рыночных преобразований должен базироваться на комплексном действии по всем направлениям: взвешенное и оптимальное сочетание прямого экономического регулирования изменений, разработка Программ развития на базе местного

потенциала, в т.ч. и ресторанного бизнеса; восстановление связей между наукой, производством и подготовкой кадров для устранения отрицательного влияния кризисов на здоровье населения и эффективность экономики страны

Разработан организационно-экономический механизм управления развитием ресторанного бизнеса, который включает организационную и экономическую составляющие с распределением составных компонентов управленческих решений во времени и пространстве с учетом выявленных ограничений. Определены составляющие организационно-экономического механизма управления развитием ресторанного бизнеса: условия функционирования и развития, предмет (теория и методология формирования и управления ресторанным бизнесом); объект (процессы формирования организационно-экономического механизма управления развитием ресторанного бизнеса), теоретические основы и методология управления ресторанным бизнесом (методологический инструментарий исследования, система показателей результативности управления развитием, мониторинг факторов развития), организационный (организационно-информационный механизм управления развитием, концептуальный подход к реализации экономической свободы деятельности, механизм обеспечения конкурентоспособности) и экономический (экономический механизм самоуправления развитием, экономический механизм мотивации развития, экономический механизм регулирования развития) управления развитием ресторанного бизнеса, научно-методические подходы к совершенствованию управления развитием (научно-методический подход к обоснованию эффективности управления развитием, экономико-математическое моделирование управления развитием, методические рекомендации по совершенствованию управления развитием). Сущность предложенного организационно-экономического механизма состоит в целенаправленном комплексном взаимодействии соответствующих составляющих управленческого воздействия субъекта управления на процесс социально-экономического функционирования всех объектов управления для достижения целей и приоритетов развития под динамичным влиянием факторов внешней и внутренней среды.

## РАЗДЕЛ 2

### МЕТОДОЛОГИЯ УПРАВЛЕНИЯ РЕСТОРАННЫМ БИЗНЕСОМ

#### 2.1. Методологический инструментарий исследования ресторанного бизнеса

Совершенствование инструментария научного исследования выступает основой успеха и эффективности аналитической работы. Чем глубже осуществляется проникновение в сущность исследуемых явлений, тем более точные методы исследования нужны. Анализ деятельности как наука является системой знаний о методах исследования с целью управления развитием объекта исследования.

Диалектика исходит из того, что все явления и процессы необходимо рассматривать в постоянном движении, изменении, развитии, акцентирует внимание на том, что каждый процесс, каждое явление следует понимать как единство и борьбу противоположностей. Это обуславливает необходимость тщательного изучения внешних и внутренних противоречий, положительных и отрицательных сторон каждого явления, каждого процесса.

Использование диалектического метода в анализе предполагает исследование хозяйственной деятельности с учетом всех взаимосвязей. Таким образом, чтобы понять и правильно оценить то или иное экономическое явление, должны изучаться все взаимосвязи и взаимозависимости с другими явлениями. Это одна из важных методологических черт анализа.

Важной методологической особенностью выступает способность анализа не только устанавливать причинно-следственные связи, но и давать им количественную характеристику, т.е. обеспечивать изменение влияния факторов на результаты деятельности [10]. Это делает анализ более точным, а выводы – обоснованными.

Изучение и измерение причинных связей в анализе осуществляется методом индукции и дедукции. Способ исследования причинных связей с помощью

логической индукции сводится к тому, что исследование ведется от частного к общему, от изучения отдельных фактов к обобщению, от причин к результатам. При использовании дедукции исследование осуществляется от общих фактов к случайным, от результатов к причинам. Таким образом, индуктивный метод должен применяться в комплексе с дедуктивным.

Использование диалектического метода в анализе означает, что каждый процесс, каждое экономическое явление рассматриваются как система, как совокупность многих элементов, связанных между собой, что обуславливает необходимость системного подхода к изучению объектов анализа, являющегося одним из важных направлений методологии исследования.

Основными особенностями системного подхода выступают – динамичность, взаимодействие и взаимосвязь элементов системы, комплексность, целостность, соподчиненность, выделение ведущего звена. Таким образом, метод анализа развития выступает диалектическим подходом к исследованию хозяйственных процессов и обеспечивает системное, комплексное, органически взаимосвязанное изучение различных видов деятельности ресторанного бизнеса, предприятий, их подразделений и объединений, а также других звеньев народного хозяйства с целью объективной оценки конечных результатов, выявления и мобилизации резервов повышения эффективности, обеспечения необходимой информацией для принятия оптимальных решений по управлению развитием ресторанного бизнеса.

Метод анализа включает научно обоснованную систему способов и приемов исследования и характеризуется определенными особенностями. Во-первых, ему присущ диалектический подход к изучению хозяйственных процессов и явлений. Во-вторых, как правило, формируется определенная система показателей, которые всесторонне и глубоко характеризуют экономическую и социальную деятельность хозяйственных субъектов. Система способов и приемов исследования, с одной стороны, должна отображать результаты хозяйственной деятельности, эффективность производственных, торговых и других хозяйственных процессов, а с другой – характеризовать имеющиеся в распоряжении и используемые ресурсы. В-третьих,

необходим анализ причин изменения анализируемых показателей, выявление взаимосвязей между ними. Причины и следствия имеют тесную связь, а потому не всегда являются постоянными. По этому поводу Энгельс Ф. писал: «...причина и следствие суть представления, которые имеют значения, как таковые, только в применении к данному отдельному случаю, ... причины и следствия постоянно меняются местами; то, что здесь или теперь является причиной, становится тем или тогда следствием и наоборот» [161]. Выявляя в ходе экономического анализа причину, обязательно определяют ее воздействие, то есть следствие, и наоборот.

Использование метода анализа проявляется через ряд конкретных методик аналитического исследования. Это могут быть методики исследования отдельных сторон хозяйственной деятельности или комплексного анализа всех ее сторон. Каждому виду анализа соответствует своя методика. Методы и необходимая их точность в оценках показателей развития зависят от цели исследования и условий, в которых осуществляется деятельность ресторанного бизнеса. В этой связи и то, и другое заранее требует определения.

В экономическом анализе наиболее распространенными являются аналитические методы и правила исследования экономической деятельности, определенным образом подчиненных достижению цели. Общая методика устанавливает целую систему исследований, которые в равной мере используются при изучении разных объектов экономического анализа в различных сферах национальной экономики. Частные методики конкретизируют общую систему по отношению к отдельным отраслям экономики, определенному типу производства или объекту исследования.

Методика анализа содержит в себе целый комплекс методологических правил в отношении проведения исследования и включает: а) задачи и формулировку целей; б) объекты; в) системы показателей, с помощью которых будет исследоваться каждый объект; г) последовательность и периодичность проведения исследований; д) характеристику способов исследования определенных объектов; е) источники данных, на основании которых осуществляется анализ и диагностика; ж) указания по организации анализа и диагностики; и) технические средства и программные

продукты, которые целесообразно использовать для обработки информации; к) характеристику документов, которыми лучше всего оформлять полученные результаты; л) потребителей результатов исследования.

В анализе развития ресторанного бизнеса используются различные методы. Их делят на определенные группы по соответствующим критериям. Наиболее распространенными критериями классификации можно назвать следующие: возможность разработки управленческих решений (стратегические, одномоментные); способы отражения конечных результатов (графические, экономико-математические, логические); способы оценки (индикаторные, матричные); направления формирования информационной базы (экспертные, критериальные); соотношение объективных и субъективных начал (математические, эвристические) и др.

Стратегические методы позволяют не только оценить существующее состояние развития объекта в конкретный момент времени, но и разработать решения на перспективу. Одномоментные сводятся к оценке только фактического состояния дел, не обеспечивая возможности мероприятий на перспективу.

Матричные приемы предоставляют возможность исследования тенденций развития во взаимосвязи, взаимозависимости и динамике и позволяет принимать обоснованные решения. Однако группа этих методов требует соответствующего информационного обеспечения.

Индикаторные методы осуществляются, базируясь на системе индикаторов. Каждый индикатор «раскладывается» на целый ряд различных составляющих, которые отображают состояние отдельных элементов исследуемого объекта.

Критериальные методы в качестве информационной базы используют абсолютные (стоимостные или натуральные) значения основных показателей и являются наиболее точными. Но эту точность можно получить только при условии полного и соответствующего информационного обеспечения. Экспертные методы, в отличие от критериальных, характеризуются динамичностью результатов. Они базируются на оценке экспертов, но достаточно просты в использовании, не требуют сбора полной информации о состоянии объекта исследования. Однако субъективный

характер мнений экспертов обуславливает наличие возможности неверного трактования и изменчивости результатов оценки. Тем не менее, в комплексе с критериальными методами обеспечивается высокая эффективность принятых решений и планов.

Графические методы обеспечивают визуализацию представления результатов диагностики, оценки и анализа. Экономико-математические – базируются на определении и оценке наиболее существенных явлений, количественном измерении тесноты связи между ними. Логические методы выявляют общие тенденции, качественные характеристики структуры исследуемых явлений, устанавливают наличие или отсутствие связей между ними и направления движения. Как правило, это алгоритмизированные методы, которые базируются на логических предположениях.

По соотношению объективных и субъективных начал используются математические и эвристические количественные методы экономического анализа. Эвристические основаны на интуиции, на субъективных началах. Математические методы – объективны.

Направления анализа предполагают использование следующих методов: 1) временной (сравнение данных по смежным периодами); 2) структурный (определение структуры итогов по составляющим); 3) анализ относительных показателей; 4) трендовый (определение тренда или основной тенденции динамики показателей); 5) сравнительный (внутрихозяйственные и межхозяйственные сравнения); 6) факторный (анализ воздействия факторов на результирующие показатели).

Элементарные статистические методы анализа связаны с применением: 1) статистического упорядочения (систематизация информации по определенным принципам); 2) абсолютных и относительных показателей; 3) расчетов средних величин; 4) динамических рядов (абсолютный, относительный прирост; темпы роста, темпы прироста); 5) сведение и группировка показателей по отдельным признакам; 6) сравнение (с конкурентами, в динамике и др.); 7) индексов (влияние факторов на сравниваемые показатели); 8) детализации.

Широкое использование приобретают в последнее время экономико-математические методы, среди которых следует выделить: 1) элементарной

математики; 2) математического анализа (включая вариационные обсчеты); 3) прикладной математической статистики и эконометрии; 4) исследование операций (включая математическое программирование и теорию игр, управление запасами, массового обслуживания, обучения) и др.

Наиболее часто применяемыми в экономическом анализе выступают простейшие математические модели, такие как: 1) аддитивные; 2) мультипликативные; 3) кратные; 4) смешанные (комбинированные).

Элементарные методы факторного анализа основываются на методах элементарной математики и математического анализа, обуславливающих использование дифференцирования и индексного метода.

Вышеизложенное позволяет сформулировать вывод о том, что в последнее время методики исследования стали более разнообразными и совершенными. Важным шагом в совершенствовании считается использование математических методов непосредственно в экономических исследованиях ресторанного бизнеса, что делает анализ состояния и прогнозирования его развития более глубоким, точным и научно аргументированным, но достаточно сложным для использования на предприятиях.

Комплексное исследование конкретной экономической сферы по параметрам, определяющим ее состояние на перспективу, осуществляется также с использованием разных методов стратегического анализа, среди которых: Step-анализ, Swot-анализ, Space-анализ, Gap-анализ, Lots-анализ, Pims-анализ и др. [127; 210; 310].

С помощью метода Step-анализа осуществляется комплексный анализ экономической ситуации, где оценивается влияние различных факторов маркетинговой среды. Полученные результаты представляются в виде матрицы, по осям которой указываются учтенные факторы и сила их воздействия в принятых единицах измерения.

При стратегическом анализе позиции предприятия на рынке (в конкурентном окружении) широко используется метод Swot-анализа. Несмотря на то, что его результаты не содержат окончательной информации для принятия управленческих решений, тем не менее, этот метод позволяет стабилизировать процесс обработки

информации с использованием собственных оценок и выводов, исходя из создавшейся ситуации. Его целесообразно использовать в анализе и диагностике развития ресторанного бизнеса для разработки стратегических и тактических мероприятий по учету факторов макро- и микроокружения, а также формированию соответствующей стратегии развития с учетом адаптации объекта к условиям среды, в которой ресторанный бизнес функционирует или будет функционировать.

Оценка положения при диагностике, оценке и анализе развития ресторанного бизнеса может осуществляться с помощью производного от Swot-анализа метода – Space-анализа. При этом упор делается на четыре основных критерия: экономический потенциал, привлекательность бизнеса, стабильность среды (внешние условия бизнеса) и конкурентные преимущества. Каждый из названных критериев имеет определенный набор факторов, отражающихся конкретным набором показателей. Привлекательность данного метода заключается в возможности анализа стратегии предприятия даже в том случае, когда она фактически отсутствует.

Анализ состояния среды и определения тенденций ее развития выступает достаточно распространенным подходом при прогнозировании развития как отдельно взятого предприятия, так и ресторанного бизнеса в целом. Процесс осуществляется путем сценарного прогнозирования, что делает его применимым в современных экономических условиях.

Использование в ресторанном бизнесе метода Gap-анализа предоставляет возможность поиска способов разработки стратегии и управления развитием, позволяющих привести дела в соответствие с уровнем современных требований, что обеспечит, соответственно, более высокую эффективность деятельности и перспективы развития данной сферы в экономическом пространстве. Основным заданием метода Gap является определение несоответствия или разрыва между целями предприятия или сферы деятельности и их возможностями. При выявлении такого разрыва целесообразно установить, как его ликвидировать. Определяются реальные показатели ресторанного бизнеса (или конкретного предприятия) с точки зрения ситуационного анализа текущего и предполагаемого будущего состояния окружающей среды.

Данный метод позволяет определить показатели стратегического плана, отвечающие основным целям предприятия; установить отклонения показателей реального положения в сфере деятельности от показателей стратегического плана; разрабатывать специальные программы для ликвидации образовавшегося разрыва (совершенствование организации производства и обслуживания, разработка мероприятий по росту производительности труда и др.). Широкое применение данный метод получил в зарубежной практике, и подтверждается организационным воздействием на разрыв между желаемой и прогнозируемой деятельностью, что и обуславливает целесообразность его использования в отечественной экономике.

Достаточно широко используемым следует признать метод Lots-анализа, сущность которого сводится к последовательному и детальному обсуждению в процессе развития ресторанного бизнеса возникающих проблем разной степени сложности на любых иерархических уровнях: на уровне отдельных подразделений предприятия, на уровне предприятия (объединения) и других более высоких уровнях (район, город, область, регион, страна). Конечная цель сводится к разработке такой позиции объекта, которая будет гармонировать с внешним макро- и микроокружением.

Pims-анализ в своей основе использует эмпирическую модель, которая связывает широкий диапазон стратегических переменных, таких как рыночная доля, качество продукции и услуг, вертикальная интеграция, и ситуационные переменные (скорость роста рынка, стадия развития сферы деятельности, интенсивность потоков капитала) с величиной прибыльности и способностью предприятия или сферы экономики создавать денежную наличность. Модель делового анализа Pims способна дать оценку соответствия возможностей конкретного предприятия потребностям рынка. Использование данного метода сегодня сводится к изучению наиболее общих подходов и адаптации к условиям Украины и ресторанному бизнесу, в частности. Цель проведения данного анализа в ресторанном бизнесе в современных условиях заключается в определении того, какие стратегии следует принимать в конкретных рыночных условиях.

Таким образом, проведенное исследование позволяет систематизировать методологический инструментарий исследования ресторанного бизнеса (рис. 2.1), отличительной чертой которой является обеспечение их комплексного взаимосвязанного применения для выявления причин неудовлетворительного состояния ресторанного бизнеса и разработки направлений его эффективного развития на перспективу.

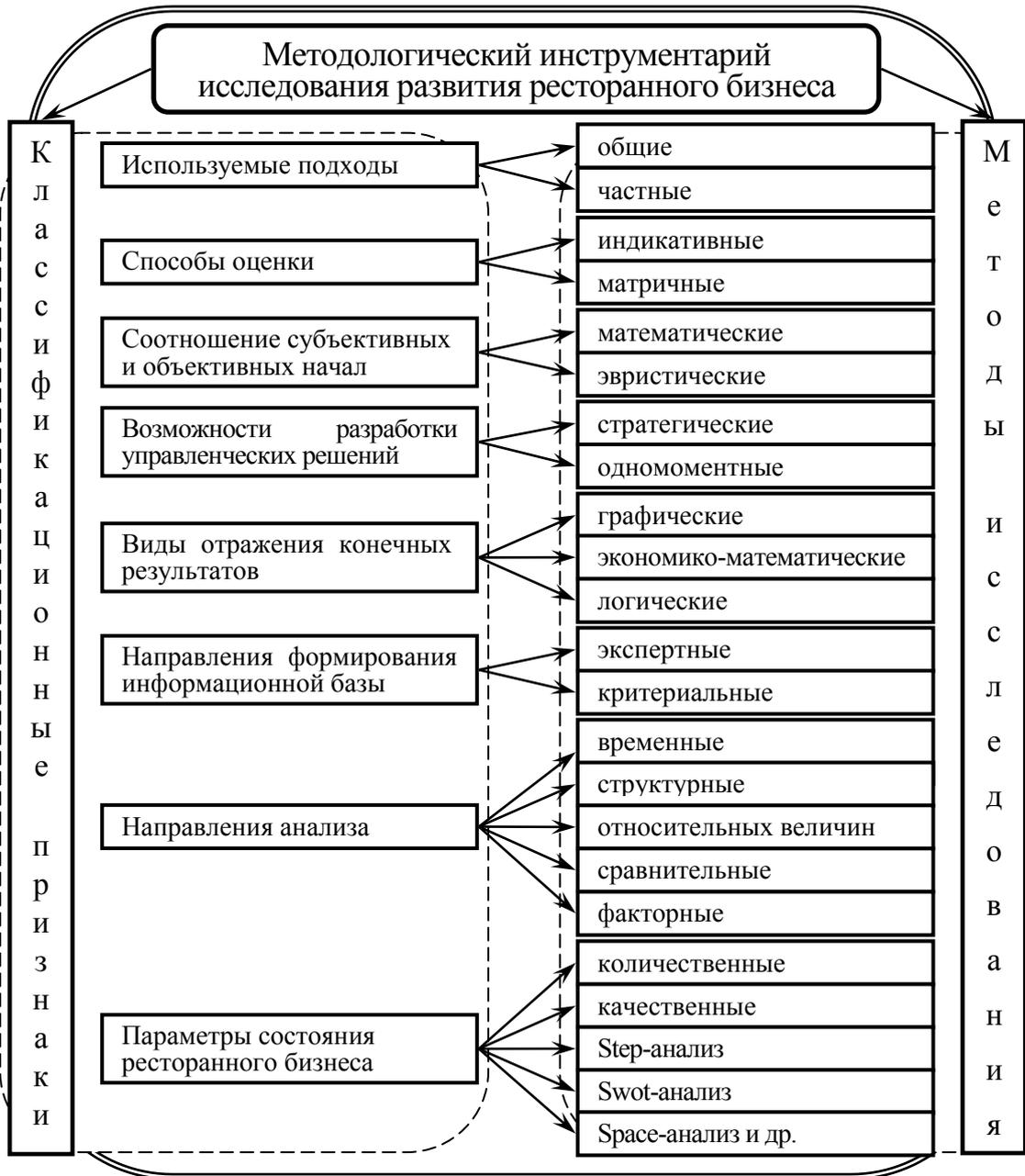


Рисунок 2.1 – Методологический инструментарий исследования развития ресторанного бизнеса

Каждый из приведенных методов использует ряд общих методик анализа. Наиболее универсальным методом экономического анализа выступает метод сравнений, который позволяет давать оценку любому исследуемому показателю. При этом, чем больше баз сравнения, тем глубже результаты исследования. Так, качество планирования, обоснованность, напряженность планов анализируются путем сравнения плановых данных с ожидаемыми или фактическими. Одновременно, определяются резервы интенсификации деятельности. Сравнение фактических результатов отчетного периода с плановым необходимо для оценки выполнения и контроля плана; с данными перспективного плана – для изучения возможностей его выполнения, выявления путей успешного развития; с фактическими данными за конкретные периоды – для изучения динамики закономерностей и темпов развития; со средними показателями предприятий системы – для определения места предприятия в этой системе; с данными ведущих предприятий – для выявления возможностей и резервов совершенствования хозяйственной деятельности и др. При сравнении должна, обеспечиваться сравнимость показателей в оценке, методике вычисления, структуре, календарных сроках и условиях деятельности.

Примером служит изменение основных показателей деятельности ресторанного бизнеса в Донецкой области (табл. 2.1). Так, розничный товароборот (оборот по продукции собственного производства) имеет устойчивую тенденцию роста, однако его скорость не во всех городах одинакова. Изменение показателей обнаруживает скачкообразную тенденцию, которая определяется такими же резкими изменениями в деятельности промышленных предприятий, расположенных на территории этих населенных пунктов. 2014 г. отмечен резким падением товароборота (более чем на 65% по сравнению с предыдущим годом) на всех предприятиях ресторанного бизнеса Донецкой области, что явилось результатом набирающего обороты социально-политического и экономического кризиса в стране, особенно на Востоке.

Метод сравнений достаточно полно иллюстрирует изменения внутри сети ресторанного бизнеса по месту размещения (табл. 1.6). Результаты исследования подтверждают вывод о том, что в городской местности расположено большее

количество объектов ресторанного бизнеса, чем в сельской при постоянном характере тенденции к сокращению общего количества предприятий по Украине.

Таблица 2.1 – Изменение товарооборота ресторанного бизнеса и оборота по продукции собственного производства в городах Донецкой области\*

(в сопост. ценах)

Показатели, годы	Города Донецкой области с численностью населения				
	более 1 млн. чел.	400-500 тыс. чел.		200-300 тыс. чел.	
	Донецк	Макеевка	Мариуполь	Горловка	Краматорск
Оборот по продукции собственного производства**, млн. грн.					
2000	34,5	8,2	26,7	6,3	5,7
2001	42,9	6,9	31,5	5,5	6,8
2002	50,7	4,92	39,4	5,6	10,3
2003	61,1	6,1	43,4	4,7	8,5
2004	92,9	9,96	53,13	6,6	6,4
Розничный товарооборот ресторанного бизнеса, млн. грн.					
2000	49,5	13,0	37,1	11,9	9,3
2001	61,4	11,7	52,1	11,4	12,1
2002.	74,4	11,1	58,6	11,1	16,7
2003	82,5	11,2	63,9	9,3	13,4
2004	115,3	15,8	76,2	11,7	11,7
2005	155,1	17,4	83,2	14,3	12,1
2006	184,6	22,0	98,1	16,2	12,8
2007	254,3	26,4	121,3	19,7	14,8
2008	266,9	29,9	136,6	22,7	15,9
2009	316,3	34,0	141,9	20,3	15,7
2010	383,0	38,5	166,0	25,7	18,8
2011	450,0	44,8	187,1	29,5	20,9
2012	539,7	43,9	204,6	30,6	18,3
2013	592,3	42,1	173,5	34,3	15,4
2014	206,7	20,7	80,0	12,8	8,0

\* Рассчитано по данным [84; 249, с. 13, 14]

\*\* С 2005 г. информация о товарообороте по продукции собственного производства в статистике не отображается.

Также ведется сравнение структуры сети ресторанного бизнеса по типам предприятий, а при необходимости – и по формам собственности, месту размещения и др. Данные таблицы 2.2 подтверждают популярность такого типа предприятий как ресторан. Группа столовых и предприятий, которые поставляют пищу, характеризуется

сначала сокращением, а по результатам деятельности в 2008 г. – некоторым увеличением их количества. Сегодня эти типы предприятий пока что не имеют полного доверия у потребителя. Для таких типов как кафе и бары можно отметить скачкообразную тенденцию, когда снижение их количества сменяется их увеличением на общем фоне сокращения сети ресторанного бизнеса (прил. В, табл. В.1).

Таблица 2.2 – Изменение структуры сети ресторанного бизнеса по типам предприятий согласно КВЭД в Украине (на конец года, в %)

	2000	2002	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2012	2013
По Украине											
Предприятий всего	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
в т.ч.											
рестораны	3,7	9,7	4,2	4,4	4,6	4,8	5,1	5,5	6,1	6,7	7,2
кафе	47,4	63,5	47,5	46,2	45,0	43,7	43,1	40,9	39,2	37,5	36,1
бары	10,9	15,3	11,1	10,5	10,4	10,7	10,8	10,1	10,3	10,5	10,4
столовые и поставляющие пищу предприятия	37,5	11,5	36,8	38,5	39,3	40,6	40,6	43,2	44,4	44,7	45,9
По Донецкой области											
рестораны	3,5	3,8	4,2	4,6	4,7	5,5	5,3	5,4	5,7	5,9	6,4
кафе	41,1	43,2	49,1	50,2	48,6	47,2	45,6	46,6	45,4	44,6	44,9
бары	6,5	6,1	4,4	4,4	5,1	5,2	6,0	5,5	6,0	6,6	6,7
столовые и поставляющие пищу предприятия	48,4	46,9	44,6	40,8	41,5	42,0	43,1	42,5	42,7	42,9	42,0

\* Рассчитано по данным [216, с. 296; 219, с.160-162; 220, с.120-121; 222, с.114-122; 272, с.315]

Метод сравнений используется чаще всего на начальной стадии анализа. В дальнейшем возникает необходимость в установлении и изучении причин выявленных отклонений и объективной их оценке.

Широко применяют на практике метод средних и относительных величин, который обеспечивает получение обобщенной характеристики исследуемых процессов и явлений. Для ресторанного бизнеса в этом случае рассчитывается средняя выработка на одного работника, объем товарооборота на одну грн. основных фондов, средняя зарплата на одного работника, среднее количество мест на одно

предприятие и др. Сравнением фактических данных со средними показателями устанавливается, на каком уровне развития находятся предприятия в пределах группы, и определяются направления совершенствования их хозяйственной деятельности и дальнейшего развития. Целесообразным использование данного метода является для сравнения в небольших однородных группах предприятий. При игнорировании фактора однородности выявляется «разбег» отклонений в очень широких пределах и искажение результатов, что не позволяет делать правильные выводы относительно направлений совершенствования и дальнейшего развития объекта.

Метод относительных величин дополняет характеристики абсолютных данных, позволяет оценить степень результативности деятельности, дать оценку структурным показателям, уровню затрат, рентабельности и др. С помощью коэффициентов анализируются те же процессы, но соотносятся они с показателем, принятым за единицу. Метод относительных величин более точно характеризует все показатели хозяйственной деятельности, потому что отражает степень отклонения от его плановых или предыдущих значений.

При оценке развития ресторанного бизнеса используется метод относительных величин для расчета удельного веса оборота предприятий в общем товарообороте торговли. Визуализирует анализ графический метод (рис. 2.2).

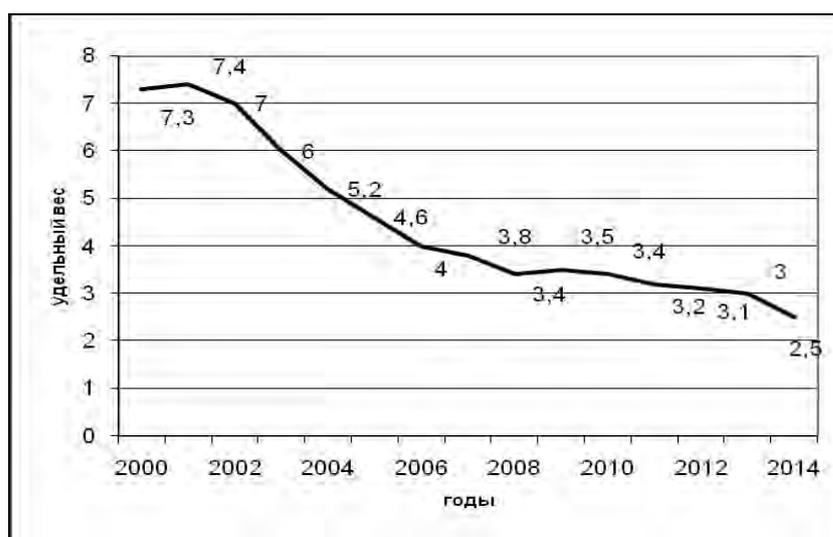


Рисунок 2.2 – Диаграмма изменения удельного веса товарооборота ресторанного бизнеса в розничном товарообороте торговли

Анализ деятельности ресторанного бизнеса с помощью метода относительных значений выявляет конкретную сложившуюся ситуацию. Для анализа выбраны две группы малых предприятий – кафе и рестораны. Средние показатели деятельности ресторанов выше, чем кафе, но внутри отобранной совокупности тенденции отличаются. В группе «кафе» 52,2% предприятий имеют положительную динамику в своем развитии (табл. 2.3). На предприятиях увеличивается товарооборот, оборот по продукции собственного производства. Однако рост удельного веса товарооборота по продукции собственного производства в товарообороте наблюдается только на 28,6% предприятий. Прирост обусловлен ростом цен и уровня наценки при общей тенденции сокращения удельного веса товарооборота по продукции собственного производства. Данный вывод подтверждается ростом выработки на одного работника производства, характерным только для 1/3 предприятий, тогда как рост выработки на одного работника предприятия отмечается на 71,4% предприятий данной группы.

Таблица 2.3 – Изменение показателей развития кафе в г. Донецке (2008-2014 гг.)\*

Шифр групп предприятий	Удельный вес изменения, %											Изменение удельного веса с/продукции в товарообороте
	Товарооборот	Оборот за продукцией собственного производства	Численность работников всего	Численность работников производства	Выработка на 1 работника	Выработка на 1 работника производства	Фонд заработной платы	Средняя заработная плата	Себестоимость производства	Валовой доход	Чистый доход	
Кафе												
1	95,57	97,28	98,01	98,25	102,95	98,39	112,6	117,5	104,8	105,9	83,4	+1,32
2	106,5	108,6	102,3	102,7	104,13	105,78	103,4	101,65	120,9	113,3	69,2	-15,7
3	80,24	63,76	80,0	66,67	100,31	95,64	97,51	121,91	79,23	105,6	-	-15,3
4	109,3	108,3	100,0	100,0	109,25	108,28	147,4	147,31	114,3	128,6	94,3	-0,77
5	118,8	109,3	100,0	111,1	118,71	98,32	101,4	101,4	131,0	131,2	136,7	-4,64
6	85,2	83,65	100,0	100,0	84,78	83,65	114,9	115,08	96,6	92,3	83,2	-1,6
7	106,6	107,4	105,9	109,1	100,8	98,6	111,8	117,72	117,6	117,7	119,1	+0,3
Среднее	100,3	96,89	98,03	98,26	102,99	98,38	112,7	117,51	109,2	112,5	83,7	-5,19

\* Данные получены в процессе проведения кабинетных исследований

При среднем незначительном сокращении общей численности работников предприятий (на 16,6% исследуемых предприятий) и работников производства, в частности, вырос уровень средней заработной платы на 17,5% заведений. Отмеченные изменения в группе обусловлены в определенной степени ростом себестоимости реализованной продукции на большинстве исследуемых предприятий.

Несмотря на некоторое снижение уровня результатов торгово-производственной деятельности в кафе в целом на рынке ресторанного бизнеса их развитие можно охарактеризовать как положительное. Большинство из них работают прибыльно. Это объясняется ориентацией на массового потребителя и наилучшему удовлетворению потребностей в услугах питания и отдыха, мобильностью в плане реагирования на изменение спроса, достаточным уровнем качества продукции и услуг, заинтересованностью руководителей и всего коллектива в стабильной работе своих предприятий на выбранном рыночном сегменте.

На рынке ресторанов ситуация складывается несколько по-другому (прил. В., табл. В.4). Так, только половина предприятий имеют положительную динамику товарооборота, в 33,3% от их общего количества отмечается одновременный рост оборота по продукции собственного производства, причем темпы роста превышают темпы роста розничного товарооборота. На 1/3 предприятий такие изменения обеспечены увеличением общей численности работников и работников производства. С другой стороны, изменения основных результатов торгово-производственной деятельности обусловлены ростом себестоимости реализованной продукции. При этом темпы ее выше, чем темпы роста выработки на одного работника производства и численности работников. Увеличение себестоимости реализованной продукции объясняется влиянием следующих факторов: 1) рост цен на продукцию; 2) рост уровня наценки на отдельные блюда, изделия, напитки; 3) использование труда высококвалифицированных специалистов; 4) приобретение и использование в процессе производства продукции нового высокопроизводительного современного оборудования; 5) внедрение новых малоотходных и безотходных технологий обработки сырья и производства продукции на предприятии.

Положительную динамику чистого дохода имеют только половина исследуемых ресторанов. Отдельные предприятия несут убытки, и даже сокращение общей численности работников и работников производства не позволили им получить прибыль. Однако, несмотря на убытки по результатам развития на 16,6% от общего количества исследуемых ресторанов существует реальная возможность получить положительную динамику в будущем. Убытки на данных предприятиях не превысили 1% к товарообороту, в то время как себестоимость выросла на 90%, численность работников увеличилась на 75%, а валовой доход – на 89%. При этом отмечается рост удельного веса оборота по продукции собственного производства в товарообороте. Все это позволяет предположить, что в дальнейшей деятельности отдельные предприятия смогут получить прибыль при условии, если численность работников не будет увеличиваться, и не будет расти себестоимость продукции.

При изучении любого явления во времени анализируется интенсивность изменений и рассчитываются средние величины динамики. Для характеристики интенсивности этих изменений во времени также используют метод средних величин: 1) абсолютный прирост; 2) темпы роста; 3) темпы прироста; 4) абсолютное значение одного процента прироста.

Рассчитанные методом средних величин базисные темпы роста представлены в таблице В.5 (прил. В). Полученные результаты свидетельствуют о росте товарооборота на одного человека и увеличении выработки на одного работника предприятия. Положительные тенденции имеют также товарооборот на одно место и на одно предприятие. Однако товарооборот на одну грн. заработной платы в 2014 г. снизился по сравнению с базовым периодом, что обусловлено сложившимися социально-политическими событиями в стране. Темпы снижения отмечаются и по количеству предприятий ресторанного бизнеса, и по числу мест на них. Это все привело к увеличению нагрузки на одно предприятие и на одно место. Но процесс роста показателей не может быть бесконечным, а в нашем случае его увеличение нельзя считать положительным, потому что количество потребителей на одно место и на одно предприятие растет при снижении общего количества

мест и заведений, что может отрицательно сказаться на качестве предлагаемых продукции и услуг.

Вместе с тем, лучше всего динамика прослеживается по цепным темпам роста (прил. В., табл. В.6), которые позволяют увидеть ускорение или замедление процессов, определить стабильность изменений или хаотичность развития. И на основании таких данных появляется реальная возможность разрабатывать мероприятия по регулированию деятельности и прогнозированию развития ресторанного бизнеса.

Достаточно распространенным в анализе развития является индексный метод. Он позволяет не только сопоставить уровни исследуемого явления, но и определить экономическое значение причин, объясняющих абсолютное расхождение сравниваемых уровней [277]. В целом рассчитывается индивидуальный индекс роста, например, товарооборота. Формула имеет вид:

$$i_Q = Q_1 / Q_0, \quad (2.1)$$

где  $Q_1$  – уровень товарооборота ресторанного бизнеса в отчетном периоде,

$Q_0$  – уровень товарооборота ресторанного бизнеса в базовом периоде.

Аналогичным образом индексы рассчитываются для каждого из показателей, характеризующих развитие ресторанного бизнеса.

На уровне отдельных предприятий ресторанного бизнеса можно просчитывать некоторые зависимости показателя от факторов среды. Примером служит двухфакторная индексная мультипликативная модель товарооборота (или любого другого показателя). В частности, сумма товарооборота определяется стоимостью товара ( $p$ ) и количеством его реализации в натуральном выражении ( $q$ ). Тогда индексы цен  $i_p$  и количество реализованных продуктов –  $i_q$  будут определяться:

$$i_p = P_1 / P_0 ; i_q = q_1 / q_0, \quad (2.2)$$

где  $p_1$  и  $p_0$  – цены на продукты в исследуемом и базовом периодах, грн.;

$q_1$  и  $q_0$  – количество реализованных продуктов в исследуемом и базовом периодах, ед., шт., кг.

С аналитической точки зрения  $i_q$  отображает изменение общей суммы товарооборота под влиянием изменения объема реализации продуктов в натуральных единицах. Аналогично  $i_p$  показывает степень изменения товарооборота под влиянием изменения цен на продукты. Очевидно тогда, что

$$i_Q = i_q \cdot i_p, \text{ или } Q_1 = Q_0 \cdot i_q \cdot i_p. \quad (2.3)$$

Так, изменение товарооборота с 20 тыс. грн. в базовом периоде в кафе «Буфет» до 28,3 тыс. грн. в 2013 г. объясняется увеличением реализации продуктов на 2,5% и цен – на 38%, тогда

$$28,3 = 20 \cdot 1,025 \cdot 1,38 \text{ тыс.грн.}$$

Прирост товарооборота составил 8,3 тыс. грн. по причине изменения объема реализации продуктов и цен на них. Прирост товарооборота за счет изменения объема реализации продуктов (в натуральном выражении) составил:

$$\Delta Q(q) = Q_0 \cdot (i_q - 1) \quad (2.4)$$

или

$$\Delta Q(q) = 20 \cdot (1,025 - 1) = 0,5 \text{ тыс.грн.}$$

А изменения за счет цен на продукты определяются по формуле:

$$\Delta Q(p) = (Q_1 - Q_0) - \Delta Q(q) = Q_1 - Q_0 \cdot i_q = Q_0 \cdot i_q \cdot (i_p - 1) \quad (2.5)$$

или

$$\Delta Q(p) = 20 \cdot 1,025 \cdot (1,38 - 1) = 7,79 \text{ тыс.грн.}$$

Общий прирост ( $\Delta Q$ ) товарооборота состоит из приростов, которые объясняются отдельно каждым из факторов, то есть

$$\Delta Q = Q_1 - Q_0 = \Delta Q(q) + \Delta Q(p) \quad (2.6)$$

$$\Delta Q = 28,3 - 20 = 0,5 + 7,79 = 8,3 \text{ тыс.грн.}$$

Однако представленный выше расчет определения прироста не является единственным в своем роде. Его можно определить и другим путем, а именно:

$$\Delta Q(q) = Q_0 \cdot i_p \cdot (i_q - 1) \text{ и } \Delta Q(p) = Q_0 \cdot (i_p - 1) \quad (2.7)$$

Получается

$$\Delta Q(q) = 20 \cdot (1.38 - 1) = 0.69 \text{ тыс.грн.}$$

$$\Delta Q(p) = 20 \cdot 1.38 \cdot (1.025 - 1) = 0.69 \text{ тыс.грн.}$$

Выбор формы разложения общего прироста итога определяется конкретными в определенный момент времени условиями развития предприятия и исследуемого показателя. В нашем расчете – конъюнктурой спроса и предложения. Однако в современной экономической практике чаще всего преобладает первый подход, который позволяет сначала выяснить взнос в общий прирост количественного фактора при базисном уровне качественного признака (цены), а потом уже степень влияния качественного фактора в расчете на отчетный уровень количественного показателя (объема  $q$ ).

Таким же образом можно проследить влияние на изменение товарооборота количества реализованных продуктов и рост (сокращение) численности производственных работников, уровня нагрузки на работников и др.

В ранних исследованиях экономистами использовался ряд методов определения обобщающих показателей хозяйственной деятельности ресторанного бизнеса на основе трудовых затрат: по нормативной стоимости обработки выпускаемых изделий; по коэффициентам трудоемкости продукции в натуральном выражении; по трудоемкости обработки сырья и др. [136; 137; 138]. Но они оказались несостоятельными в силу ряда объективных причин, что не позволило их использовать для достоверного анализа в периоды перестройки и формирования рынка.

Следует согласиться с А. И. Кочергой относительно нецелесообразности применения метода планирования на основе нормативной стоимости обработки кулинарной продукции [137, с. 196]. Отличие нашей точки зрения заключается только в том, что ученый рассматривал метод относительно условий социалистической плановой экономики и командно-административных методов управления, а мы рассматриваем этот метод применительно к условиям трансформационных рыночных изменений. Анализ показал, что данный метод достаточно сложно было использовать в условиях перестройки, и не менее сложно в современный период

развития рыночных отношений. Причина, сдерживающая его использование, заключается в широте ассортимента продукции и услуг в ресторанном бизнесе. Данное обстоятельство не позволяет широко применять и метод определения основного экономического показателя с использованием коэффициентов трудоемкости выпускаемой продукции в натуральном выражении. Причиной является то, что трудоемкость выпуска одной и той же продукции разная даже в пределах одного предприятия из-за использования полуфабрикатов различной степени готовности или сырья, варианта рецептуры, веса основной части блюда и др.

В условиях современных процессов отмеченная методика не целесообразна для применения еще и по причине устаревших коэффициентов трудоемкости, которые не пересматривались более 20 лет. Они не учитывают степень механизации труда, сложившуюся в ресторанном бизнесе в современных условиях, а также специфику производственной деятельности различных типов предприятий.

В экономической литературе неоднократно представлялись разные методики расчета определения численности населения, пользующегося услугами ресторанного бизнеса. Одни авторы предлагали охват населения услугами ресторанного бизнеса определять исходя из определенных коэффициентов потребления блюд на предприятиях [136; 165]. Другие – использовать методику определения средней стоимости покупки продукции и услуг одним потребителем на предприятиях питания [65; 233]. Но обе оказались несовершенными. Первая из-за того, что нельзя человека обязать покупать определенное количество блюд на предприятии, а в современных условиях просто невозможно предположить – сколько же дней в году человек будет пользоваться услугами ресторанного бизнеса и каких именно типов предприятий.

Авторы второй методики в большей степени оказываются правы, если определять количество пользующихся услугами предприятий закрытой сети. Но и эти расчеты также можно принимать с определенной долей условности. Отмеченная же методика полностью не подходит для сети общедоступных заведений ресторанного бизнеса. Поэтому такой показатель как стоимость средней покупки при расчете

количества потребителей целесообразно применять только к конкретному отдельно взятому предприятию, потому что система ценообразования и уровень наценки принимаются сегодня предприятием самостоятельно и ориентируются они, как правило, на небольшую долю постоянных потребителей.

Можно, конечно, определять численность населения, пользующегося услугами закрытой и общедоступной сети по методике, предложенной В. И. Карсекиным [268]. Но в условиях нестабильной среды осуществлять это нецелесообразно по следующим причинам: 1) широкое разнообразие ценового фактора в рамках даже одного типа предприятий; 2) ориентация цен и ассортимента продукции и услуг на потребителей, как правило, с высоким уровнем доходов; 3) большой «разбег» (неравномерность посещения) количества потребителей по дням недели, месяцам, в течение года; 4) несоответствие между уровнем роста цен и доходов, а в силу этого – нацеленность потребителей пока все еще на организацию домашнего питания.

Разработка прогнозов развития ресторанного бизнеса осуществляется с помощью других методов с использованием сложных экономических моделей, построенных математическими методами на основе обработки больших массивов статистической информации до простых предположений. Прогнозы готовятся на основе имеющегося на предприятии различных видов потенциала, чаще всего они базируются на производственном и финансовом потенциале. Для ресторанного бизнеса, где основная масса предприятий являются малыми и микро, наиболее целесообразным видится простое предположение, потому что количество информации ограничено, а использование ее большого объема характерно только для крупных предприятий и масштабных проектов, что не соответствует ресторанному бизнесу.

Уровень производственного потенциала ресторанного бизнеса оценивается экспресс или детализированным методами по разным направлениям исследования (прил. Г, табл. Г.1). Экспресс-оценка уровня производственного потенциала предполагает рассмотрение нескольких базовых обобщающих показателей оценки

каждой составляющей. Детализированная оценка позволяет использовать значительно большее количество аналитических показателей.

Методика исследования производственного потенциала ресторанного бизнеса должна включать следующие основные этапы: 1) определение уровня производственного потенциала и его характеристику; 2) разработка обобщающих и случайных показателей оценки эффективности использования производственного потенциала по видам (основные и оборотные фонды, трудовые ресурсы и др.); 3) определение границы значений показателей, представленных в пункте 2 с учетом уровня производственного потенциала, определенных в пункте 1; 4) присвоение каждому значению показателя, который попал в интервал, определенный в пункте 3, балльной характеристики; 5) определение минимального и максимального значения балльной шкалы в пределах определенной группы показателей; 6) присвоение интервалам, определенным в пункте 3, балльных значений, используя метод экспертной оценки; 7) определение экспертным путем значимости каждой составляющей в зависимости от региональной принадлежности предприятия и с учетом специфики ресторанного бизнеса для определения итогового уровня валового продукта субъекта хозяйствования.

Данная методика имеет, исходя из сказанного, основное преимущество – универсальность. Это позволяет использовать ее для комплексного изучения тенденций развития на различном иерархическом уровне. Структурированность методики позволяет четко сформулировать и выделить первоочередные вопросы, которые подлежат решению в управлении производственным потенциалом; доступность для понимания полученных результатов персоналом различных уровней управления.

Относительно финансового потенциала оптимальная методика его определения состоит в: 1) установлении его и их характеристике; 2) оценке финансового потенциала по имеющимся на предприятии финансовым показателям. 3) изучении финансового потенциала по критерию «возможности привлечения дополнительного капитала», так называемая степень инвестиционной привлекательности, что

определяется степенью привлекательности ресторанный бизнеса для потенциальных инвесторов. Оценка инвестиционной привлекательности ресторанный бизнеса может быть представлена в виде схемы (рис. 2.3).

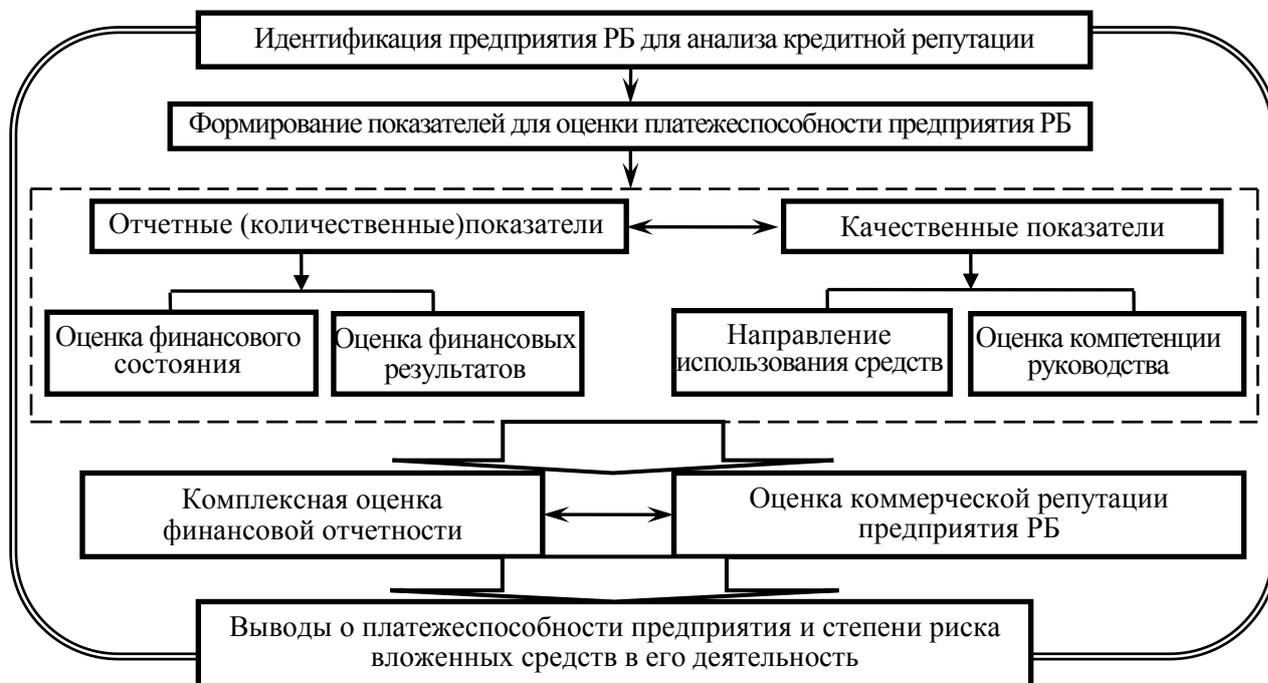


Рисунок 2.3 – Схема определения инвестиционной привлекательности предприятия ресторанный бизнеса

Таким образом, систематизация методологического инструментария исследования ресторанный бизнеса включает различные методы, классифицированные по возможности разработки управленческих решений, по виду отражения конечных результатов; по способу оценки; по направлению формирования информационной базы; по соотношению объективных и субъективных начал; по параметрам, определяющим состояние ресторанный бизнеса на перспективу на основе методов стратегического анализа, а также базируется на общих методах: сравнения, индексного, средних и относительных величин и анализе методик исследования ресторанный бизнеса. Отличительной чертой предложенной систематизации является обеспечение их комплексного взаимосвязанного применения

для выявления причин неудовлетворительного состояния и разработки направлений эффективного развития ресторанного бизнеса на перспективу;

Однако проведенные исследования показывают, что в большинстве случаев возникают определенные трудности в применении большинства методов. Основной причиной является неполная информация, а в некоторых случаях – ее полное отсутствие. Вследствие закрытости финансовой и некоторых других видов информации, которые предприятия необоснованно относят к «коммерческой тайне», методы, основанные на количественных оценках, имеют пока ограничение для использования. Имеющаяся же в распоряжении информация не всегда может охарактеризовать действительное состояние дел в ресторанном бизнесе или на конкретном предприятии из-за сложности в сопоставлении разнородных данных. Исходя из этого, в исследованиях необходимо использовать в комплексе и количественные, и качественные параметры, экспертные и потребительские оценки, что определяется конкретными целями исследования.

## **2.2. Система показателей результативности управления развитием ресторанного бизнеса**

В теории управления развитием важным направлением является формирование соответствующей системы показателей результативности управления в условиях рыночных изменений в экономике. Эта задача становится еще более актуальной в связи с необходимостью повышения эффективности развития ресторанного бизнеса как самостоятельной системы торгово-производственного комплекса и важного сектора экономики Украины.

Научное обоснование системы показателей результативности управления развитием ресторанного бизнеса требует разработки общих методологических положений, использование которых для прогнозирования развития всей сферы

деятельности будет способствовать повышению народнохозяйственной эффективности.

Ряд авторов [51; 211; 260; 263; 271; 297 и др.] предлагают различные системы показателей для оценки деятельности, базирующиеся на классификационных признаках [35]. Но как самостоятельные и независимые друг от друга, они являются системами показателей, которые характеризуют фактическое состояние, достигнутое благодаря определенным, ранее запланированным, мероприятиям. Каждая из групп показателей используется для анализа хозяйственной деятельности на уровне предприятия и в таком виде для диагностики достигнутого состояния развития отрасли не может применяться в силу отсутствия взаимосвязей и взаимозависимостей между отдельными показателями. Объяснением служит то, что принимая определенную систему показателей, исследователи ставили разные цели, что и обусловило соответствующие подходы к выбору элементов (табл. 2.4).

Таблица 2.4 – Цели анализа при выборе показателей развития ресторанного бизнеса

Авторы 1	Цель исследования 2
Л. Е. Басовский [52]	Формирование аргументированного базиса для оценки состояния и перспектив предприятия
Бок Зи Коу [62]	Совершенствование планирования деятельности предприятий питания для достижения наилучших народнохозяйственных результатов
А. И. Кочерга [132; 135]	Решение задач по увеличению выпуска продукции высокого качества и разнообразного ассортимента предприятиями питания
Г. В. Савицкая [227]	Определение эффективности хозяйственной деятельности
С. В. Теряева [269]	Выявление тенденций развития отрасли, причинно-следственных связей, раскрытия резервов дальнейшего развития сферы питания
А. А. Томпсон, А. Дж. Стрикленд [271]	Разработка стратегии и выводов о привлекательности для вложения средств предприятия в реализацию данной стратегии
А. Фейгенбаум [281]	Качество – залог успеха и основное условие, которое определяет увеличение объема продукции предприятиями питания. Эффективная организация

Продолжение таблицы 2.4

1	2
	производства, выпуск продукции надлежащего качества, снижение затрат на качество
Б. Г. Шелегеда [306]	Получение достоверной и объективной информации для управления качеством общественного питания

Так отдельные авторы сосредоточили свое внимание только на экономических показателях [52; 138; 227; 271 и др.]. С. В. Теряева в большей степени упор делает на показатели, характеризующие только степень социальной отдачи ресторанного бизнеса [269]. Бок Зи Коу определяет, что особенность ресторанного бизнеса заключается в том, что социально-экономическая эффективность зависит не только от качества продукции, но и от культуры обслуживания, в результате чего вместе с экономическими показателями в комплексной оценке деятельности предприятий должен присутствовать и показатель качества обслуживания [58; 59]. Группа экономистов [281; 306] рассматривает только показатели качества без взаимосвязи с экономическими критериями и т.п. Как видим, авторы концентрируют свое внимание исключительно на какой-то одной группе показателей, что характеризует полученные ими результаты исследования как не полные.

Таким образом, трансформация целей деятельности ресторанного бизнеса и отсутствие системного и комплексного подхода к проблеме формирования системы показателей результативности управления развитием ресторанного бизнеса обуславливают в современных условиях сохраняющуюся актуальность решения задачи, связанной с построением такой системы показателей.

До настоящего времени экономисты, занимающиеся проблемами развития ресторанного бизнеса, не проводили исследований, применяя во взаимосвязи экономические показатели и показатели качества услуг, не использовался комплексный трехмерный подход. Это выступает важным моментом в определении достигнутого уровня и планировании дальнейших направлений развития исходя из специфических особенностей ресторанного бизнеса. Поэтому при формировании системы показателей мы исходим, прежде всего, из количественно-качественного трехмерного подхода, который формирует потенциал будущей деятельности ресторанного бизнеса и

обуславливает высокую эффективность его функционирования. При разработке системы показателей результативности управления развитием учтены отраслевые специфические особенности. Также одновременно нашли применение при формировании данной системы целевой, системный и комплексный подходы, учтены взаимосвязи и взаимоопределяющий характер разноуровневых элементов.

Системность позволяет рассматривать показатели, характеризующие результативность развития ресторанного бизнеса, как единую систему, элементы которой взаимозависимы между собой и органически связаны с другими в рамках всего народного хозяйства. Внутри системы показателей результативности управления развитием ресторанного бизнеса соблюдается определенная их соподчиненность.

Комплексность предполагает одновременный учет социально-экономического значения отрасли, результатов хозяйственной деятельности предприятий ресторанного бизнеса и качества предлагаемых услуг.

Требования целевого подхода с учетом деятельности ресторанного бизнеса, включающей все фазы воспроизводства, обуславливают постановку различных задач на разных этапах развития в рамках определенной фазы воспроизводства (прил. Д, табл. Д.1). Это свидетельствует о том, что в период развития общества и в ресторанном бизнесе видоизменялись цели деятельности. А, соответственно, при оценке уровня развития в оценочные показатели закладывалась степень соответствия поставленной цели уровню ее достижения.

При таких изменениях на современном этапе приоритетной стала задача наиболее полного удовлетворения спроса и потребностей населения в различных услугах ресторанного бизнеса. Исходя из этого, разработка системы показателей результативности управления развитием ориентируется на основное целевое назначение отрасли и ее значение в жизни современного человека и страны в целом.

Формирование системы показателей результативности управления развитием ресторанного базируется на сопоставлении показателей результатов с затратами, а не наоборот – для обоснованных и эффективных управленческих решений. Это обусловлено существованием между ними причинно-следственной связи: результат

выступает как следствие, а затраты – как причина. Т.е. в основе получения определенных результатов заложены затраты на их достижение.

С одной стороны, осуществляется диагностика результативности деятельности ресторанного бизнеса в процессе выполнения своей роли в системе общественного разделения труда. С другой, оценка целесообразности использования различных видов ресурсов, находящихся в распоряжении ресторанного бизнеса. Поэтому принцип максимизации результатов при оптимизации затрат остается актуальным и в современных условиях.

Сопоставление показателей результатов с затратами чаще всего определяется уровнем управления развитием (на уровне предприятия, объединения, отрасли, страны). Однако это не означает, что оценка и планирование на каждом управленческом уровне развития должны строиться на основе разных исходных данных. Отчасти это обуславливается вполне объективными причинами – отсутствием необходимой экономической информации. Следует также учитывать, что между соответствующими показателями различных иерархических уровней существует взаимозависимость и взаимосвязь.

Исходя из изложенного, система показателей результативности управления развитием должна базироваться на существующих показателях учета, анализа, прогнозирования, планирования и контроля, адаптированных к условиям деятельности и социально-политической ситуации. В противном случае предлагаемые показатели не будут иметь практического применения.

Управление развитием ресторанного бизнеса предполагает проведение предварительного исследования по следующим этапам: диагностика достигнутого уровня развития с выявлением степени влияния факторов внешней и внутренней среды и определением потенциальных возможностей дальнейшего становления; анализ имеющейся информации на предмет наличия показателей, которые позволяют оценивать результаты деятельности; прогнозирование эффективных направлений дальнейшего развития и разработка конкретных планов; реализация планов развития исходя из базовых условий деятельности и достигнутого уровня; контроль за

реализацией программ (планов) развития и своевременная их корректировка (управленческое воздействие) с учетом сложившихся экономических условий.

Диагностика достигнутого уровня развития строится на комплексном изучении современного состояния развития ресторанного бизнеса. В свою очередь это предусматривает систематизацию показателей, потому что совокупность показателей, какой бы исчерпывающей она не была, без учета их взаимосвязи, соподчиненности не может дать действительно полного представления об эффективности хозяйственной деятельности и не позволяет разработать эффективные направления развития. Это обуславливает необходимость установления взаимосвязи конкретных данных по различным видам деятельности и объединения их в единой комплексной системе.

Анализ сводится к всестороннему и глубокому изучению экономической и социальной деятельности ресторанного бизнеса для отображения эффективности производственных, торговых и других хозяйственных процессов, получению информации о наличии в распоряжении различных ресурсов. Одновременно изучаются причины изменения показателей, выясняются взаимосвязи между ними. Анализ многогранен и в его основу закладываются конкретные цели и задачи.

Уровень развития ресторанного бизнеса характеризуется степенью удовлетворения индивидуальных потребностей человека в продукции и услугах ресторанного бизнеса, рассматриваемую во взаимосвязи с развитием ее вещественных элементов. Уровень развития ресторанного бизнеса в самом общем виде будет иметь вид многомерного вектора, компоненты которого характеризуют различные стороны его состояния, условия развития и определяются частными показателями:

$$X = (x_1, x_2, x_3) \quad (2.8)$$

Совокупность этих показателей образует четкую систему и дает полное всестороннее представление о предмете исследования.

Системе показателей присущи две основные черты: многосторонность воспроизводства предмета изучения; органичная взаимосвязь отдельных показателей.

Социальная направленность деятельности ресторанного бизнеса обуславливает необходимость принимать во внимание при оценке результативности его развития и прогнозировании не только экономическую сторону деятельности, но также и степень осуществления ресторанным бизнесом своей социальной функции – удовлетворение индивидуальных потребностей населения в конкретных потребительных стоимостях, а также удовлетворение потребности государства в качественном воспроизводстве рабочей силы. Результативные показатели деятельности ресторанного бизнеса должны достигаться в условиях одинаково высокого уровня качества услуг во всех рыночных сегментах и рыночных нишах.

Исходя из изложенного выше, для определения достигнутого уровня развития предлагается система, которая содержит три взаимозависимые и взаимоопределяющие группы показателей (рис. 2.4): показатели, характеризующие конечные результаты торгово-производственной деятельности ресторанного бизнеса; показатели, позволяющие оценить степень его социальной отдачи (полезности); показатели, характеризующие условия, в которых осуществляется деятельность ресторанного бизнеса.

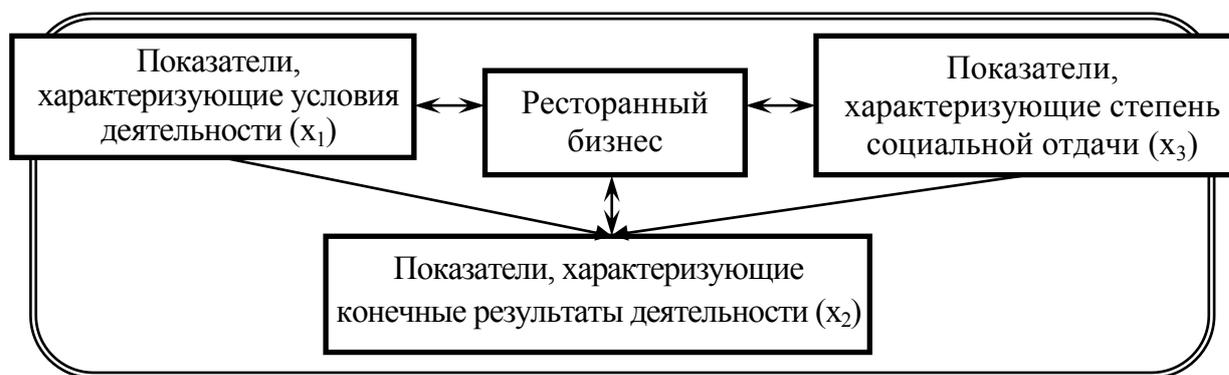


Рисунок 2.4 – Составляющие системы показателей результативности управления развитием ресторанного бизнеса

Конечные результаты торгово-производственной деятельности характеризуются совокупностью стоимостных и натуральных показателей. Важным стоимостным показателем оценки результативности управления развитием ресторанного бизнеса

продолжает оставаться величина розничного товарооборота, которая является концентрированным итогом его деятельности и отражает различные ее аспекты.

Показатель товарооборота характеризует деятельность по доведению продуктов питания в сферу личного потребления. Через него получают общественное признание стоимость и потребительная стоимость. Выражая реализованную часть совокупного общественного продукта, показатель товарооборота позволяет сравнить экономические интересы общества, предприятия, отдельно конкретной личности и тем самым отражает взаимосвязи ресторанного бизнеса в системе народного хозяйства.

Динамика показателя товарооборота ресторанного бизнеса отображает основные тенденции развития, изменение численности населения, пользующегося его услугами, переход от питания в домашних условиях к общественно организованному, изменение качества продукции и услуг, уровень воспроизводства рабочей силы.

Данные таблицы 2.5 свидетельствуют об относительно положительной динамике роста товарооборота ресторанного бизнеса в стране и в Донецкой области за последние годы с периодами спада и подъема (до 2013 г. включительно). С 2000 г. темпы изменения стали выше. Однако это совсем не свидетельствует о повышении уровня удовлетворения потребностей населения в услугах питания. 2014 г. как в Украине, так и в Донецкой области характеризуется отрицательными темпами роста – (-8,1%) и (-60,2%) соответственно в силу наличия сложной социально-политической ситуацией в стране и на Востоке Украины в частности.

Показатель товарооборота отражает в определенной степени социальный аспект деятельности ресторанного бизнеса, а именно – степень влияния предприятий отрасли на изменение образа жизни и социальное развитие общества. Он характеризует уровень удовлетворения динамичных потребностей людей, в определенной степени отражает степень развития экономики страны и отвечает требованиям основного экономического закона.

Таблица 2.5 – Динамика товарооборота ресторанного бизнеса в Украине и Донецкой области

Показатели	Годы											Удельный вес		
	2000	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2014 к 2010	2014 к 2012	2014 к 2013
Товарооборот РБ, млрд. грн.	млрд. грн											в сопоставимых ценах, %		
Украина	2,1	4,3	5,2	6,6	8,4	9,1	9,5	11,4	12,6	12,9	10,9	80,2	67,2	91,9
Донецкая область	0,18	0,4	0,74	0,6	0,75	0,71	0,84	0,97	1,04	1,04	0,5	41,7	38,8	39,8
Удельный вес товарооборота ресторанного бизнеса Донецкой области в товарообороте РБ Украины, %	8,6	9,3	14,2	9,1	8,9	7,8	8,8	8,5	8,1	8,1	4,6			
Рост товарооборота ресторанного бизнеса, %	В сопоставимых ценах													
Украина	в 2 р.	139,4	110,8	112,5	101,7	93,5	95,4	111,1	109,9	102,7	91,9			
Донецкая область	в 2,5 р.	150,8	165,0	71,8	100,8	80,1	107,7	106,2	105,6	99,2	43,0			

\* Рассчитано по данным [84; 219, с.12-13; 221, с.12; 223, с.7,12; 253, с. 74, 285; 257, с. 66, 250; 272, с.9]

Сопоставление показателей охвата населения услугами ресторанного бизнеса и доли, которую он занимает в розничном товарообороте торговли по стране, также в определенной степени характеризуют уровень развития ресторанного бизнеса (табл. 2.6).

Таблица 2.6 – Динамика изменения охвата населения услугами питания

Годы	Население, млн. чел.	Товарооборот ресторанного бизнеса на одного чел. в год, (грн.)	Уд. вес ресторанного бизнеса в розничном товарообороте торговли, %	Уд. вес ресторанного бизнеса в розничном товарообороте торговли продовольственными товарами, %
2000	48,5	43,18	7,3	14,0
2001	48,5	52,2	7,4	14,7
2002	48,0	57,7	7,0	14,5
2003	47,6	63,1	6,0	13,1
2004	47,3	74,5	5,2	11,9
2005	46,9	92,3	4,9	10,9
2006	46,6	111,7	4,0	10,5
2007	46,4	141,2	3,7	10,5
2008	46,1	181,8	3,4	10,0
2009	46,0	176,2	3,5	8,8
2010	45,8	207,6	3,4	8,6
2011	45,6	249,3	3,2	8,3
2012	45,6	275,4	3,1	7,8
2013	45,4	284,9	3,0	7,3
2014	42,9	253,7	2,5	6,0

\* Рассчитано по данным [96; 2220, с. 9; 253, с. 171, 152; 255, с. 271-273; 257, с. 255, 259, 320;]

Если судить об охвате населения питанием по доле, которую занимает оборот ресторанного бизнеса в общем розничном товарообороте торговли продовольственными товарами, то по состоянию на 01.01.2015 г. он оказался более чем в 2,0 р. ниже, чем в 2000 г. Это объясняется тем, что в современных экономических условиях меньшая доля населения стала пользоваться услугами ресторанного бизнеса по вполне объективным причинам.

На разных ступенях развития общества темпы изменения доходов населения и товарооборота ресторанного бизнеса также были разными (рис. 2.5). Период 2000-2005 гг. характеризуется резким падением темпов роста доходов населения, которые замедляются с 2005 г. В ресторанном бизнесе падение темпов роста товарооборота

значительно ниже темпов падения доходов у населения, хотя такая тенденция сохраняется и до настоящего времени.

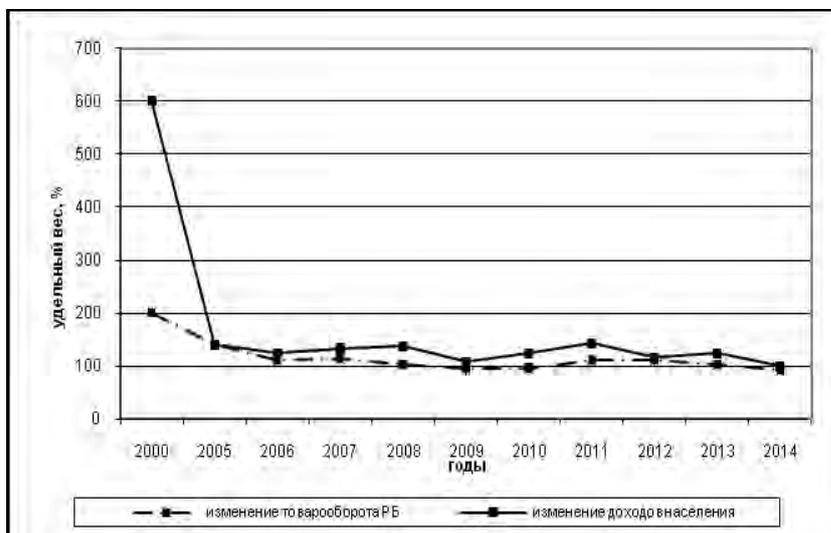


Рисунок 2.5 – Темпы изменения доходов населения и товарооборота ресторанного бизнеса

Анализ полученных результатов свидетельствует о недостаточной информированности населения о важности правильно организованного питания в ресторанном бизнесе, не высоком уровне качества его продукции и услуг, о кризисных явлениях в экономике, проявляющихся периодически, и не способствующих привлечению постоянных потребителей на предприятия ресторанного бизнеса. Также это является свидетельством того, что ресторанный бизнес за период перестройки и становления нового государства потерял свои приоритеты и «сдал» позиции, которые были заняты в период вплоть до 1986 г. включительно.

Анализ динамики изменения товарооборота ресторанного бизнеса показывает, что данный сектор экономики пытался активно «включаться» в процесс ускоренного развития, но уровень 1986 г. достичь так и не смог в силу периодического возникновения кризисных явлений в социально-политической жизни страны (табл. 2.7). Пока все еще отсутствуют достаточно веские аргументы у потребителей в пользу замены домашнего питания питанием в ресторанном бизнесе. Увеличение же доли

товарооборота розничной торговли в ВВП только подтверждает факт увеличения реализации товаров через торговую сеть, а не через предприятия питания.

Таблица 2.7 – Характеристика социального аспекта деятельности ресторанного бизнеса \*

Годы	Темпы роста доходов населения, %	Темпы роста товарооборота ресторанного бизнеса, %	Удельный вес товарооборота ресторанного бизнеса в ВВП, %	Удельный вес товарооборота торговли в ВВП, %	Затраты населения на продукты питания в общих затратах, в т.ч. на РБ, %
2000	131,1	107,2	1,21	15,7	12,5
2001	122,7	94,3	1,23	15,6	11,7
2002	117,1	119,7	1,24	16,4	9,5
2003	96,6	101,8	1,12	17,5	8,5
2004	120,3	107,0	1,0	18,6	6,8
2005	128,7	139,4	1,0	20,4	5,0
2006	113,4	110,8	1,0	22,9	4,0
2007	117,8	112,5	0,9	24,1	3,5
2008	108,4	101,7	0,9	25,2	2,2
2009	91,2	93,5	0,9	24,4	2,2
2010	112,8	95,4	0,9	24,1	1,9
2011	106,5	111,1	0,8	25,1	1,7
2012	102,8	109,9	0,9	26,8	1,6
2013	101,2	102,7	0,8	27,6	1,5
2014	94,5	91,9	0,8	27,0	1,4

\* Рассчитано по данным [96; 276, с. 11, 14; 252, с. 31, 152, 200; 255, с. 30, 68, 265, 342, 375; 257, с. 31, 43, 35, 179, 243, 250, 340, 372, 381]

Однако о результативности управления развитием ресторанного сегодня недостаточно судить только по результатам работы предприятий, получивших отражение в статистике (т.н. юридическим лицам). Необходимо определять масштабы деятельности всех без исключения предприятий, вне зависимости от того, в чьем ведомственном подчинении они находятся, какую форму собственности имеют и как реализуют свою продукцию. Деятельность любых предприятий ресторанного бизнеса должна находить отражение в отчетных материалах статистики.

В современных условиях полностью отсутствует какая-либо информация об объеме питания населения через учреждения социально-культурного типа и предприятия питания, организующие питание организованных контингентов. Наблюдения

автора показывают, что основная часть питания, организуемого в социально-культурных учреждениях, сводится только к потреблению покупных товаров в виде мороженого, алкогольных и безалкогольных напитков, снежков, кондитерских изделий, иногда – бутербродов. Что совсем не отвечает требованиям рациональной организации питания потребителей в учреждениях данной направленности.

Представленные аргументы свидетельствуют о том, что только товарооборот недостаточно рассматривать в качестве показателя результативности управления развитием ресторанного бизнеса. Вместе с тем, значение его выходит за пределы отрасли, потому что товарооборот ресторанного бизнеса выступает одновременно важной социальной составляющей и характеризует уровня жизни населения.

Основным недостатком товарооборота ресторанного бизнеса в качестве самостоятельного оценочного показателя является его синтетический характер, обусловленный его сущностью как стоимостного элемента. Характеристика деятельности ресторанного бизнеса одним показателем товарооборота может стимулировать только к увеличению выпуска продукции из дорогого сырья в ущерб дешевому, но трудоемкому, к реализации продукции не через залы, а «на вынос», с меньшими расходами. Чтобы уменьшить это негативное явление, диагностику, оценку, анализ, а также прогнозирование и планирование развития целесообразно осуществлять в разрезе составных частей товарооборота и товарной структуры, дополняя стоимостные показатели – натуральными.

Несмотря на отрицательные моменты в использовании товарооборота в качестве самостоятельного оценочного показателя в ресторанном бизнесе, следует отметить, что простота расчетов, высокая информативность, разнообразие выполняемых функций закрепляют за ним ведущее место в современных условиях в оценке результативности управления развитием ресторанного бизнеса и принятии управленческих решений по повышению эффективности развития, но не как самостоятельного, а как структурного элемента комплексной системы показателей.

В ресторанном бизнесе осуществляется учет оборота по продукции собственного производства. Его использование как оценочного, с одной стороны, объективно

ориентирует производителя на создание мелких производств и цехов на небольших по вместимости предприятиях, что приводит к увеличению общественно-необходимых затрат времени на приготовление пищи, не рациональное использование различных видов ресурсов, проблемы с утилизацией пищевых отходов. А высокая трудоемкость производства, в свою очередь, обуславливает более высокую стоимость готовой продукции. Большинство руководителей предприятий, понимая это, сегодня уходят от производства некоторых групп полуфабрикатов, покупая их у поставщиков-производителей или поставщиков-посредников. Таким образом, снижая трудоемкость выпускаемой продукции, рационально используются площади помещений, а также разнообразное оборудование, имеющееся в наличии, различные виды ресурсов.

С другой стороны, удельный вес товарооборота по продукции собственного производства отображает долю переработанной продукции на предприятии, призванной удовлетворять различные потребности населения. Чем выше его доля в общем товарообороте, тем большее количество новой и нужной продукции и услуг будет предложено потребителям. Однако как самостоятельный этот показатель недостаточно характеризует фактический уровень развития ресторанного бизнеса, что объясняет логику его отсутствия в статистической отчетности.

Таким образом, оценка деятельности ресторанного бизнеса с помощью самостоятельного показателя оборота по продукции собственного производства также не может в полной мере охарактеризовать сформировавшийся уровень потребностей трудящихся и вступает в противоречие с объективным процессом концентрации производства продукции на предприятиях пищевой промышленности и на заготовочных предприятиях ресторанного бизнеса. Данный факт подчеркивает то, что показатель оборота по продукции собственного производства в качестве самостоятельного элемента не может полностью отразить сущность торгово-производственного процесса в ресторанном бизнесе, а характеризует только специфическую часть общего товарооборота, которая выделяется исходя из внутренних потребностей учета. Поэтому в современных условиях использование одного данного показателя также не целесообразно. Применение его должно

осуществляться во взаимосвязи с другими показателями комплексной системы показателей результативности управления развитием ресторанного бизнеса.

Месторасположение предприятий питания позволяет выделять товарооборот общедоступной сети, предприятий питания по месту работы и обучения, расположенных при культурно-массовых учреждениях, гостиничных комплексах и др. Но сложность оценки заключается в том, что данный показатель самостоятельно в статистической отчетности никогда не выделялся, что ограничивает диагностику и не позволяет в полной мере прослеживать тенденции в развитии различных рыночных сегментов ресторанного бизнеса, а также разрабатывать реальные планы, ориентированные на особенности удовлетворения специфического спроса в каждом отдельном рыночном сегменте. Для разработки прогнозов конкретных рыночных сегментов необходимы специальные маркетинговые исследования, которые сами по себе являются достаточно трудоемкими и дорогостоящими.

Не точным, а, соответственно, и нецелесообразным в современных условиях выступает используемый ранее обобщающий показатель – условный оборот. Он рассчитывался на основе нормативов трудоемкости обработки и реализации отдельных групп сырья. Однако устаревшие нормативы и широта ассортимента вырабатываемых полуфабрикатов и используемого сырья сдерживают его применение для определения результативности управления развитием ресторанного бизнеса. К тому же, продукция ресторанного бизнеса ни по весу, ни по структуре ее составных компонентов не является стабильной. Одно и то же блюдо на разных предприятиях может быть приготовлено по разным рецептурам, что, соответственно, обуславливает их разную трудоемкость и сложность учета.

Нельзя согласиться с А. И. Кочергой [138, с. 204] по вопросу того, что коэффициенты трудоемкости производства продукции должны быть одинаковыми для всех предприятий ресторанного бизнеса. Это особенно важно учитывать сегодня, когда в ресторанном бизнесе стараются использовать для приготовления продукции не сырье, а полуфабрикаты, степень готовности которых предприятия определяют самостоятельно исходя из конкретных производственных, финансовых, кадровых

и других ресурсов и потребностей. Все перечисленное обуславливает нецелесообразность проведения расчетов условного оборота для ресторанного бизнеса и объективно ограничивает современное его использование в анализе хозяйственной деятельности и управлении развитием ресторанного бизнеса.

По этой же причине неоправданным считается изучение влияния изменения структуры товарооборота на уровень затрат, что при отсутствии обобщенных статистических данных реально проводить только в пределах конкретного предприятия во время специальных исследований и в соответствии с поставленными предприятием целями, которые могут отличаться от направлений развития ресторанного бизнеса.

Являясь абсолютной статистической величиной, показатель товарооборота ресторанного бизнеса зависит от количества населения, пользующегося его услугами. Чтобы элиминировать влияние расхождений в численности населения в динамике и в территориальном разрезе – эти показатели рассчитываются на душу населения. При этом показатель товарооборота на душу населения выступает относительным показателем интенсивности вследствие несравнимости объемов реализованной продукции и услуг и количества потребителей. Так динамика изменения товарооборота на одного человека вплоть до 2013 г. характеризуется положительными значениями, как по стране, так и по Донецкой области (прил. Д, табл. Д.2). Но скорость таких изменений в Донецкой области выше, чем в Украине. Это свидетельствует о более интенсивных кризисных проявлениях социально-политических процессов в промышленно развитом регионе.

Однако использование только стоимостных показателей недостаточно полно отображает результативность деятельности ресторанного бизнеса, гипертрофирует функцию реализации чаще всего в ущерб ассортименту и качеству продукции и услуг. В основу анализа полноценности и сбалансированности питания по энергетическому составу, набору основных пищевых веществ должны быть положены также и натуральные показатели.

Важными натуральными показателями, характеризующими результативность деятельности ресторанного бизнеса, выступают объем реализации основных видов

продовольственных товаров в натуральном измерении и выпуск блюд с распределением по группам. Изучение структуры позволяет учесть изменения, происходящие в распределении средств, которые расходуются населением на приобретение продукции в ресторанном бизнесе, показать расхождение сформированной структуры от общей структуры расходов на питание, обусловленных бюджетной статистикой, изучить тенденции потребления продуктов, проследить трансформации и разрабатывать эффективные управленческие решения по направлениям интенсификации развития ресторанного бизнеса и предложению услуг. Если первый показатель учитывается в отчете по специальной форме, то второй – не отображается в действующей статистической отчетности вообще. Недостатком современной статистической отчетности является так же и то, что объем реализации в ресторанном бизнесе основных видов продовольственных товаров представляется в виде стоимостного или натурального показателя в составе розничной торговли, что не позволяет проследить его изменения конкретно в ресторанном бизнесе (прил. А, табл. А.1, А.3, А.4).

Торговая структура товарооборота ресторанного бизнеса характеризует соотношение объемов реализации отдельных товарных групп в его составе и позволяет оценить, насколько ресторанный бизнес справляется со своей основной задачей – выпуском и реализацией продукции собственного производства и предоставлением услуг, а также, каково его место в реализации покупных товаров.

Несмотря на отсутствие в статистической отчетности показателя, выраженного в натуральных единицах, сравнение товарной структуры розничного товарооборота ресторанного бизнеса за конкретный период в соотношении с другими элементами дает возможность оценить сложившуюся картину в отрасли, степень стабильности к воздействию факторов внешней и внутренней среды, а также предложить определенный комплекс мероприятий по управлению их реализацией, что выведет сферу деятельности на качественно иной более высокий уровень развития (прил. Д, табл. Д.3). Увеличивающиеся постоянно объемы реализации покупных товаров объясняются следующим: высокой ценой реализации продукции и услуг в

ресторанном бизнесе; разными темпами прироста цен, заработной платы населения и наценки в ресторанном бизнесе.

Приемлемыми в современных условиях для оценки результативности управления развитием ресторанного бизнеса остаются такие показатели как товарооборот на одно место, на одно предприятие, на одного жителя, нагрузка на одного работника ресторанного бизнеса, товарооборот на одну грн. заработной платы работников ресторанного бизнеса и др. Аналогичного плана критерии в разных вариациях предлагались авторами раньше, но в качестве самостоятельных оценочных показателей.

Сегодня положительные темпы прироста товарооборота, товарооборота на одного жителя, на одного работника в ресторанном бизнесе в большей степени обусловлены стоимостными показателями. Сеть и число мест на предприятиях ресторанного бизнеса (юридических лицах) пока что продолжают сокращаться. Это сказывается на темпах прироста и последние имеют, соответственно, отрицательные значения (табл. 2.8).

Диагностика достигнутого уровня развития ресторанного бизнеса осуществляется с использованием базисных и цепных темпов изменения результатов по определенным видам деятельности. Показатель темп роста сам по себе показывает интенсивность изменения уровня. Базисные – рассматриваются относительно принятой постоянной точки отсчета; цепные – сравнивают следующее значение показателя с предыдущим (прил. В., табл. В.5, В.6).

Совокупность показателей, характеризующих меру социальной отдачи ресторанного бизнеса, являются группой, которая дополняет исследование процесса развития. Вполне закономерно относить к этой группе показатели, характеризующие качество деятельности как таковой и, в частности, качество услуг, уровень охвата населения услугами ресторанного бизнеса, конкурентоспособность продукции и услуг и др. Диагностика, оценка и анализ данной совокупности показателей позволяет оценить социальную направленность деятельности ресторанного бизнеса, а также результативность процессов взаимодействия отрасли и населения.

Таблица 2.8 – Цепные темпы прироста показателей развития ресторанного бизнеса в Украине

(в % к предыдущему году)

Показатели	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Товарооборот ресторанного бизнеса	0,0	9,2	5,2	9,6	12,1	2,7	7,3	7,60	2,1	-14,4	4,6	5,2	0,4	0,3	-2,4
Товарооборот на одного жителя	0,0	21,9	10,5	9,4	18,1	23,9	21,0	26,4	28,8	0,2	4,1	0,4	20,8	14,4	-3,5
Товарооборот на одно предприятие	0,0	8,9	23,4	46,5	12,3	12,3	23,7	27,4	33,4	12,8	7,1	22,6	17,2	7,4	-9,3
Товарооборот на одно место	0,0	11,9	19,6	43,8	9,5	10,0	22,1	27,5	30,2	9,4	6,1	22,7	13,4	5,8	-10,3
Количество предприятий ресторанного бизнеса, в т.ч.	0,0	5,4	3,1	0,1	-0,8	-1,9	-2,1	-4,7	-8,8	-3,7	-5,5	-3,1	-5,0	-4,8	-5,8
ресторанов	0,0	4,9	4,1	3,5	2,9	2,6	2,6	1,0	1,5	2,9	4,8	1,7	3,7	1,3	1,9
кафе	0,0	9,2	5,1	1,7	1,8	-4,7	-4,6	-5,1	-5,8	-8,7	-8,2	-6,3	-4,1	-8,3	-9,6
баров	0,0	3,4	0,3	-1,7	-3,8	-6,9	-3,2	0,3	-3,4	-9,8	-7,6	-0,1	1,6	-5,3	-8,9
столовых	0,0	-8,2	-5,9	-2,4	0,4	2,6	0,7	0,1	-0,4	2,5	-2,8	-1,4	-2,9	-2,3	-4,8
Количество мест на предприятиях	0,0	-3,4	-3,6	-3,7	-1,4	-0,1	-0,7	-0,4	-2,3	-0,1	-1,5	-2,3	-2,4	-3,3	5,8
Товарооборот на одного работника РБ	0,0	17,3	-16,9	41,7	11,0	5,5	16,2	26,1	27,4	14,3	5,4	24,3	13,9	4,6	-12,2
Товарооборот на одну грн. заработной платы работников РБ	0,0	81,81	-30,0	7,1	13,3	11,8	5,3	5,0	4,8	9,1	8,3	-3,8	4,0	3,8	18,5
Индекс цен на продукты питания	0,0	12,1	0,8	5,4	9,0	13,5	9,1	12,5	25,2	15,9	9,4	8,0	0,6	-0,3	12,1
Наценка ресторанного бизнеса	0,0	16,7	20,85	18,9	17,4	15,9	12,7	25,7	1,6	-16,3	8,9	12,8	6,3	1,3	14,1

Рассчитано по данным [96; 217, с. 36, 98, 99, 152, 154, 160-162; 253, с. 74, 75, 285, 338],

Показатель качества услуг ресторанного бизнеса измеряется в баллах, а данные получают во время полевых исследований. Конечное значение определяется комплексным показателем, который состоит из ряда единичных, уровень значений которых формируется на основе данных специальных исследований на предприятиях питания [42].

Показатель охвата услугами ресторанного бизнеса является показателем, который свидетельствует об уровне привлекательности ресторанного бизнеса (социальной эффективности) и степени удовлетворения потребителей услугами, а также о его развитии и, как правило, представлен в виде темпов роста и прироста (раздел 5.1). Измерение уровня охвата населения услугами ресторанного бизнеса отображает в целом процесс перехода населения от индивидуально организованной формы приготовления и потребления пищи к обобществленной. Степень охвата населения услугами ресторанного бизнеса должна оцениваться показателем доли населения пользующегося его услугами в общей численности населения. Но из-за отсутствия такого вида информации в статистической отчетности вместо показателя охват населения услугами ресторанного бизнеса сегодня приходится использовать показатель обеспеченность сетью и местами на одного жителя (на 10 тыс. жителей), что также характеризуют изменение социальной значимости ресторанного бизнеса. Увеличение количества предприятий и числа мест на них на конкретное количество жителей свидетельствует о направленности процесса в ресторанном бизнесе. Однако при детальном анализе в современных социально-политических условиях сокращение количества предприятий, мест на них служит свидетельством не высокого качества услуг вследствие увеличения нагрузки на предприятие, на одно место и на одного работника ресторанного бизнеса. Несмотря на наличие отрицательных моментов, сегодня имеются свидетельства роста социальной значимости ресторанного бизнеса.

Кроме перечисленных показателей, отражающих меру социальной полезности, целесообразно обратить внимание на показатель, который характеризует режим работы предприятий ресторанного бизнеса. Это дает возможность сопоставить

полученные данные с объективной социально-экономической обстановкой и оценить степень соответствия потребностям населения. До 2013 г. включительно столовые, закусочные, ПБО работали в среднем 10 часов в сутки (с 7-8 до 19-20 ч.); рестораны – 11-12 часов (с 10-11 до 24 ч.); кафе – 10-11 часов (с 10 до 22-23 ч.); бары – 12-14 часов (с 10-11 до 24-02 ч.). На многих предприятиях, особенно в кафе и ресторанах, широко использовалась дополнительная услуга – работа до последнего потребителя, которая предусматривала продление времени работы по желанию потребителя и значительно увеличивала время работы зала и, соответственно, персонала. Наличие такой услуги в общем перечне услуг ресторанного бизнеса благоприятно влияло на потребительское предпочтение и привлекало новых. Сегодня предприятия в Донецкой области в силу сложившейся ситуации организуют работу несколько иначе. Режим работы сокращен, как правило, на 2-3 часа (определяется типом и местом размещения объекта ресторанного бизнеса). Полностью отсутствует услуга – работа до последнего потребителя, что создает определенные сложности в принятии управленческих решений по развитию ресторанного бизнеса. Однако это временные меры и при стабилизации ситуации в регионе такая услуга займет достойное место в перечне услуг и привлечет достаточное количество потребителей в ресторанный бизнес.

Приведенные группы показателей играют важную роль в общей системе результативности управления развитием ресторанного бизнеса. Однако получение количественных значений многих из них для оценки меры социальной отдачи связано с необходимостью осуществления специальных полевых исследований. Поскольку полевые исследования редко проводятся предприятиями по причине отсутствия навыков, недостатка времени и средств, все это пока ограничивает и препятствует широкому применению некоторых из приведенных выше показателей. Перспективным видится в этой ситуации привлечение специальных маркетинговых компаний и специалистов-маркетологов для осуществления такого рода исследований.

Использование в анализе, оценке и диагностике только показателей, характеризующих конечные результаты торгово-производственной деятельности и

меру социальной отдачи в полной мере нельзя считать полным. Данные элементы не дают представления о материальных условиях, в которых эти результаты были или могут быть достигнуты. Вместе с тем, обозначенные условия функционирования в значительной степени детерминируют конечную результативность отрасли, определяют комфорт и удобство для потребителей. Поэтому для конструктивной диагностики и разработки управленческих решений по развитию ресторанного бизнеса необходимо вести учет условий функционирования ресторанного бизнеса.

Характеристику условий функционирования ресторанного бизнеса дают такие показатели как: количество предприятий и число мест на них, плотность сети, уровень обеспеченности сетью, средняя вместимость одного предприятия, соотношение числа мест на предприятиях ресторанного бизнеса разных типов, численность занятых в ресторанном бизнесе, уровень их квалификации, качество обслуживания и др.

Уровень развития материально-технической базы обычно оценивается показателем стоимости основных фондов. Однако такие данные получить можно опять же только во время специальных кабинетных исследований на конкретно выбранных предприятиях, что вносит определенную сложность и ограниченность для широкого использования в процессе управления планированием деятельности ресторанного бизнеса в настоящее время. Это обуславливает применение для такой оценки следующих показателей: количество предприятий, их средняя вместимость в разрезе типов, видов и форм собственности. При этом один показатель количества предприятий не может дать характеристику развития материально-технической базы из-за их различной вместимости. Характеристика плотности сети позволяет проанализировать наличие мест в расчете на 10 тыс. населения, но ее целесообразнее определять отдельно для разных контингентов потребителей или рыночных сегментов.

Важное значение в оценке уровня развития ресторанного бизнеса имеет анализ соотношения числа мест на предприятиях разных типов и сравнение достигнутой структуры сети с нормативной. Но сегодня такое сравнение не является объективным по причине устаревших нормативов развития сети ресторанного бизнеса.

Показатель среднегодовой численности работников ресторанного бизнеса характеризует уровень развития отрасли с определенной долей условности, потому что его величина должна зависеть от уровня производительности труда. Однако в современных условиях формирование штатов осуществляется произвольно, исходя из условий ежедневной загрузки зала и без учета норм выработки для персонала. Поскольку в статистике не представляются данные по количеству работников ресторанного бизнеса в разрезе типов предприятий, то проанализировать изменение данного показателя в современных условиях в динамике приходится только в рамках ресторанного бизнеса в целом.

В отличие от услуг, содержание деятельности по обслуживанию состоит, в основном, в создании условий для оптимального, наиболее полного удовлетворения потребностей населения в полноценном товаре ресторанного бизнеса. А качество обслуживания включает совокупность условий, которые обеспечивают организацию процессов реализации и организации потребления с целью наиболее полного удовлетворения конкретных потребностей в кулинарной продукции и услугах [247]. Оно во многом определяется уровнем квалификации работников ресторанного бизнеса [33]. Но для изучения распределения работников по уровню их квалификации необходимы специальные полевые и кабинетные исследования из-за отсутствия статистической информации, что занимает достаточно много времени для сбора данных и сдерживает применение руководителями этого показателя в управлении развитием.

Показатели число мест и количество занятых в ресторанном бизнесе на 10 тыс. жителей характеризуют уровень потенциала отрасли, т.е. перспективные возможности в предложении услуг по организации питания и досуга населения (табл. 2.9). Данные таблицы показывают, что сохраняется тенденция к снижению плотности сети. Скорость снижения в 2005 г. составляла (-2,53%) к предыдущему году, к концу 2008 г. – (-4,24%), а в 2014 г. достигла (-10,38%). Это свидетельствует о постоянном сокращении сети и обеспеченности населения объектами ресторанного бизнеса. Невысокими темпами увеличивается средняя вместимость предприятий ресторанного бизнеса до 2011 г. включительно, однако далее прослеживается тенденция

снижения, которая сохраняется и до настоящего времени. Таким образом, полученные результаты не могут положительно характеризовать результативность управления развитием ресторанного бизнеса. В разрезе отдельных типов предприятий и форм собственности пока отсутствует такая информация, что ограничивает возможность применения в анализе данного показателя.

Таблица 2.9 – Потенциал ресторанного бизнеса \*

Годы	Плотность сети на 10 тыс. населения, мест	Средняя вместимость предприятия, мест	Количество занятых в ресторанном бизнесе, тыс. чел.	Число занятых в ресторанном бизнесе на 10 тыс. чел., чел.	Число занятых в ресторанном бизнесе в общем количестве трудоспособного населения, %	Обеспеченность сетью, единиц
2000	677	58	73	15	0,16	6,8
2001	647	58	67	14	0,14	6,6
2002	616	59	95	20	0,21	6,4
2003	591	60	92	19	0,2	6,1
2004	589	61	90	19	0,19	5,9
2005	580	62	94	20	0,2	5,8
2006	574	63	98	21	0,21	5,8
2007	466	64	98	21	0,2	5,6
2008	542	66	98	20	0,2	5,4
2009	522	67	93	20	0,19	5,2
2010	496	70	92	19	0,19	5,1
2011	478	71	89	19	0,18	5,0
2012	474	70	96	19	0,18	4,7
2013	453	67	95	19	0,18	4,5
2014	406	56	91	19	0,18	4,2

\* Рассчитано по данным [96]

В общей численности экономически активного населения доля работников ресторанного бизнеса пока остается незначительной – 0,18%. По сравнению с 2000 г. увеличение данного показателя составило только 0,04%.

Таким образом, диагностика, оценка и анализ, которые являются исходным базисом для дальнейшей деятельности и управления развитием ресторанного бизнеса с учетом целей, задач, групп показателей и их разноуровневости, могут

быть представлены в виде пирамиды формирования результатов развития ресторанного бизнеса (рис. 2.6). Данная иерархическая структура позволяет комплексно подходить к оценке достигнутого уровня развития ресторанного бизнеса и выявлять потенциальные возможности. Они, выступая предпосылкой соответствующих решений, влияют на текущее состояние и тенденции развития, определяют размеры и направления изменений, выявляют наиболее весомые факторы роста, позволяющие разрабатывать направления дальнейшего совершенствования деятельности ресторанного бизнеса. Основой выступают результаты, полученные в ходе диагностики уровня развития. Из этого следует, что система исходных показателей является входящей для системы показателей оценки потенциала ресторанного бизнеса.

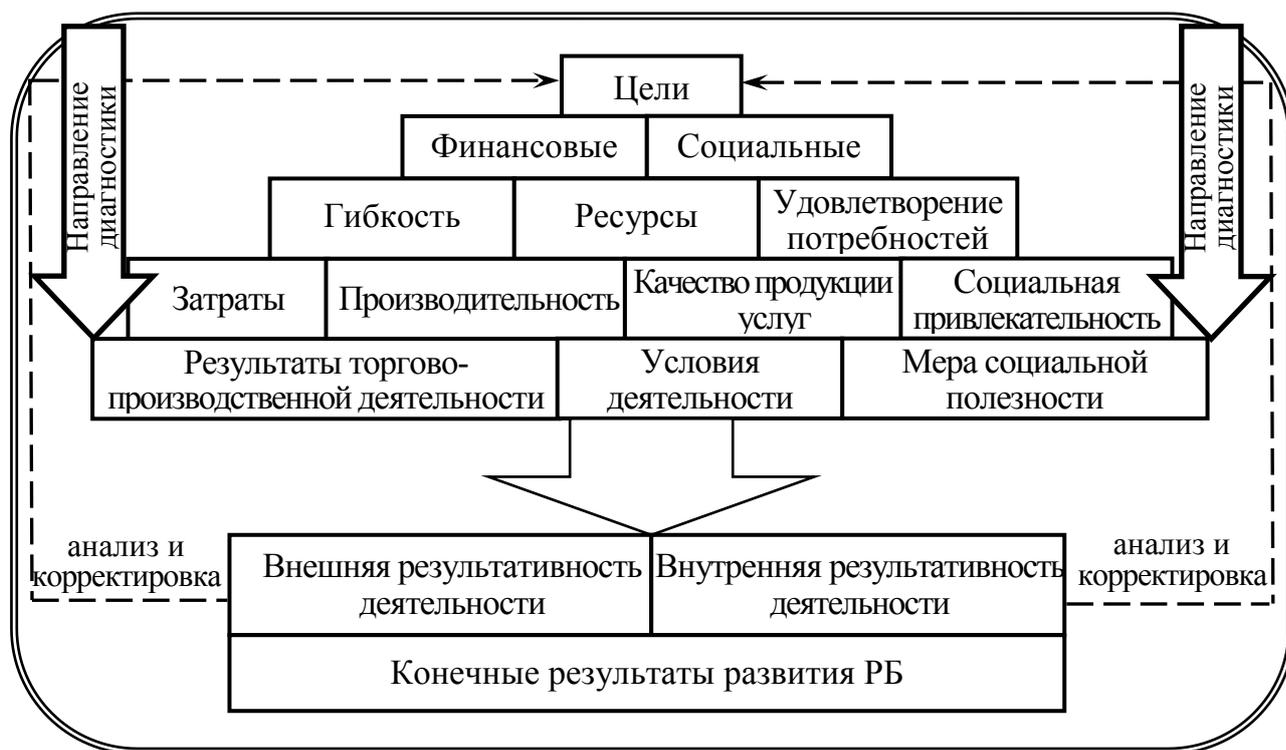


Рисунок 2.6 – Пирамида формирования результатов развития ресторанного бизнеса

Оценка потенциала осуществляется на основе анализа внешних и внутренних данных о результатах деятельности. В процессе исследования внутренней среды производится оценка потенциала в рамках поставленной цели: насколько по количеству и качеству ресурсов, состоянию функций и проектным планов ресторанный

бизнес отвечает целевым требованиям; «вырисовывается» картина его сильных и слабых сторон. Сильные стороны выступают потенциальными факторами успеха дальнейшей деятельности и развития. Анализ внешней среды позволяет оценить создаваемые условия, т.е. существующие возможности и угрозы. Совокупная оценка потенциала и климата будет характеризовать позиции ресторанного бизнеса:

$$P_{pb} = P_{pb} \cdot K, \quad (2.8)$$

где  $P_{pb}$  – рыночные позиции ресторанного бизнеса;

$P_{pb}$  – потенциал ресторанного бизнеса.;

$K$  – климат в ресторанном бизнесе.

Анализ последних публикаций, посвященных проблемам оценки потенциала, позволяет выделить наиболее удачный подход, предложенный Г. С. Мерзликиной и Л. С. Шаховской [167, с. 63]. В соответствии с которым и привязкой к ресторанному бизнесу, к предметным составляющим потенциала следует относить: рыночный (потенциальный спрос на продукцию и услуги; доля рынка, занимаемая ресторанным бизнесом; рынок труда; рынок факторов производства); производственный (потенциально возможный объем производства продукции и услуг, потенциальные возможности основных средств и использования сырья и материалов; потенциальные возможности профессиональных кадров); финансовый (финансовые показатели деятельности: доход, ликвидность, платежеспособность, рентабельность) и потенциальные инвестиционные возможности.

В контексте развития ресторанного бизнеса все составные потенциала предприятия в общем виде выступают составными элементами потенциала отрасли. Показатели рыночного потенциала на текущий момент времени уже детально исследованы и описаны многими авторами в процессе анализа перехода Украины и других постсоциалистических стран к рыночной экономике.

Рыночный потенциал ресторанного бизнеса включает оценку возможной вместимости рынка, то есть общей стоимости продукции и услуг, которые потребители отдельного региона могут приобрести за конкретный промежуток времени (месяц, квартал, год). Для существующих товаров и рынков эти оценки

базируются на фактических данных, для новых рынков и новых товаров оценки носят прогнозный (вероятностный) характер.

После изучения рыночного потенциала выделяется сегмент рынка (рыночная ниша), который будет основным для конкретного предприятия. Для каждого сегмента согласно потребительским преимуществам выявляются основные стимулы приобретения конкретного вида продукции и услуг: цена, качество, престижность предприятия и др. Определяется возможное количество будущих потребителей и рассчитывается прогноз объема реализации. Проводится оценка потенциального объема рынка, который предприятие может занять при имеющихся условиях, и, таким образом, того максимального количества продукции и услуг, на реализацию которых можно рассчитывать. Однако рассчитывать на привлечение всех потребителей в первый же месяц работы нового предприятий вряд ли возможно. Поэтому дальше осуществляется оценка реального объема продаж. Анализируется реальная возможность реализации продукции и услуг в конкретных условиях, учитывая возможные расходы на рекламу, определенный уровень цен и др. Условия деятельности ресторанного бизнеса должны рассматриваться в динамике, а прогнозные значения рассчитываться по коротким периодам для первых двух и нескольких следующего лет.

Так, диагностика потенциала развития ресторанного бизнеса Украины показывает, что плотность сети на первом этапе можно привести к уровню 2000 г. при сравнительно небольших затратах. Рост количества предприятий увеличивает обеспеченность сетью населения и численность работающих в данной сфере, что способствует наиболее полному удовлетворению потребностей в услугах ресторанного бизнеса.

Производственный потенциал в ресторанном бизнесе воспринимается как возможности, возникающие в сфере деятельности по поводу достижения максимального производственного результата при наиболее эффективном использовании: интеллектуального капитала для поиска эффективных форм организации производства, реализации и организации потребления; имеющегося оборудования в процессе

использования новых малоотходных и безотходных технологий; материальных ресурсов для обеспечения максимальной оптимизации.

Характер этих отношений определяется влиянием внутреннего и внешнего окружения, а роль производственного потенциала заключается в поиске и реализации внутренних источников саморазвития для обеспечения стабильной работы каждого конкретного предприятия ресторанного бизнеса. Показатели оперативного использования составляющих производственного потенциала предприятия представлены в табл. Г.1 (прил. Г).

Финансовый потенциал ресторанного бизнеса представляет собой возможности, которые возникают по поводу достижения максимально возможного финансового результата при наличии следующих условий: существование собственного капитала, достаточного для выполнения условий финансовой стабильности; возможности привлечения капитала со стороны в объеме, необходимом для реализации эффективных инвестиционных проектов; рентабельность вложенного капитала; существование эффективной системы управления финансами, которые обеспечивают прозрачность настоящего и будущего финансового состояния.

Таким образом, мониторинг, оценка и анализ всех видов потенциала выступают необходимым условием в процессе управления развитием ресторанного бизнеса. Отмеченные элементы характеризуют основные внутренние процессы, которые протекают в разных функциональных областях внутренней среды предприятия питания, обеспечивают системный взгляд на предприятие и возможность определять сильные и слабые стороны, разрабатывать комплексный план эффективного развития.

Рыночный, производственный и финансовый потенциал составляют в целом экономический потенциал ресторанного бизнеса, который принимает участие в формировании решений по вопросам развития ресторанного бизнеса (рис. 2.7).

Проблема обеспечения непрерывности развития ресторанного бизнеса является основной задачей в условиях динамично неопределенной и неустойчивой среды. Для успешного функционирования ресторанного бизнеса в такой среде система управления должно иметь место большое количество различных реакций, namного

большее, чем возможное количество отрицательных изменений, которые могут возникнуть вообще.

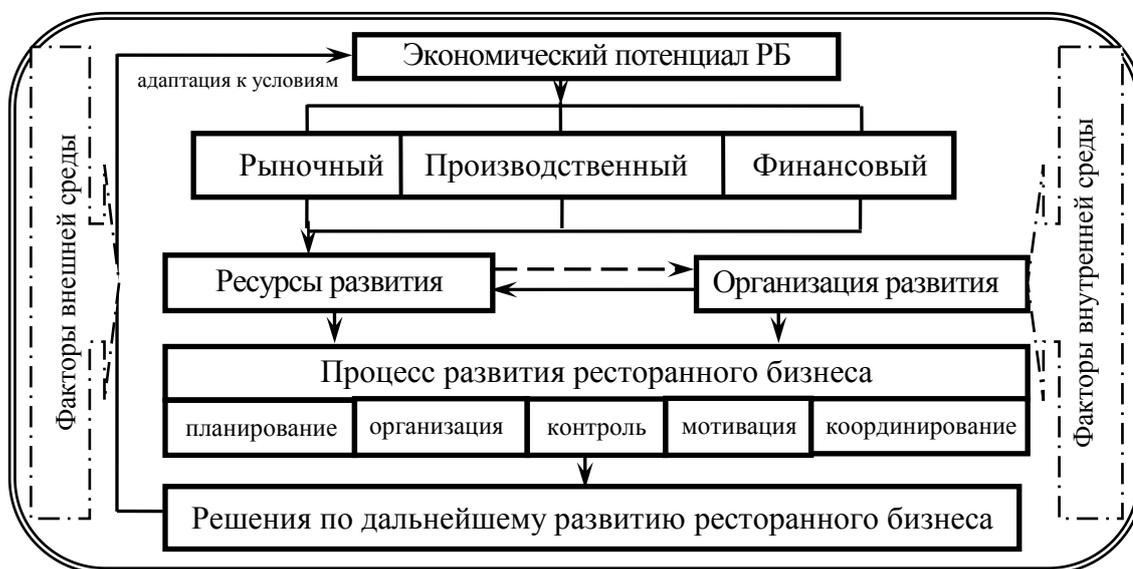


Рисунок 2.7 – Система формирования управленческих решений по развитию ресторанного бизнеса при участии экономического потенциала

Таким образом, разработанная система показателей результативности управления развитием ресторанного бизнеса позволяет осуществить комплексную и разнообразную оценку его развития, выявлять потенциал для дальнейшего развития. А также разрабатывать оптимальные направления развития с учетом особенностей регионов и местности (рис. 2.8). Система показателей результативности управления развитием ресторанного бизнеса представлена в виде структуры, включающей взаимозависимые и взаимоопределяющие группы показателей. Выбор показателей диктуется соображениями методического характера. Расчет показателей прост, опирается на действующую отчетность. Отмеченные показатели носят сквозной характер, являются относительными или средними величинами, что обеспечивает их сопоставимость в пространственно-временном разрезе. Обоснованная система показателей в своем составе содержит наиболее значимые: те, которые характеризуют конечные результаты торгово-производственной деятельности, оценить условия функционирования и меру социальной полезности ресторанного бизнеса.



Рисунок 2.8 – Система показателей результативности управления развитием ресторанного бизнеса

### **2.3. Мониторинг факторов развития ресторанного бизнеса в современных условиях**

Современное состояние экономики Украины ставит ресторанный бизнес перед необходимостью формирования таких направлений развития хозяйственной деятельности, которые отвечают специфике и особенностям рыночной экономики, проведение взвешенной и обоснованной политики по производству продукции и предоставлению услуг, необходимых потребителям на рынке услуг. Раньше и менеджеры, и аналитики утверждали, что формирование направлений эффективного развития процесс, который не подвергается формализации. Такая точка зрения высказывалась потому, что на эффективность бизнеса в долгосрочном аспекте влияет большое количество факторов, присутствующих во всех без исключения сферах деятельности: от производства, реализации и организации потребления продукции и услуг до планирования, прогнозирования, контроля, стимулирования. Представлялось невозможным свести все эти факторы в единую систему и спроецировать на одну цель, по этой причине при принятии решений осуществлялось каждый раз самостоятельное структурирование всего объема информации, а на основе анализа принималось во внимание влияние различных факторов. Но даже при таком структурировании только незначительная доля весомой информации учитывалась при принятии важных решений, что имело объективное объяснение – отсутствие четкой систематизации факторов в силу их многообразия и разноплановости, мешавшее в полном объеме учитывать влияние каждого из них.

На протяжении всего XX ст. существующий подход к принятию управленческих решений подвергался постоянной критике. В начале 90-х гг. Д. Нортон и Р. Каплан сформулировали принципиально новую идеологию управления, в основе которой, наряду с количественными факторами, обоснована была необходимость полноценной оценки значимости и качественных факторов. Предложенный авторами новый подход к принятию управленческих решений объединял всю важную информацию,

с одной стороны, и позволял оценить любое мероприятие с точки зрения его влияния на конечную результативность бизнеса с учетом данной информации, с другой.

Кроме того, система оперативного управления должна содержать все группы факторов, влияющих на конечную результативность бизнеса. Именно на основе показателей, характеризующих данные факторы, должна быть реализована система анализа, учета и планирования. В противном случае, цели развития и показатели текущей деятельности окажутся оторванными друг от друга, утратится возможность эффективного управления процессом достижения целей развития.

Управление развитием ресторанного бизнеса – сложный, непрерывный и трудоемкий процесс. Сложность его заключается в том, что любое предприятие – это открытая система, которая развивается в динамичной и часто непредвиденной окружающей среде и состоит из многих взаимозависимых элементов, характеризующих возможности конкретного предприятия.

Комплексный подход к проблеме управления развитием ресторанного бизнеса создает основу для системного исследования факторов. Все разнообразие их подчеркивает нецелесообразность использования в отрыве друг от друга и учет как определяющего в обеспечении развития ресторанного бизнеса. Возникает явная необходимость в классификации факторов для построения системы причинно-следственных связей и отношений на основе выбора признаков группировки.

Внутреннее содержание и многоплановость структуры организационно-экономического механизма управления развитием формируется также под воздействием различных факторов и условий. Каждый из которых сначала влияет не на весь механизм, а на его отдельные внутренние составляющие, затем и на все составляющие механизма.

Современный экономический словарь трактует фактор как один из основных ресурсов производственной деятельности предприятия и экономики в целом (земля, труд, капитал, предпринимательство); движущая сила экономических, производственных процессов, влияющая на результат производственной, экономической и других видов деятельности [237].

В словаре иностранных слов фактор определяется как производное слово от латинского *faktor* – что делать, производственная движущая сила, причина какого-нибудь процесса, явления; существенного обстоятельства в каком-нибудь процессе, явлении [235, с. 530].

Л. И. Лопатников считает фактор источником воздействия «на систему, который влияет на ход переменной модели этой системы» [151, с. 429].

Априори необходимо признать, что на стабильность функционирования и развития любого предприятия влияет огромное, практически бесчисленное количество факторов разной природы, направленности и величины, обладающие разнообразными свойствами. Абсолютизация требования полного учета всех условий может привести к появлению громоздких исследований и даже таких, которые технически невыполнимы, поскольку влияние факторов на стабильность исходной информации может проявляться через сотни параметров и показателей. Поэтому полноту охвата исходной информации следует ограничить требованием разумной и необходимой достаточности. Здесь обязательным условием выступает исследование тех основных факторов, которые в наибольшей степени влияют на стабильность функционирования и развития отдельного предприятия ресторанного бизнеса.

В то же время, основываясь на системном подходе, следует рассматривать влияние принятых к изучению факторов во взаимосвязи. Например, высокий уровень стабильности может быть достигнут путем полного и своевременного обеспечения производственного процесса необходимыми по количеству и качеству ресурсами, оборудованием, высокопрофессиональными кадрами, соответствующей информацией, и т.п. Эффективное использование этих ресурсов должно определяться не только адаптацией к изменениям внешней среды, но и формированием лучшего изменения внешних и внутренних факторов. При этом воздействие на отдельные факторы внутренней среды вследствие синергетического эффекта не всегда может привести к получению соответствующего желаемого результата.

Среди всего многообразия факторов ни один нельзя рассматривать отдельно в отрыве друг от друга. Сегодня уже недостаточно изучать самостоятельное влияние

каждого отдельно взятого, а необходима система причинно-следственных отношений факторов между собой, потому что классификация, даже если она и содержит достаточное количество элементов, выступает только первым шагом к ясности. А вся совокупность условий определяет масштабы и динамику развития уровня исследуемого объекта и предмета.

Классификация факторов не может опираться только на один признак, потому что каждый объект имеет их несколько приблизительно равных по важности. Изучение влияния условий, исходя из различных точек зрения, позволяет получить действительное представление об экономической среде, в которой действуют объект и предмет исследования.

Авторский подход в построении классификации факторов и их исследовании основывается на дифференциации по определенным принципам, среди которых: обеспечение комплексного, системного подхода и многоуровневой характеристики развития ресторанного бизнеса; определение полноты информации по каждому принятому фактору.

Каждый исследователь в той или иной степени прибегает к различным группировкам элементов исследуемого явления, в том числе и при упорядочении факторов, влияющих на это явление. Классификацию, как правило, осуществляют по наиболее существенным признакам, выносят на обсуждение свои, достаточно интересные, предложения, рассматривая факторы под разными углами зрения. Предлагаемая нами систематизация не претендует на какую-то абсолютность, а только способствует упорядочению факторов для наиболее полного и объективного исследования развития ресторанного бизнеса. Более того, предложенная классификация в определенном смысле является относительной, поскольку одни и те же факторы, в зависимости от цели исследования и соответствия определенным признакам, могут быть отнесены одновременно к разным группам.

Существенный вклад в развитие прикладных и теоретических основ по определению сущности и приоритетности факторов влияния на формирование направлений развития осуществили отечественные и зарубежные ученые:

Т. В. Белопольская, В. А. Белошапка, Е. Божко, В. И. Герасимчук, Ф. Котлер, Е. Лапин, М. Мескон, С. В. Мочерный, В. С. Пономаренко, А. Томпсон, А. Томпсон-Мл., Р. А. Фатхутдинов, М. Хитт, З. Е. Шершнева и др. (прил. Е, табл. Е.1). Разные авторы для исследования процесса развития используют свои подходы, которые сводятся к распределению среды на внешнюю и внутреннюю. Так, группа исследователей факторы использует только для анализа развития [55; 56; 70; 142; 168; 209; 271; 310; 320; 325 и др.]. Другие ученые ограниченно подходят в выборе факторов развития [289 и др.], поэтому ими выделены только группы или отдельные факторы внешней среды, что свидетельствует об ограниченности такого анализа и невозможности его использования для эффективного управления развитием в силу неполноты данных.

Экономисты [74; 79; 85; 177; 195; 271 и др.] свой подход сводят к тому, что факторы внешней и внутренней среды в той или иной степени влияют на формирование стратегии и на сам процесс управления развитием, и с этим не возможно не согласиться.

В продолжение приведенных исследований, следует отметить, что системный подход в управлении развитием обуславливает необходимость взаимозависимого изучения факторов с учетом их внутренних и внешних связей, взаимосвязей и соподчиненности, которая достигается путем систематизации. Систематизация предполагает размещение исследуемых явлений или объектов в определенном порядке с выделением их взаимосвязей и соподчиненности.

Одним из методов систематизации факторов является создание детерминированных факторных систем. Это позволяет представить исследуемое явление в виде алгебраической суммы, части или произведения нескольких факторов, определяющих его величину и находящееся с ним в функциональной зависимости.

Развитие детерминированной факторной системы достигается, как правило, за счет детализации комплексных факторов. Элементные не раскладываются на составляющие, потому что по своему смыслу они однородны. С развитием системы комплексные факторы постепенно детализируются на менее общие, приближаясь по своему аналитическому содержанию к элементному.

Исходя из изложенного, совершенствование факторного анализа чаще всего направлено на взаимозависимое изучение специфических факторов, которые находятся, как правило, в стохастической зависимости с результативными показателями.

На основании проведенного исследования разработана авторская классификация факторов управления развитием (рис. 2.9), в которой выделены основные группы: общие и специфические. Общие – характерны для развития предприятий различных сфер деятельности; специфические – подчеркивают специфику и своеобразие развития ресторанного бизнеса.



Рисунок 2.9 – Систематизация факторов развития ресторанного бизнеса

Внешняя среда, в которой сегодня функционирует ресторанный бизнес, становится более турбулентной и сложной, что, соответственно, усложняет процесс объяснения ее влияния на деятельность и развитие предприятия и отрасли в целом,

на процесс достижения поставленных целей и решения определенных задач. Чтобы освоить неоднозначные и неполные данные о внешней среде необходимо, безусловно, ее анализ, потому что «современные экономические организации – это открытые системы, внутренняя стабильность которых зависит от условий внешней среды» [258, с. 291]. А. Стрикленд и А. Томпсон справедливо отмечают по этому поводу, что «для разработки стратегии недостаточно настойчивости, творческого подхода и собственного мнения, необходимо также фундаментальный анализ внешней и внутренней среды компании, в противном случае стратегия окажется нежизнеспособной» [271, с. 95].

Фактически, ученые только в конце 50-х гг. XX ст. пришли к выводу о целесообразности и важности учета влияния факторов среды при достижении поставленной цели. Поскольку любая организация представляет собой целостную структуру, которая находится в определенной связи с внешним миром, результаты деятельности зависят от влияния внешней и состояния внутренней среды и от того, насколько это влияние учтено при разработке эффективных направлений развития.

В условиях рынка анализ факторов среды выполняет целый ряд важных функций, а именно: 1) позволяет принимать обоснованные решения с точки зрения управления; 2) улучшает учет наиболее важных факторов, влияющих на деятельность предприятия, с позиции планирования и прогнозирования; 3) обеспечивает информацией для лучшего выполнения оперативных функций с точки зрения текущей деятельности.

При изучении окружающей среды основной целью ставится идентификация ее характеристик, которые, фактически, позволяют определить внешние возможности и потенциальные ограничения деятельности и развития ресторанного бизнеса. В ходе анализа внешней среды часто приходится иметь дело с неоднозначной, неполной и несвязанной информацией и данными. Несмотря на это, такие исследования важны для эффективной деятельности ресторанного бизнеса, функционирующего в условиях динамических изменений среды.

Анализ выявляет трансформацию среды с целью установления факта появления важных тенденций, которые могут послужить движущей силой для дальнейшего эффективного развития. Выявленные же тенденции позволяют предвидеть то, что

может произойти во внешней среде в будущем и скорость этих изменений, а, соответственно, учесть эти направленности в управлении развитием ресторанного бизнеса.

По результатам исследований зарубежных экономистов [322; 326 и др.] скорость изменений окружения современных организаций возрастает. Основными признаками этого процесса выступают: активное внедрение и широкое распространение различных научно-технических инноваций (на чем еще в 70-х гг. XX ст. делал упор Е. Тоффлер в работе «Шок будущего») [336, с. 25-30]. Другим подобным изменением являются институциональные преобразования, которые, в частности, связаны с переходом Украины от административно-командной к рыночной экономике. Принципиальное значение таких преобразований освещено в новой теории институциональной экономики Д. Норта [332], сущность которой сводится к:

если законы могут быть изменены в течение короткого времени, то неформальные нормы меняются постепенно. Именно такие нормы создают легитимную основу для действия законов;

функционирование экономики в большинстве определяется государственным устройством, которое формирует экономические законы, создает и обеспечивает эффективные права собственности и влияет на политику развития;

эффективные политэкономические системы формируют гибкие институциональные структуры, которые способны переживать шок и изменения и являются факторами успешного развития.

Существенным изменением демографической составляющей внешней среды в Украине выступает устойчивая тенденция к сокращению численности населения. Кроме этого, анализ динамики изменения коэффициента рождаемости в большинстве стран Европы также свидетельствует о тенденции сокращения количества местного населения. Так, в Украине коэффициенты естественного прироста на одну тыс. населения в течение последних лет составляли: (-7,6) (2000 г.), (-7,6) (2005 г.) [253, с. 345-346]. За 2014 г. коэффициент естественного прироста, как и раньше, сохраняет тенденцию к снижению – (-3,0), хотя родившихся за год больше, чем в 2005 г. на

9,3%. Постоянное сокращение населения оценивается как постепенное назревание демографического кризиса в стране. Все это, безусловно, отражается на общеэкономическом развитии страны и ресторанного бизнеса, в частности.

Несмотря на снижение количества населения в стране, уровень образования постоянно растет. Стремительное увеличение числа высокообразованных людей повышает спрос на высококачественные товары и услуги. Это является результатом преобразования экономики индустрии в экономику знаний, когда гуманитарный капитал превращается в основной производственный ресурс информационно-технотронного столетия и прослеживается сильная связь между изменениями экономических, социокультурных и технологических факторов.

Анализ специфических факторов, влияющих на развитие ресторанного бизнеса, позволил разработать типологическую структуру сети. Из общего количества объектов данного сектора в современных условиях наибольший удельный вес занимают такие типы как кафе, закусочные, буфеты и столовые (рис. 2.10, прил. Е, табл. Е.2). Внимание к себе привлекают промышленные регионы, где расположена большая часть предприятий ресторанного бизнеса.

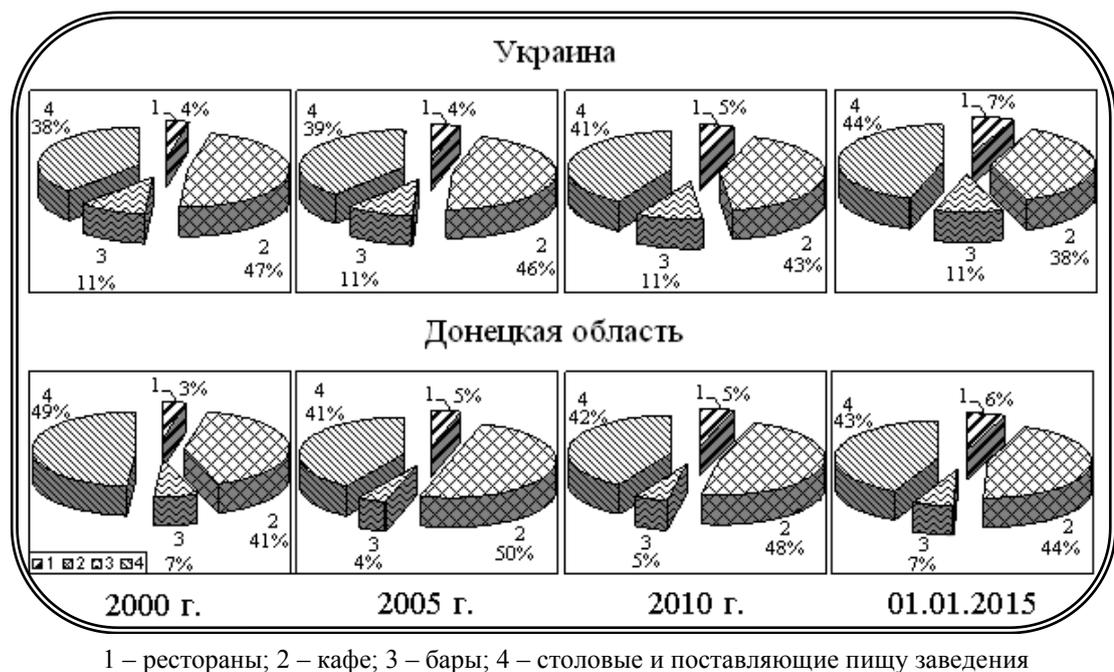


Рисунок 2.10 – Изменение структуры ресторанного бизнеса по типам

Анализ плотности размещения сети ресторанного бизнеса показывает, что в городских поселениях промышленных регионов и регионов с развитой социальной инфраструктурой, как правило, этот показатель выше, чем в сельской местности (прил. Е, табл. Е.3). И, наоборот, в регионах с развивающейся социальной и туристической индустрией отмечается тенденция увеличения плотности сети ресторанного бизнеса в сельской местности

Исследование качествообразующих факторов в ресторанном бизнесе в современных условиях показывает, что рост нагрузки на одно место обусловлен осуществляемой ценовой политикой, которую приняло для себя предприятие питания. При этом предприятия с высокой ценовой политикой предлагают потребителям услуги более высокого качества (табл. 2.10).

Таблица 2.10 – Качествообразующие факторы, влияющие на развитие ресторанов Донецкой области (2010-2014 гг.)

Группы предприятий	Товарооборот на 1 место, усл. единиц	Товарооборот на 1 работника, усл. единицы		Удельный вес фонда оплаты труда в товарообороте, %	Уровень заработной платы, усл. единицы	Рост заработной платы за год, %	Удельный вес обслуживающего персонала, %	Уровень качества услуг, усл. единицы
		предприятия	обслуживающего персонала					
1	1,13	1,18	1,27	25,13	0,82	113,94	66,67	0,79
2	1,0	1,0	1,0	35,93	1,0	159,83	64,71	0,73
3	1,12	6,68	8,59	6,61	1,23	-	50,0	0,96
4	9,09	1,75	1,69	24,33	1,19	104,34	66,6	0,78
5	3,49	5,54	12,88	6,71	1,04	201,64	28,9	0,89
6	2,64	1,76	2,11	9,5	0,46	115,72	53,13	0,83
Среднее	4,75	2,99	4,59	18,04	0,96	115,58	55,0	0,83

\* Составлена по результатам авторских выборочных исследований

При исследовании ресторанов Донецкой области они были объединены условно в 3 группы по уровню ценовой политики. В первой группе предприятий, устанавливающих относительно низкую цену на продукцию и услуги, рост нагрузки на одно место на 12,65% способствовал росту уровня качества услуг на 7,23%; при

увеличении нагрузки на 13,06% – рост составил 8,22%. Т. е., при увеличении нагрузки растёт и скорость изменения качества, но данная тенденция характерна не для всех предприятий типа «ресторан». Во второй группе предприятий, принявших ценовую политику оптимизации цен или установления их немного выше оптимальной, рост нагрузки на 32,35% способствовал увеличению уровня качества услуг только на 6,85%. Таким образом, обнаруживает себя следующая тенденция – чем выше скорость изменения нагрузки на одно место, тем ниже темпы повышения уровня качества. В третьей группе предприятий, которые можно назвать «элитными» заведениями, уровень качества услуг наиболее высокий. Однако на этих предприятиях одновременно отмечается и высокая нагрузка на одно место в стоимостном выражении, что обусловлено высоким уровнем цен на продукцию и услуги.

Таким образом, уровень качества продукции и услуг обеспечивает в определенной степени рост нагрузки на одно место, на одного работника предприятия. Каждое предприятие ресторанного бизнеса самостоятельно определяет для себя ценовую политику, которая должна подтверждаться соответствующим уровнем качества продукции и услуг. Для достижения заданного качества продукции и услуг должно соблюдаться оптимальное соотношение между ценой и нагрузкой. Высокий уровень качества продукции и услуг способствует наиболее полному удовлетворению постоянно возрастающих реальных и потенциальных потребностей населения.

Важным для дальнейшего развития ресторанного бизнеса выступают элементы, которые характеризуют потребительскую структуру населения. Факторы данной группы иллюстрируют изменяющиеся общественные ценности, установки, отношения, ожидания и характер. В условиях экономической нестабильности именно эта группа факторов порождает проблемы, которые представляют значительную угрозу для ресторанного бизнеса. Поэтому основная задача состоит в том, чтобы их предвидеть и разработать эффективную стратегию своего дальнейшего развития, учитывая будущие изменения потребительской структуры населения.

Не менее важным фактором, влияющим на развитие ресторанного бизнеса, выступает количество населения и его структура. Однако при сохраняющейся

тенденции к сокращению численности постоянного населения вряд ли можно ожидать положительных сдвигов в росте сети ресторанного бизнеса. Так с 2000 по 2014 гг. численность постоянного населения страны сократилась на 12,3% (на 6,0 млн. чел.), что не могло не сказаться на количестве экономически активного населения, сокращение которого составило 12,7%. Однако, несмотря на сложившуюся тенденцию с количеством и структурой населения, данные таблицы 2.11 свидетельствуют об имеющихся отдельных положительных тенденциях в изменении структуры населения страны вплоть до 2013 г. В 2014 г. наблюдается снижение количества экономически активного населения, в т.ч. трудоспособного возраста, и рост безработицы в общей их численности на 2,1 %. Однако, рост удельного веса экономически активного населения выступает благоприятным фактором для развития всех сфер народного хозяйства, в том числе и ресторанного бизнеса. Так как именно экономически активное население в большей степени нацелено на сокращение расходов на домашнее приготовление пищи путем организации питания в ресторанном бизнесе.

Важным в исследовании является фактор миграции населения (рис. 2.11, прил. Е, табл. Е.4). Анализ его свидетельствует о возрастании привлекательности Украины, обусловленное социально-политическими процессами в стране.

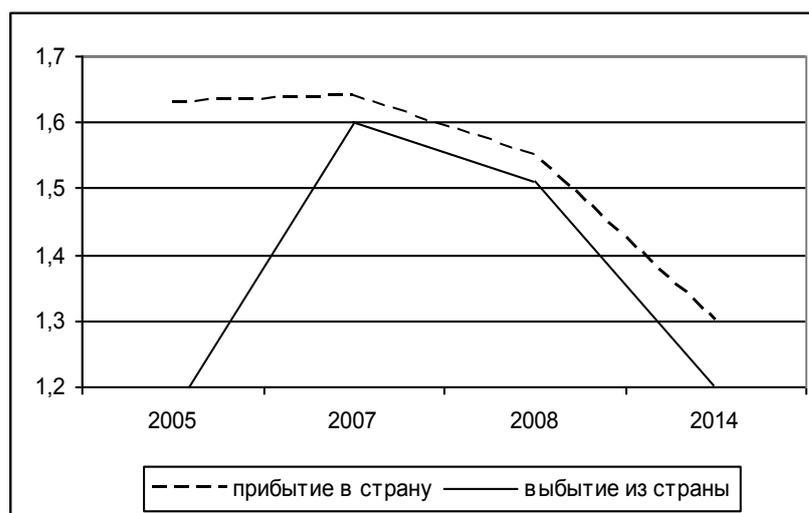


Рисунок 2.11 – Динамика изменения миграции населения Украины

Таблица 2.11 – Динамика изменения численности населения и структуры его экономической активности\*

Показатели	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2014 к 2000	2014 к 2010	2014 к 2013
Постоянное население, млн. чел.	48,9	48,5	48,2	47,6	47,3	47,1	46,6	46,2	46,0	46,0	45,8	45,96	45,6	45,4	42,9	87,7	93,7	94,5
Удельный вес ЭА населения (возраст 15-70 лет), %	46,7	46,4	46,1	46,6	46,9	47,3	47,7	48,3	48,7	48,2	48,2	48,4	48,3	48,4	46,4	-0,3	-1,8	-2,0
в т.ч.																		
трудоспособного возраста	43,3	43,0	42,88	43,3	43,5	43,5	44,1	44,6	45,0	44,2	44,2	44,4	44,7	45,1	44,4	1,1	0,2	-0,7
старше трудоспособного возраста	3,4	3,4	3,24	3,3	3,4	3,9	3,6	3,72	3,7	4,0	4,0	4,0	3,6	3,3	2,1	-1,3	-1,9	-1,21
в т.ч. занятых от ЭАН всего	88,4	86,5	83,4	84,0	84,2	92,8	93,2	93,65	93,6	91,2	91,9	92,1	92,5	92,8	90,7	2,3	-1,2	-2,1
трудоспособного возраста (от соотв. гр.)	87,6	85,3	89,7	90,3	90,6	91,9	92,6	92,3	92,31	90,4	85,0	84,0	85,1	86,0	90,7	3,3	5,7	4,7
старше трудоспособного возраста (от соотв.гр.)	98,5	98,9	99,2	99,1	98,9	99,7	100,0	100,0	99,9	99,9	99,9	100,0	100,0	100,0	100,0	1,5	0,01	100
Удельный вес безработных в общей численности населения	5,4	4,9	4,4	4,2	4,0	3,4	3,3	3,1	3,1	4,3	3,9	3,8	3,6	3,5	4,3	-1,1	0,4	0,8
в т.ч. трудоспособного возраста	5,4	5,0	4,42	4,2	4,0	3,4	3,2	3,07	3,1	4,3	3,9	3,8	3,6	3,5	4,3	-1,1	0,4	0,8
Удельный вес безработных в общей численности ЭАН	11,6	10,3	9,6	9,1	8,6	7,18	6,8	6,4	6,4	8,8	8,1	7,9	7,5	7,2	9,3	-2,3	1,2	2,1

\* Рассчитано по данным [252, с. 342, 368; 253, с. 338, 362; 257, с.340]

Анализ структуры населения свидетельствует об относительно устойчивом росте городского и сокращении сельского населения на протяжении последних лет (2000-2014 гг.), что свидетельствует о том, что миграционные процессы из города в село пока не наблюдаются (прил. Е, табл. Е.5). Устойчивая тенденция наблюдается последние семь лет.

Отмеченные изменения не могли не сказаться на развитии ресторанного бизнеса в городе и сельской местности. До 2003 г. включительно наблюдался рост удельного веса сети ресторанного бизнеса в городах. С 2004 г. картина изменилась, в результате чего количество предприятий стало сокращаться. Несмотря на уменьшение численности сельского населения и удельного веса занятых в сельском и лесном хозяйствах, сеть ресторанного бизнеса в сельской местности постепенно развивается и имеет определенную положительную динамику. Так, на конец 2014 г. рост сети в сельской местности составил 6,1% (табл. 1.6). Это объясняется тем, что в период перестройки и формирования независимого государства в первую очередь реорганизовывались (а при убыточности просто закрывались) предприятия ресторанного бизнеса в городах, и в меньшей степени в сельской местности.

Рост образовательного уровня населения Украины также влияет на структуру спроса на продукцию и услуги ресторанного бизнеса. Благодаря этому повышаются требования к ассортименту и качеству продукции и услуг. Так, с 2000 по 2014 гг. на 55,6% увеличилось количество докторов наук и на 46,8% – кандидатов наук. Активизировалась подготовка научных кадров через аспирантуру на 18,6%. С 2008 г. отмечается сокращение контингента студентов в высших учебных заведениях III-IV уровня аккредитации, а в 2014 г. их количество составило только 60,6% по сравнению с 2007 г. Одновременно наблюдается постоянное сокращение студентов в высших учебных заведениях I-II уровней аккредитации на 52,5% от количества обучающихся в 2000 г. (прил. Е, табл. Е.6).

Таким образом, несмотря на сохраняющуюся тенденцию к сокращению численности постоянного и экономически активного населения Украины, количество людей, которые хотят получить высшее образование остается достаточно высоким.

Гуманитарный капитал сегодня превращается в основной производственный ресурс, что обнаруживает сильную связь между изменениями экономических, социокультурных и технологических факторов.

Значительная доля высокообразованных и высококвалифицированных людей в Украине обуславливает усиление интеллектуализации труда. Возрастает потребность в творческом труде, творческой деятельности, творческой самореализации, для чего необходимо больше свободного времени. Поэтому преимущество должно отдаваться организации питания в ресторанном бизнесе, что позволит высвободить значительную часть времени для дальнейшего развития личности. Одновременно меняется взгляд на ассортимент и качество продукции и услуг, предъявляются повышенные требования к их качеству, что вызывает необходимость в развитии и постоянном совершенствовании ресторанного бизнеса для удовлетворения возрастающих и видоизменяющихся потребностей населения.

Важным фактором для развития ресторанного бизнеса выступают доходы населения и заработная плата. Так, анализ уровня заработной платы в Украине на конец 2014 г. показал, что ее среднемесячное значение составило 3480 грн. (прил. Ж, табл. Ж.1). Однако по отраслям размер заработной платы колеблется в значительных пределах. В Донецкой области, как промышленно-развитом регионе, средняя заработная плата на 10,9% выше, чем средняя зарплата по Украине, но на 3,3 % ниже, чем средняя зарплата в промышленности. Несмотря на это, достаточно высокий уровень средней заработной платы способствует тому, что трудящиеся чаще пользуются услугами ресторанного бизнеса, что положительно сказывается на его эффективности.

Более глубокий анализ показывает, что средняя заработная плата на душу населения на 01.01.2015 г. составила 1157,7 грн. (для сравнения – прожиточный минимум для этого года составил 1113,67 грн.). Тем не менее, некоторое превышение средней заработной платы на душу населения прожиточного минимума еще не свидетельствует о лучшей обеспеченности населения, потому что структура населения достаточно разнообразна по уровню доходов. Все еще остается достаточно большая группа населения, совокупный доход которых ниже прожиточного

минимума. Таким образом, данные исследования подчеркивают, что в Украине сохраняется низкая социальная защищенность человека. Тем не менее, чрезмерная опека со стороны государства также может иметь отрицательные последствия в виде отсутствия стимула для поиска возможностей увеличения доходов путем повышения уровня образования и т.п. Однако при существующем положении с доходами на душу населения пользоваться услугами ресторанного бизнеса для основной массы потребителей является достаточно проблематичным.

Из дохода, который находится в распоряжении населения, на приобретение товаров и услуг тратится более 90% средств ежемесячно. Наибольший удельный вес в сумме доходов кроме заработной платы в 2013 г. по-прежнему составляют социальная помощь и другие полученные трансферты (37,9%), прибыль и смешанный доход (15,7%) (табл. 2.12). В последнее время наметилась тенденция к сокращению удельного веса в совокупном доходе заработной платы при увеличении дохода от собственности (с 2,0% в 2000 г. до 5,7% в 2013 г.) и социальной помощи (с 34,9% до 37,9% соответственно). Это свидетельствует об усилении государственной заботы о человеке. Более активными стали действия граждан со своей собственностью, которые проявляются в ее частичной или полной продаже, сдаче в аренду. Однако все вышеперечисленные показатели претерпели существенные изменения в 2014 г. в сторону снижения, что сказалось на уровне социальной защищенности населения.

Существующая потребительская корзина представлена минимальным набором товаров, продуктов и услуг для жизни [169]. Потребительская корзина составлялась исходя из научно обоснованных норм питания на определенный период времени, потребления промышленных товаров, духовного развития. В сущности, это была копия с не менее идеализированной «корзины» времен СССР. Однако этот параметр не учитывался при разработке уровня социальных выплат, потому что в условиях галопирующей инфляции правительство вынуждено было заменить потребительскую корзину таким показателем, как уровень малообеспеченности. Под этот уровень была собрана другая корзина. В нее включены продукты питания (около 70%), квартплата (15%) и промышленные товары (15%).

Таблица 2.12 – Динамика изменения доходов населения и их структуры в Украине\*

Показатели	Годы														
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Заработная плата на душу населения в месяц, грн.	95,6	115,3	138,2	161,89	208,3	279,84	368,4	611,3	672,2	684,3	818,0	967,0	1113,6	1157,7	1098,5
Доходы на душу населения в месяц, грн.	220,3	270,4	324,0	376,0	487,3	655,76	847,8	1109,3	1551,9	1633,3	2003,6	2315,0	2664,2	2842,8	2456,7
в т.ч.															
прибыль и смешанные доходы, грн.	42,2	50,5	58,7	63,34	77,9	97,05	124,3	272,2	238,6	238,9	291,2	366,0	411,0	447,3	378,1
доходы от собственности, грн.	5,7	7,3	9,3	11,69	14,8	17,88	24,9	59,1	55,98	63,4	123,5	124,3	147,6	161,4	124,5
социальная помощь и другие текущие трансферты, грн.	76,8	97,2	117,8	137,76	186,3	260,99	330,3	669,8	585,1	646,7	771,0	857,8	991,9	1076,3	845,4
Удельный вес структуры доходов:															
заработная плата, %	43,4	42,6	42,1	43,1	42,8	42,7	43,5	44,0	43,3	41,9	40,8	41,8	41,8	40,7	44,7
прибыль и смешанные доходы, %	19,2	18,7	18,1	16,9	16,0	14,8	14,5	15,2	15,4	14,6	14,5	15,8,8	15,4	15,7	15,4
доходы от собственности, %	2,0	2,7	2,9	3,5	2,9	2,7	3,9	3,3	3,6	3,9	6,2	5,4	5,5	5,7	5,1
социальная помощь и другие трансферты, %	34,9	36,0	34,8	36,6	38,2	39,8	39,0	37,4	37,7	39,6	38,5	37,1	37,2	37,9	34,4

\* Рассчитано по данным [253, с. 338, 395; 257, с.372]

Вместе с потребительской корзиной существует понятие «прожиточный минимум» – стоимостная величина так называемого достаточного для обеспечения нормального функционирования организма человека уровня, сохранения его здоровья, набора продуктов питания, а также минимального набора непродовольственных товаров и услуг, необходимых для удовлетворения основных социальных и культурных потребностей личности. Прожиточный минимум устанавливается Кабинетом Министров и утверждается Верховной Радой Украины. На 2014 г. на одного человека в месяц установлен прожиточный минимум в размере 1176,0 грн. (с 01.01.2015 г. данный показатель остался неизменным), а также отдельно для тех, кто относится к основным социальным и демографическим группам населения (дети до 6 лет, дети от 6 до 18 лет, трудоспособные лица и лица, утратившие трудоспособность) (прил. Ж, табл. Ж.2).

Наборы продуктов питания, непродовольственных товаров и услуг утверждены Постановлением Кабинета Министров Украины от 14 апреля 2000 г. N 656. Фактические расчеты осуществляется на основании специальной Методики определения прожиточного минимума (приказ Министерства труда и социальной политики Украины, Министерства экономики Украины, Государственного комитета статистики Украины от 17 мая 2000 г. N 109/95/157). Однако установленный минимум в Украине не способен обеспечить нормальное существование человека из-за того, что не учитывает всю совокупность изменений, которые происходят, а также рост и видоизменение потребностей населения.

При формировании бюджета ежегодно утверждается новый уровень малообеспеченности, но все выкладки координируются ориентируясь на уровень минимальной заработной платы. Орыв от минимальной потребительской корзины был ликвидировано только в 2001 г., когда Верховная Рада приняла Закон о прожиточном минимуме. Прожиточный минимум в новой редакции выглядит как перечень товаров и услуг, необходимых для поддержки нормальной жизнедеятельности и для 2014 г. установлен в размере 1176,0 грн. на человека, в зависимости от принадлежности его к возрастным или другим категориям населения. Однако

минимальная зарплата на душу населения не может быть ниже прожиточного минимума, реально она до него не «дотягивает», и достаточно существенно.

Величина свободного времени населения выступает одним из факторов, который влияет на развитие ресторанного бизнеса. Вполне логично – чем больше у человека свободного времени, тем выше вероятность того, что в организации питания преимущество будет отдаваться именно внедомашнему питанию с целью максимального сохранения величины свободного времени для дальнейшего всестороннего и гармоничного развития личности.

В последние годы наблюдается тенденция к сокращению средней продолжительности рабочего времени и фонда рабочего времени в частности (табл. 2.13). С 2002 г. по 2014 г. средняя продолжительность рабочего времени уменьшилась на 1,9%, при снижении фонда рабочего времени на 2,5%. Одновременно отмечается рост потерь рабочего времени на 13,0% по сравнению с 2002 г. и на 7,0% по сравнению с предыдущим годом (2013 г.). Из проведенного анализа вытекает предположение о том, что часть высвобождающегося времени трудящиеся могут тратить на приобретение услуг в ресторанном бизнесе при надлежащих доходах.

Таблица 2.13 – Использование фонда рабочего времени (ФРВ)\*

Годы	Фонд рабочего времени всего, ч.	Средняя продолжительность рабочего времени, ч.	Отработано		Неявки по уважительным причинам		Потери ресторанного бизнеса	
			часов	% в ФРВ	часов	% к ФРВ	часов	% к ФРВ
1	2	3	4	5	6	7	8	9
2002	1937	5,3	1623	83,8	230	11,9	84	4,3
2005	1931	5,3	1668	86,3	226	11,7	37	2,0
2006	1922	5,3	1672	87,0	218	11,3	32	1,7
2007	1932	5,3	1689	87,4	218	11,3	25	1,3
2008	1943	5,2	1687	86,8	219	11,3	59	3,0
2009	1971	5,4	1542	78,2	237	12,0	31	1,6
2010	1916	5,2	1638	85,5	278	14,5	28	1,5
2011	1911	5,2	1664	87,1	247	13,0	24	1,3

Продолжение таблицы 2.13

1	2	3	4	5	6	7	8	9
2012	1909	5,3	1668	87,4	241	12,6	25	1,3
2013	1907	5,2	1664	87,3	243	12,7	26	1,4
2014	1888	5,2	1628	86,2	260	13,7	29	1,5

\* Рассчитано по данным [250, с. 381; 252, с. 396, 397; 253, с. 390; 254, с. 379; 255, с. 369; 256, с.352; 257,с.362]; 2000-2001 гг., 2003-2004 гг., 2006 г. – данные отсутствуют

Сегодня, несмотря на высокую степень интеллектуализации труда, на отдельных предприятиях ресторанного бизнеса в Донецкой области удельный вес обслуживающего персонала в общем количестве работников колеблется в достаточно широких пределах (от 27,66% до 66,6%). Тем не менее, большое количество обслуживающего персонала еще не означает, что на этих предприятиях уровень качества предлагаемых услуг также будет высоким. Выявленная по результатам авторских исследований тенденция сокращения числа обслуживающего персонала в ресторанном бизнесе действительно способствует в определенной степени росту уровня качества услуг на отдельных предприятиях. Так, сокращение обслуживающего персонала на 22,2% привело к росту уровня качества услуг на 31,5%. А уменьшение количества обслуживающих работников на 7,82% привело к росту уровня качества на 8,22%. Исходя из сказанного следует, что на 1% сокращения численности обслуживающего персонала уровень качества в среднем увеличивался на 5,12-6,37%. Однако уменьшать количество обслуживающего персонала бесконечно нельзя. Оптимальным следует считать цифру не меньше 45% обслуживающего персонала в общей численности занятых на предприятии ресторанного бизнеса. Выявленный характер зависимости количества обслуживающего персонала и уровня качества услуг позволяет утверждать, что удельный вес обслуживающего персонала не может увеличиваться или снижаться без изменения всех качествообразующих факторов. Это находит свое отражение в изменении уровня качества предлагаемых потребителям в ресторанном бизнесе услуг. Оптимальные величины значений факторов в каждом конкретном случае определяются по состоянию факторов внешней и внутренней среды предприятия, его спецификой, местоположением, ценовой политикой и др.

Подтверждают тесноту зависимости в современных условиях выборочные обследования, проведенные лично автором в ресторанном бизнесе Донецкой области в 2005-2014 гг. Наиболее весомыми являются: зависимость качества от товарооборота на одно место, товарооборота на одно предприятие и удельный вес оборота по продукции собственного производства в общем товарообороте предприятия. Корреляционная зависимость качества от товарооборота на одного работника, заработной платы и уровня затрат обращает внимание на отсутствие тесной связи с аналогичными факторами на разных предприятиях, которые подтверждаются рассчитанными коэффициентами корреляции и t-статистики ниже критических значений. Виды зависимости уровня качества услуг от КОФ и теснота связи представлены в приложении И, табл. И.1, И.2. Вид зависимости определялся согласно приложению И, табл. И.3.

Используя Демо-версию программного продукта STADIA 7.0 был произведен расчет коэффициентов корреляции основных факторов развития ресторанного бизнеса. В результате получены данные, свидетельствующие о тесноте связи между выбранными факторами для таких типов предприятий как кафе и ресторан. Степень тесноты связи оценивается коэффициентами, которые изменяются в пределах от 0 до  $\pm 1$ .

Коэффициент корреляции рассчитывался по формулам:

$$\bar{x}_1 = \sum x_{1i} / n, \quad (2.9)$$

$$\bar{x}_2 = \sum x_{2i} / n, \quad (2.10)$$

где  $\bar{x}_1$  и  $\bar{x}_2$  - средние значения параметра

$$k = \frac{\sum (x_{1i} - \bar{x}_1) \cdot (x_{2i} - \bar{x}_2)}{\sqrt{\sum (x_{1i} - \bar{x}_1)^2} \cdot \sqrt{\sum (x_{2i} - \bar{x}_2)^2}} \quad (2.11)$$

Для исследуемых предприятий Донецкой области получены расчетные коэффициенты (табл. 2.14). Результаты свидетельствуют о том, что теснота связи отдельных факторов в ресторанах и кафе отличается. Так, очень сильная связь

отмечается по выбранной совокупности предприятий типа «кафе» и «ресторан» только по фактору оборот по продукции собственного производства на 1 место. По другим – очень сильная связь характерна для кафе с фактором себестоимость продукции и услуг, численность работников предприятия и работников производства; выработка на одного работника предприятия – сильная; слабая с фактором валовой доход и очень слабая – с заработной платой. В ресторанах также очень слабая связь развития оказалась с фактором средняя заработная плата; слабая – с выработкой на одного работника производства и численностью работников производства; сильная и достаточно сильная связь оказывается с валовым доходом и себестоимостью продукции и услуг, соответственно. Учитывая критерии Фишера и Стьюдента, получаем определенную зависимость (прил. И, табл. И.3).

Таблица 2.14 – Коэффициенты корреляции отдельных факторов развития с товарооборотом предприятий ресторанного бизнеса

Факторы развития	Коэффициенты корреляции	
	для кафе	для ресторанов
1	2	3
1. Оборот по продукции собственного производства на одно место	0,9	1,0
2. Численность работников предприятий РБ	0,7	1,0
3. Численность производственных работников предприятий ресторанного бизнеса	0,8	0,6
4. Производительность одного работника предприятия ресторанного бизнеса	0,80	0,4
5. Производительность одного работника производства предприятия РБ	0,6	0,5
6. Себестоимость продукции и услуг РБ	1,0	0,8
7. Валовой доход предприятий РБ	0,3	0,6

В целом, для кафе и ресторанов критичное значение коэффициента корреляции составляет 0,788 при количестве значимых коэффициентов для кафе – 13 (28%), для ресторанов – 11 (30%). Собственные значения и процент объяснимой дисперсии факторов (с 1 по 4) для исследуемых типов представлены в табл. И.4 (прил. И).

Несмотря на низкую тесноту связи и наличие мультиколлинеарности между отдельными факторами развития ресторанного бизнеса отбрасывать полностью их нельзя, потому что величина коэффициента корреляции значительно превышает его случайные ошибки, а вероятность отсутствия связи мала и колеблется в пределах 3,407-3,505.

Социологические опросы, проведенные на исследуемых предприятиях ресторанного бизнеса Донецкой области, свидетельствуют о том, что большинство потребителей, посещающих предприятия, это мужчины (прил. К, табл. К.1). В большинстве случаев, мужчины и женщины отдают предпочтение такому типу предприятий как бар (62,5% и 44,3% соответственно). Несколько меньшее преимущество потребители отдают кафе (всегда и часто посещают 42,3% мужчин и 41,8% женщин). Семейные люди посещают предприятия питания разных типов несколько реже, чем одинокие. Это говорит о том, что данная категория потребителей предпочитает в свободное время организацию питания не в ресторанном бизнесе, а в домашних условиях. Тем более что это люди деловые (предприниматели и бизнесмены), для которых время – это ценный ресурс, и они его стараются использовать с высокой долей эффективности.

Таким образом, в современных условиях невозможно достичь успеха, если концентрировать внимание исключительно на анализе только одной группы факторов и осуществлять только на основе этих результатов разработку планов реформирования деятельности предприятий и ресторанного бизнеса в целом. В условиях высокого динамизма внешней среды вероятность выживания предприятия на рынке находится в положительной корреляционной зависимости от активности его действий в направлении «избегания» или «сглаживания» рыночных угроз и максимального использования существующих явных возможностей. Т.е. при формировании альтернативы на перспективу проводится анализ по возможности всех (или стремиться к такому) уровней его среды, а также общих и специфических факторов в комплексе и во взаимосвязи.

Много факторов как внешней, так и внутренней среды можно назвать факторами потенциальной угрозы стабильности и развитию ресторанного бизнеса. Для создания системы раннего предупреждения появления опасных факторов необходима четкая система мониторинга, которая может осуществляться на базе классификации этих факторов, что позволяет качественно организовать их сканирование. Возникновение неустойчивых ситуаций в значительной степени обуславливается внутренними факторами, в первую очередь, неэффективным менеджментом и его составными, во вторую. В то же время рассмотренные факторы, способствующие развитию неустойчивости, как при отдельном, так и при комплексном воздействии (при надлежащем потенциале и надлежащем мониторинге и управлении), не обязательно будут иметь катастрофические последствия, и не всегда будут приводить к кризису.

Главной задачей анализа факторов развития выступает деятельность по нейтрализации или нивелированию влияния отрицательных факторов внешнего окружения и уменьшению их количества и степени воздействия. Следующей, не менее важной задачей, подлежащей решению, должно стать стремление к наиболее полному использованию положительных возможностей для развития ресторанного бизнеса, которые находятся внутри или за пределами предприятия. Т.е. увеличение имеющегося качественно-количественного потенциала внешнего окружения и внутренних резервов.

## Выводы по разделу 2

В результате исследования обоснованы методологические принципы исследования развития ресторанного бизнеса на базе использования диалектического метода в анализе, проявляющегося через ряд конкретных методик. Предложена оптимизация методов исследования ресторанного бизнеса в виде систематизации их многообразия с целью устранения недостатков и разрозненности в использовании методов исследования ресторанного бизнеса для их комплексного взаимосвязанного применения и выявления причин неудовлетворительного состояния развития ресторанного бизнеса, что позволяет наметить эффективные пути его развития на перспективу. Отличительной чертой предложенной систематизации является обеспечение их комплексного взаимосвязанного применения. Выявлено, что различные цели исследования определяют разные подходы к оценке потенциала предприятия, а также выбор соответствующих методов. Применение конкретной совокупности методов анализа и диагностики развития в исследованиях предполагает их использование в комплексе, т.е. одновременный анализ как количественных и качественных параметров, так и экспертных и потребительских оценок. Что повысит объективность оценки и позволит принять эффективные управленческие решения для дальнейшего развития ресторанного бизнеса.

Сформирована система показателей результативности управления развитием ресторанного бизнеса, которая впервые составлена из взаимозависимых и взаимоопределяющих групп и отличается новым трехмерным подходом обеспечения адаптивности показателей к условиям развития, учитывающих одновременно социальную полезность и экономическую эффективность предприятий, что позволило комплексно использовать количественные и качественные параметры для определения фактического уровня и применять при планировании дальнейшего развития ресторанного бизнеса. Предложенная комплексная система показателей результативности управления развитием ресторанного бизнеса в своем составе

содержит наиболее значимые. Основными являются те, которые характеризуют конечные результаты торгово-производственной деятельности, позволяют оценить меру социальной полезности и условия функционирования ресторанного бизнеса. В системе обеспечена соподчиненность и органическая взаимосвязь с другими элементами в рамках народного хозяйства, обеспечивается объективный мониторинг реальных и потенциальных возможностей, сравнимость показателей во времени, что позволяет целостно воспринимать объект исследования для дальнейшего формирования комплекса мероприятий по мобилизации имеющегося потенциала для повышения эффективности управления развитием ресторанного бизнеса. Выбор представленных показателей диктуется соображениями методического характера. Расчет показателей в пределах предприятия прост, опирается на действующую отчетность, показатели носят сквозной характер, являются относительными или средними величинами (что обеспечивает их сопоставимость в пространственно-временном разрезе).

В ходе исследования раскрыт характер и степень влияния общих и специфических факторов и предложена их классификация, в основу которой положена система причинно-следственных отношений на основе выбора признаков группировки, раскрыт характер и степень влияния специфических (отраслевых) факторов через группы, которые характеризуют развитие сети, потребительскую структуру населения и качествообразующие. Отличительной чертой предложенной систематизации является обеспечение их комплексного взаимосвязанного применения для выявления причин неудовлетворительного состояния и разработки направлений эффективного развития ресторанного бизнеса на перспективу. Определено, что в условиях высокого уровня изменчивости внешней среды вероятность выживания предприятий ресторанного бизнеса на рынке находится в положительной корреляционной зависимости от активности его действий в направлении «избежание» или «сглаживание» рыночных угроз и максимального использования существующих явных возможностей. Для создания системы раннего предупреждения появления опасных факторов обоснована система мониторинга, которая реализуется на базе

классификации факторов. Установлено, что возникновение неустойчивых ситуаций в значительной степени обуславливается внутренними факторами и, в первую очередь, неэффективным менеджментом. В то же время рассмотренные факторы, которые способствуют развитию неустойчивости, как при отдельном, так и при комплексном влиянии, не обязательно будут иметь катастрофические последствия, и не всегда будут приводить к кризису. Выводы подтверждены соответствующими расчетами с использованием системы STADIA 7.0.

### **РАЗДЕЛ 3**

## **ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ МЕХАНИЗМ УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА**

### **3.1. Организационно-информационный механизм управления развитием ресторанного бизнеса**

Становление и развитие рыночных отношений побуждает субъектов ресторанного бизнеса перестраивать производственно-торговую деятельность с целью выживания, стабилизации и последующего устойчивого развития. При этом для подавляющего большинства субъектов хозяйствования актуальным является поиск рыночных возможностей развития, поскольку ориентация на традиционную продукцию и услуги, традиционные методы организации их производства, реализации и организации потребления в условиях динамичных изменений среды функционирования является бесперспективным и не может обеспечить устойчивого роста и развития.

Согласно теории экономического развития развитие любого объекта представляет собой необратимые и закономерные количественно-качественные изменения социально-экономической системы, выводящие ее на более высокий уровень. Количественный рост обуславливает рост объемов товаров, а качественный – предусматривает совершенствование самой структуры и отвечает реальному разнообразию социальных потребностей (рост разнообразия средств удовлетворения спроса). Экономическое развитие выступает одновременно условием и результатом экономической свободы предприятий ресторанного бизнеса в рыночных условиях, что предопределяет организацию процесса управления развитием ресторанного бизнеса на определенных принципах и выполнение ряда общих и специфических функций.

Отслеживание, измерение и анализ процессов развития и оценки состояний предприятия, выявление проблемных ситуаций, событий, «узких мест», отрицательных

тенденций, угроз и возможностей, в том числе «слабых сигналов» и ошибок базируется на принципах: экономичности; оптимальности; системности; адекватности и релевантности; своевременности; обучаемости [80; 196].

Однако мы оперируем термином «управление», сущность которого определяется как деятельность всех субъектов, обеспечивающая становление, стабилизацию, оптимальное функционирование и обязательное развитие организации [107]. При этом автор, и с ним следует согласиться, акцентирует внимание на том, что в этом определении просматривается два основных момента: 1) целенаправленность деятельности; 2) отличие управления как вида деятельности от других.

Необходимость в управлении возникает всегда, когда необходимо достичь поставленную коллективом, для коллектива или конкретной личности (предприятия, ресторанного бизнеса) цель. То есть ответ на вопросы: где, когда, зачем нужно и как реализовать поставленные цели, раскрывает сущность управления и, соответственно, формирует понимание сущности процесса управления развитием. Четко сформулированная цель предполагает решение целого ряда задач и достижение определенных результатов исходя из поставленной цели, что делает процесс управления – целенаправленным.

Рассматривая процесс управления, следует четко разграничить различные его направления. Управлять можно функционированием ресторанного бизнеса, а можно управлять развитием. Отдельные авторы утверждают, что это две составляющие единого процесса управления. Однако и функционирование, и развитие имеют разное содержание, что обусловлено разными объектами управления, а, соответственно, различными целями и задачами. Так, процесс управления предполагает изначально управление процессом деятельности в ресторанном бизнесе, который ориентирован на настоящее состояние в отрасли. В этом случае задачи управления будут касаться управления процессом настоящего состояния объекта управления. Процесс управления развитием направлен на «наращивание» (накопление) потенциала ресторанного бизнеса, повышение эффективности его функционирования и рост популярности среди потребителей продукции и услуг. Т.е. объектом процесса

управления развитием ресторанного бизнеса являются процессы преобразования и обеспечения развития ресторанного бизнеса, направленные на перспективу, обеспечивающие адекватное восприятие потребностей ресторанного бизнеса, реальных и потенциальных потребителей, возможностей развития, обеспечивающих формулировку четких и реальных целей развития, выбор рациональных способов их достижения, надлежащий контроль над ходом осуществления преобразований всех видов деятельности ресторанного бизнеса и своевременное принятие корректирующих решений. Управленческая деятельность становится в меньшей степени направленной на администрирование (бюрократизацию, управление посредством волевых решений руководителя) и в большей – на преобразования (демократизацию процесса управления).

Таким образом, управление развитием ресторанного бизнеса – это составляющая управленческой деятельности по выполнению функций организации, анализа, прогнозирования, планирования и контроля соответствующими подсистемами учета, процессов разработки и реализации перспективных мероприятий по повышению эффективности функционирования ресторанного бизнеса, обеспечивающая целенаправленность и организованность системы с оптимизацией информационно-функциональных связей, характеризующих количественно-качественные параметры производства продукции и предоставления услуг необходимого качества на всех этапах их жизненного цикла.

Подсистема «Организация» направлена на организацию деятельности всех служб и подразделений предприятий ресторанного бизнеса (или ресторанного бизнеса как отрасли в целом) в соответствии с поставленными целями. Чтобы реализовать цель его развития необходимо присутствие персонала соответствующей квалификации, который будет осуществлять выполнение задач различного уровня сложности на всех этапах жизненного цикла продукции и услуг ресторанного бизнеса. Поэтому одной из задач подсистемы «Организация» является распределение обязанностей среди работников в зависимости от уровня подготовки и квалификации (функциональные обязанности, права, ответственность).

Функционирование подсистемы «Организация» обеспечивает согласованность действий участников совместной деятельности. Для повышения производительности совместной трудовой деятельности необходимо, чтобы участники этого процесса имели четкое представление о целевом назначении конечных результатах своего труда, особенностях спроса основного контингента потребителей, специфике предоставления услуг и продукции в ресторанном бизнесе; были заинтересованы в получении высоких конечных результатов; испытывали удовлетворение от процесса деятельности и полученных результатов своего труда.

Подсистема «Анализ» в управлении развитием ресторанного бизнеса является процессом генерирования альтернатив исходя из складывающейся ситуации и ожидаемых результатов, постановки диагноза и выявления причин отклонения движения системы от заданной траектории для формулировки выводов о различных сторонах его деятельности. Анализ осуществляется в процессе выполнения функций управления в соответствующих подсистемах и предполагает системное и постоянно обновляемое изучение содержания, структуры, особенностей взаимодействия между отдельными элементами управляемого объекта и его движением, динамики для реализации основной цели – создания теоретических (с философской точки зрения) предпосылок дальнейшего развития объекта управления и повышения эффективности его функционирования.

Подсистема «Прогнозирование» является основой определения приоритетов и направлений дальнейших действий в плане развития ресторанного бизнеса. Значимость и необходимость качественного прогнозирования сложно переоценить. Основными его функциями выступают: определение и анализ сложившихся закономерностей и тенденций экономического развития ресторанного бизнеса; оценка выявленных тенденций в перспективе, учет положительных и отрицательных последствий обнаруженных тенденций; предвидение новых экономических ситуаций, новых проблем; выявление возможных альтернатив развития на перспективу; накопление информации, позволяющей выбрать наиболее оптимальное и эффективное направление развития ресторанного бизнеса в перспективе. Прогнозирование

может не соответствовать сложившейся организационной структуре экономики предприятия и не иметь конкретного административного адреса [257]. Тем не менее, прогноз базируется на предвидении и выступает альтернативным и вариантным решением развития ресторанного бизнеса.

Подсистема «Планирование» усиливает направленность деятельности ресторанного бизнеса на достижение поставленной цели и делает деятельность целенаправленной. Сама природа процесса планирования направлена на преодоление существующего вероятностного характера развития ресторанного бизнеса. Процесс разработки плана носит вариантный характер, но утвержденный план – это уже выработанный установочный вариант развития (определенное и утвержденное направление), подлежащий практической реализации. Директивный характер планирования обуславливает его обязательную целенаправленность, т.е. адресность. Данная подсистема позволяет моделировать возможные конечные результаты с учетом имеющихся потенциальных возможностей и нацеливать коллектив на достижение запланированных результатов в будущем, разрабатывать состав и структуру дальнейших действий.

Таким образом, подсистемы «Прогнозирование» и «Планирование» являются дополняющими друг друга функциями управления развитием ресторанного бизнеса.

Динамичность среды, в которой функционирует ресторанный бизнес, обуславливает потребность в эффективном управлении процессом развития. Это вызывает необходимость оценки и сравнения фактического состояния и уровня развития объекта управления с планируемым, выявление отклонений в развитии системы, определение (формирование) резервов для изменений и оперативную корректировку запланированных мероприятий. Для этого нужно своевременно реагировать на поступающую информацию о происходящих изменениях во внешней и внутренней среде. Поступающая информация позволяет своевременно реагировать на появляющиеся отклонения от плана мероприятий по развитию ресторанного бизнеса и оперативно изменять ход работ по обеспечению реализации специальных

действий. Это все позволяет обеспечить функционирование подсистемы «Контроль», являющейся еще одной из общих функций управления.

Информационная составляющая позволяет обеспечить организационный компонент механизма управления развитием необходимым объемом данных о состоянии внешней и внутренней среды в виде отчетов о результатах деятельности за различные предыдущие периоды, результатов специальных исследований рынка и деятельности объекта изучения, маркетинговых исследований, социологических опросов и др.

Для иллюстрации осуществления процесса управления развитием ресторанного бизнеса, его необходимо смоделировать, представив в виде определенного организационно-информационного механизма, являющегося составным элементом единого организационного механизма управления развитием ресторанного бизнеса. В данном смысле организационно-информационный механизм будет выступать организационным инструментом, с помощью которого система управления развитием будет воздействовать на объект управления. Построить модель процесса означает описать определенное явление в обобщенной форме, причем, таким образом, чтобы она, с одной стороны, воссоздавала его функции, а с другой – отображала внутреннюю структуру явления [20]. Однако создать такую модель организационно-информационного механизма управления развитием ресторанного бизнеса, которая бы включала действие всех элементов и связи системы современными методами и средствами пока что не представляется возможным. Однако это совсем не означает, что научные поиски в этом направлении не должны осуществляться. Наоборот, объем модели, как правило, ограничивается отдельными, наиболее важными и актуальными на конкретном этапе целями и задачами, от которых зависит функционирование системы. С учетом этого модель должна включать и систему управления развитием, что обуславливает необходимость формирования ее в определенном виде. Авторская точка зрения сводится к тому, что организационно-информационный механизм управления развитием ресторанного бизнеса должен рассматриваться как комплексная реализация соответствующих функций по развитию ресторанного

бизнеса и включать следующие подсистемы: организация деятельности всех служб и подразделений; учет оценок результатов всех видов деятельности ресторанного бизнеса и реальных условий их осуществления; прогнозирование направлений развития ресторанного бизнеса; планирование эффективных мероприятий по их осуществлению под динамичным воздействием факторов среды; контроль оценки состояния и уровня развития. Однако ни одна из представленных подсистем не может обойтись и функционировать без подсистемы «Анализ», изучающей складывающуюся ситуацию в ресторанном бизнесе для диагностики, выявления причин отклонений и генерирования альтернатив его развития (рис. 3.1).

Таким образом, организационно-информационный механизм управления развитием ресторанного бизнеса учитывает комплексное влияние системы управления развитием через оптимизацию информационно-функциональных связей, которые характеризуют изменения количественно-качественных параметров продукции и услуг на всех этапах их жизненного цикла на базе имеющегося производственно-торгового потенциала предприятий ресторанного бизнеса [309].

Использование разработанного организационно-информационного механизма позволит повысить в целом эффективность функционирования организационно-экономического механизма управления развитием ресторанного бизнеса и разработать методические рекомендации по совершенствованию управления развитием ресторанного бизнеса.

Продукция и услуги определенного качества и количества создаются в процессе производства, реализации и организации потребления. Последовательность выполнения этих функций ресторанного бизнеса характеризуется прямыми связями. Корректирующие и контрольные функции показаны в виде обратных связей. Причем, обратные связи имеют исключительно важное значение для управления развитием, потому что степень удовлетворения потребностей проявляется только в процессе потребления путем сравнения фактически предложенных продукции и услуг с эталонным представлением о внутреннем их содержании.

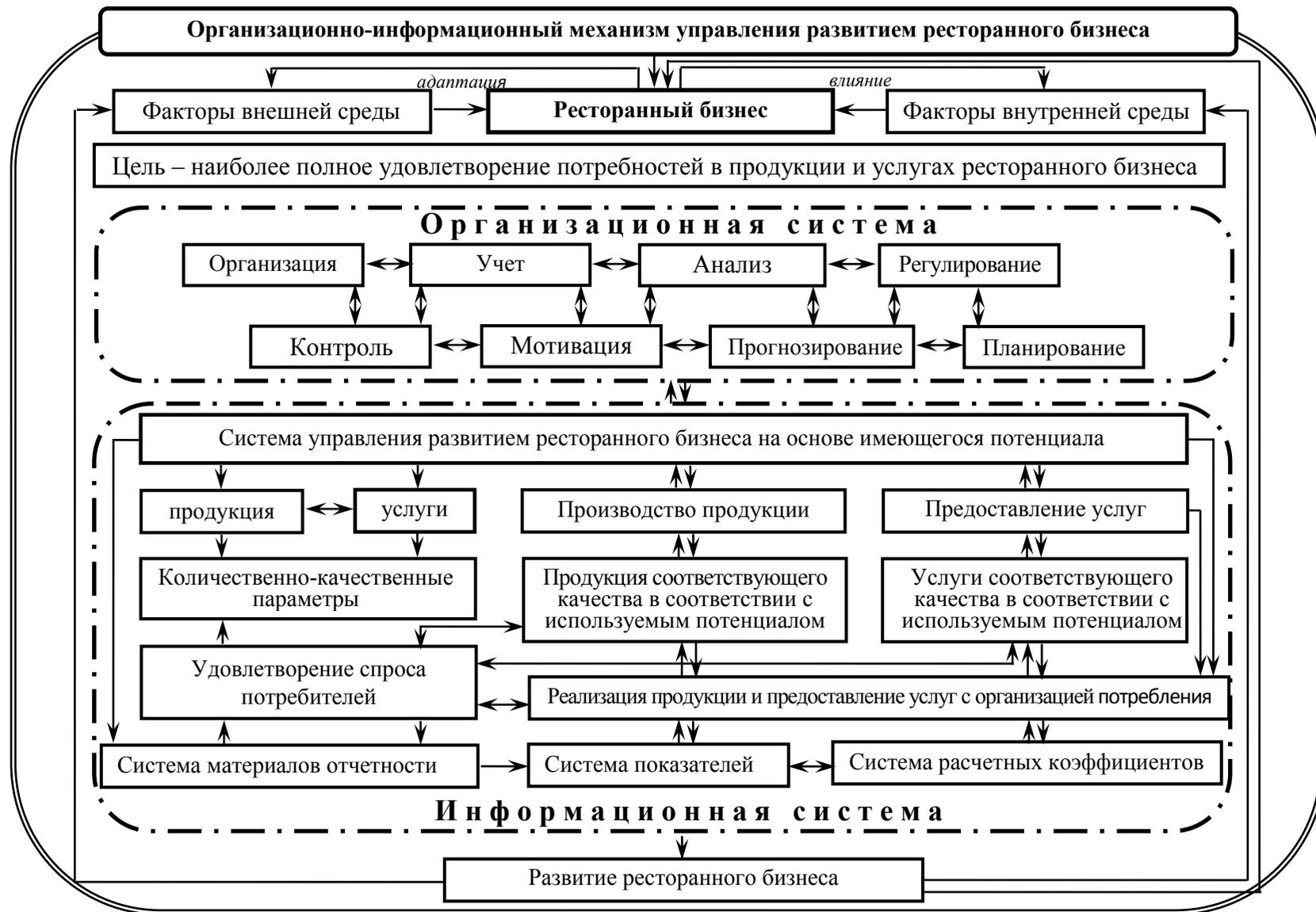


Рисунок 3.1 – Организационно-информационный механизм управления развитием ресторанного бизнеса

Таким образом, процессы управления развитием ресторанного бизнеса, представленные прямыми и обратными связями, можно рассматривать как процессы обмена информацией. Возможность получения информации для характеристики причинно-следственных связей, оказывающих воздействие на развитие, является главным условием моделирования системы и формирования организационно-информационного механизма управления развитием ресторанного бизнеса.

Процесс реализации организационно-информационного механизма управления развитием ресторанного бизнеса обеспечивается использованием современных информационных технологий. С появлением новых информационных технологий возникает потребность в их внедрении в ресторанном бизнесе, т.к. они позволяют не только и не столько расширить обеспеченность ресторанного бизнеса различными видами информации, но и защитить от негативного воздействия пользователей данных технологий, упростить процесс прогнозирования, планирования и т.п. В связи с появлением большого количества информационных технологий возникает потребность не просто в их внедрении в ресторанный бизнес, но и в систему управления и управления развитием в частности.

Предприятия и информационные системы оказывают взаимное влияние друг на друга. В результате чего информационные системы должны быть согласованы с потребностями конкретных предприятий в обеспечении необходимыми важными данными, а с другой стороны, предприятия должны уметь эффективно использовать различные информационные системы с целью получения конкурентных преимуществ в использовании современных информационных технологий и повышения конкурентоспособности предприятия на рынке [78].

В процессе развития общества информационные системы преобразуются и усложняются, простые превращаются в интегрированные, интерактивные инструменты используются всеми подразделениями предприятий в процессе организации процесса его функционирования и в процессе принятия управленческих решений в том числе.

Информационная система включает организационные и коммуникационные средства, осуществляющие сбор, обработку и доведение до руководителей различных

иерархических уровней и структурных подразделений управления информации и данных, характеризующих состояние, динамику и результативность реализации направлений развития ресторанного бизнеса. Предоставляемая информация должна отражать не только динамику экономического роста и тенденции, но и состояние окружающей среды, а также возможные последствия происходящих изменений.

Достаточно широко стали использоваться в ресторанном бизнесе системы телекоммуникаций, одним из основных элементов которых является сеть Интернет, обладающая уникальными возможностями для реализации задач управления и являющаяся носителем маркетинговой информации, необходимой при разработке направлений развития в ресторанном бизнесе, что обуславливает гибкость в неопределенной рыночной среде.

В предложенном организационно-информационном механизме учтены следующие принципы:

управление развитием ресторанного бизнеса является органической составляющей общей системы управления ресторанным бизнесом, а потому базируется на общих принципах управления;

управление развитием должно осуществляться на всех стадиях жизненного цикла товара (продукции и услуг): проектирование производства (разработка, внедрение и производство), реализация и организация потребления.

На стадии проектирования производства осуществляется разработка новой продукции и услуг, готовятся организационно-техническая и технологическая базы для производства высококачественного товара (продукции и услуг) и условия для выхода товара на рынок. Это обуславливает необходимость их внедрения, конкретно производство продукции и услуг и обеспечивает стабильность, увеличение количества и уровня их качества с одновременным совершенствованием технических условий тех участков производственной деятельности, которые не отвечают требованиям.

На стадии реализации количество предложенных продукции и услуг может увеличиваться, но качество должно быть одинаково высоким независимо от условий реализации и предоставления продукции и услуг.

Стадия организации потребления завершает полный производственный цикл продукции и предоставления услуг. На этой стадии должны обеспечиваться условия для непрерывного функционирования системы обслуживания и сохранения высокого качества товара; обеспечиваться высокая культура поведения обслуживающего персонала и необходимый комфорт для потребителей в залах предприятий.

Управление развитием ресторанного бизнеса носит комплексный характер, потому что предусматривает использование единой системы показателей результативности управления развитием ресторанного бизнеса для различных иерархических уровней.

Управление развитием осуществляется с помощью организационных мероприятий и комплекса соответствующих нормативных документов, которые регламентируют развитие всех систем ресторанного бизнеса на разных уровнях управления.

Раскрыть содержание процесса управления развитием ресторанного бизнеса, формализованного в организационно-информационном механизме, конкретизировать эту деятельность с учетом практических задач можно на основании исследования функций управления развитием (рис. 3.2).

Из схемы видно, что по характеру воздействия функции целесообразно разделять на целевые, обеспечивающие и контрольно-оценочные. Причем, целевыми в ресторанном бизнесе выступают прогнозирование и планирование, определяющие необходимость разработки и внедрения комплексной системы управления его развитием. Функции прогнозирования и планирования взаимосвязаны и реализуются последовательно. Сначала прогнозирование устанавливает динамику потребностей общества, тенденции развития отрасли, основные характеристики и показатели развития на перспективу, а потом разрабатываются плановые задания по развитию в динамике и в разрезе мероприятий соответствующих разделов плана развития на конкретные временные периоды (месяц, квартал, год и более продолжительные сроки), обосновываются прогнозы.



Рисунок 3.2 – Схема взаимосвязи типологизированных функций управления развитием ресторанного бизнеса

Успешное выполнение плана по развитию ресторанного бизнеса обеспечивается такими функциями, как организация, регулирование и координирование. Они выступают средствами реализации принятых по данным вопросам мер. Стимулы необходимы для эффективного мотивирования трудящихся к осуществлению процесса развития, максимально используя свои способности и творческий подход к решению поставленных задач.

Контрольно-оценочные функции способствуют установлению степени соответствия деятельности объекта принятым управленческим решением, а также выявлению результатов влияния органов управления и самоуправления на развитие ресторанного бизнеса в целом. Они представлены функциями: учет, анализ и контроль.

Своевременная объективная и полная информация обуславливает осуществление всех представленных функций в комплексе (во взаимосвязи и взаимодействии).

Информация получается благодаря функции учета и предусматривает сбор, обработку, анализ данных относительно показателей развития ресторанного бизнеса, а также передачу ее соответствующим уровням управления. Учет информации играет в общем количестве выполняемых функций не менее важную роль, однако самостоятельного функционального значения не имеет, а служит только средством для выполнения общих и специальных функций.

В целом следует сказать, что управление развитием ресторанного бизнеса через отмеченные выше основные функции реализует объективную необходимость преобразования ресурсов в потребительную стоимость с определенным уровнем полезности, ориентированную на удовлетворение конкретных потребностей. В системе управления развитием ресторанного бизнеса должен быть обеспеченный учет разумных потребностей людей в услугах питания и реальных возможностей предприятия по их удовлетворению.

Таким образом, организационно-информационный механизм управления развитием ресторанного бизнеса учитывает комплексное влияние системы управления развитием через оптимизацию информационно-функциональных связей, которые характеризуют изменения количественно-качественных параметров продукции и услуг на всех этапах их жизненного цикла на основе имеющегося производственно-торгового потенциала ресторанного бизнеса.

Использование разработанного организационно-информационного механизма позволит ресторанному бизнесу своевременно и оптимально адаптироваться к рыночным процессам и повысит уровень обоснованности направлений его развития, а также направлено на повышение в целом эффективности функционирования организационно-экономического механизма управления развитием ресторанного бизнеса и позволяет разрабатывать функциональные методические рекомендации по совершенствованию управления развитием ресторанного бизнеса.

### **3.2. Концептуальный подход к реализации экономической свободы деятельности ресторанного бизнеса**

Механизм управления развитием ресторанного бизнеса во многом определяется и зависит от уровня экономической свободы деятельности ресторанного бизнеса. Это обуславливает необходимость дальнейших исследований и определения сущности, уровней, критериев и других параметров экономической свободы.

Свойство рыночного механизма значительно усиливать экономический рост и способствовать в целом экономическому прогрессу получило признание в работах ученых современного периода, посвященных проблемам развития. Однако нельзя считать сам рыночный механизм исключительно продуктом процесса развития. Как отмечал раньше А. Смит, свобода обмена и осуществления соглашений само по себе является неотъемлемой частью основных свобод, которые настолько в цене у людей.

Свобода занимает ведущее положение в процессе развития [24]. Эта ее роль обусловлена ценностью свободы и ее эффективностью. Ценность достижений прогресса оценивается, прежде всего, по состоянию прав человека в обществе – насколько эти права расширились и окрепли. А уровень развития непосредственно зависит от свободной деятельности членов общества.

В общем понимании философская категория «свобода» характеризует сущность человека и его существование. В истории развития общества понятие свобода всегда рассматривалось в соотношении с необходимостью, воспринимаемой в виде судьбы, предопределения, управляющих поступками человека и выражающих свободу воли.

В разное время свободу определяли по-разному (прил. Л, табл. Л.1). Анализ эволюции категории «свобода» показывает, что понятие творческой свободы постепенно вытеснило понятие свободы от препятствий. В древней философии речь шла, прежде всего, о свободе и доле, потом о свободе от политического деспотизма и несчастья человеческого существования. В средние столетия подразумевалась свобода от греха и проклятий церкви. В эпоху Ренессанса и последующий период

под свободой понимали беспрепятственное всестороннее развитие человеческой личности. Трансформация взглядов привела к тому, что свобода определяется уже как деятельность, которая опирается на «познание необходимости». Согласно этому утверждению свобода личности, коллектива, класса, общества в целом состоит «не в воображаемой зависимости» от объективных законов, а в способности выбирать, «...принимать решения со знанием дела» [160, с. 116]. Свобода всегда конкретна и относительна. Объем человеческой свободы может служить мерой общественного прогресса, который, в свою очередь, позволяет утверждать наличие зависимости его элементов непосредственно от степени свободы, которую имеют люди в процессе своей деятельности.

В условиях трансформационной экономики проблема свободы стала глобальнее. От уровня свободы деятельности в ресторанном бизнесе и других сферах экономики зависит развитие предприятия, региона, государства в целом. Развитие выступает процессом расширения реальных прав и свобод, которыми пользуются все члены общества. Единой мощной основой для любых преобразований выступает именно свобода, в основе которой находятся три взаимозависимых ее формы: 1) личная (гражданская); 2) политическая; 3) экономическая.

Ранние исследования о свободе были связаны только с личностью (человеком). Современное понятие личной свободы подразумевает гражданскую свободу – права, в основе которых лежит естественное право. Именно на признании и гарантиях личной свободы построен гражданский конституционный порядок.

Развитие общества обусловило возникновение такой формы свободы как политическая. Она предполагает и означает право каждого на участие в управлении государством и общественными структурами непосредственно и через демократические процедуры, право пропагандировать и стараться осуществить любые намерения, пока они не предусматривают ограничения соответствующих прав других лиц и согласуются с юридическими актами. В общем понимании политическую свободу следует воспринимать как свободу от произвола власти.

Среди свобод, которыми дорожит свободное общество, экономическая свобода занимает особое место. Она выступает не только самоцелью, но и является основой для других форм свободы. История позволяет говорить сегодня о тесной связи между всеми ее формами. Как правило, рост экономической свободы сопровождался ростом политической и личной свободы, поскольку сопровождался процессом ухода от авторитаризма. Объективной основой возникновения экономической свободы выступает, прежде всего, разделение труда, из-за чего отдельные производители, а вместе с ними и потребители, отделяются друг от друга и становятся автономными в реализации своих целей.

В таком понимании следует признать, что сама категория «экономическая свобода» носит исторический характер и представляет собой динамическую характеристику всех экономических систем, поскольку принципы, которые заложены в основу ее реализации, постоянно изменяются в зависимости от условий конкретного типа хозяйствования. В самом общем представлении экономическая свобода допускает экономическую деятельность, осуществляемую без вмешательства правительства.

В условиях формирования рыночных отношений экономическая свобода деятельности по праву приобретает первостепенное внимание. Она признается сегодня всеми учеными и специалистами различных сфер деятельности. Но общее признание еще совсем не означает единства мнений (табл. 3.1).

Таблица 3.1 – Признаки экономической свободы

Авторы	Сущность термина
1	2
П. Рябоконт [225]	Свобода – это осознанная необходимость. Экономическая свобода с ее рынком, конкуренцией и предпринимательством – это осознанная необходимость выполнять экономическое законодательство.
А. Илларионов [120]	Экономическая свобода в современном понимании предполагает основанную на неприкосновенности частной собственности свободу вырабатывать, торговать, сохранять, инвестировать, пользоваться созданным и заработанным, вступать в экономические контакты с соотечественниками

1	2
	и иностранцами, устанавливать цены, пользоваться любыми денежными единицами по взаимному согласию сторон, принимающих участие.
Л. Р. Хасанова [285]	Экономическая свобода – это экономическое поведение субъектов хозяйствования при выборе форм собственности и сферы приспособления своих способностей, знаний, возможностей, профессии, способов распределения доходов, потребления материальных благ.
А. Чубрик, Е. Ракова, И. Пелипась [294]	Экономическая свобода предполагает базирующуюся на неприкосновенности частной собственности свободу вырабатывать, торговать, сохранять, инвестировать, пользоваться созданным и заработанным, вступать в экономические контакты с соотечественниками и иностранцами, устанавливать цены, пользоваться любыми денежными единицами по взаимному согласию контракта
Е. М. Азарян [2]	Экономическая свобода выступает своеобразной векторной направляющей механизмов взаимодействия структур рыночной экономики, которые обеспечивают им условия воспроизводства, основу которых представляет система цен.
Иев Вакес [72]	<p>Экономическая свобода является первопричиной богатства, которое служит противовесом политической власти и питает плюралистическое общество.</p> <p>Экономическая свобода – цель, которая включает в себя свое собственное обоснование и достижение которой само по себе желательно, поскольку она вообще расширяет диапазон личного выбора, как у потребителя, так и у производителя... Она может быть мощной силой продвижения демократии, а для сохранения свободы необходима высокая степень свободы экономической.</p>

Как видим, одни авторы [120; 286] допускают в качестве признака экономической свободы неприкосновенную частную собственность и на ее базе занятие любым видом деятельности, которая носит ограничительный характер. Поскольку субъекты хозяйствования могут иметь не только частную форму собственности, но и государственную, коллективную и другие, современная экономика старается

функционировать на принципах рыночных отношений, где имеют место сосуществования предприятия различных форм собственности. Поэтому ограничивать признаки экономической свободы только неприкосновенной частной собственностью неправомерно и является ограниченным подходом.

Другие авторы [225] рассматривают экономическую свободу как осознанную необходимость в выполнении экономического законодательства. В этом случае задействована только одна из составных понятия. Но без выбора сферы приспособления труда, способов распоряжения доходами и другими действиями немыслимо осуществление деятельности субъектов хозяйствования и выполнение экономических законов в рамках экономической свободы. Таким образом, и данное определение также является не полным.

Некоторые ученые [72] рассматривают экономическую свободу как причину, которая приводит к приобретению богатства и служит противовесом политической власти, питает плюралистическое общество. Но здесь выявляют себя определенные недоработки. Так, на первое место поставлена цель – богатство. Хотя его присутствие совсем не образует и не гарантирует наличия экономической свободы.

Встречаются точки зрения, согласно которым экономической свободе отведенная роль векторной направляющей механизмов взаимодействия структур рыночной экономики, которые обеспечивают им условия воспроизводства [2]. В этом трактовании условием и основой выступает система цен. По всей видимости, автор целиком осознанно суживает понятие или характеризует действие механизмов взаимодействия с помощью ценового фактора, что определено целью его исследования.

Наиболее полным следует признать определение, представленное Л. Р. Хасановой [285]. Автор под экономической свободой понимает конкретно экономическое поведение субъекта хозяйствования при выборе форм собственности, сферы приспособления и способов осуществления деятельности и всех с ней связанных составляющих.

Исходя из приведенного выше анализа следует, что недостатком всех представленных определений является восприятие авторами экономической свободы

в отрыве от предприятия и его ответственности за конечные результаты, не конкретизируя вид деятельности последних.

Расхождения обнаруживаются не только в определении сущности экономической свободы, но также и в поиске путей ее достижения. «Этого можно достичь, одинаково ограничив свободу всех с помощью единых абстрактных правил, предотвращающих произвол, дискриминацию или насилие со стороны одних людей по отношению к другим, препятствующих вторжению кого бы то ни было в сферу личной свободы каждого человека. Короче, совместные конкретные цели заменяются едиными абстрактными правилами. Правительство необходимо лишь для того, чтобы принуждать к выполнению этих абстрактных правил и тем самым ограждать индивида от насилия или вмешательства в сферу его личной свободы. В то время как принудительное подчинение совместным конкретным целям равносильно рабству, подчинение единым абстрактным правилам (сколь бы тяжелым ни казалось их бремя) обеспечивает простор для самой широкой свободы и разнообразия» [284, с. 111].

Основываясь на разных точках зрения экономистов по вопросу экономической свободы, следует обратить внимание на факт того, что ее следует рассматривать на разных иерархических уровнях. Такими будут уровень страны, региона, ведомства, предприятия. Особая роль в исследовании экономической свободы принадлежит уровню, который находится в основании – экономической свободы предприятия (деятельности). Таким образом, экономическая свобода может быть представлена в виде системы (рис. 3.3).

Каждый из выделенных уровней характеризуется своими определенными параметрами. Так, для измерения экономической свободы и определения рейтинга страны в мировой практике используется более 50-ти независимых переменных, которые образуют следующие 10 компонентов экономической свободы: торговая политика; налоговый пресс; государственное вмешательство в экономику; мониторинговая политика; потоки капитала и иностранные инвестиции; банковская деятельность и финансы; зарплата и цены; право собственности; регулирование; масштаб теневой экономики.

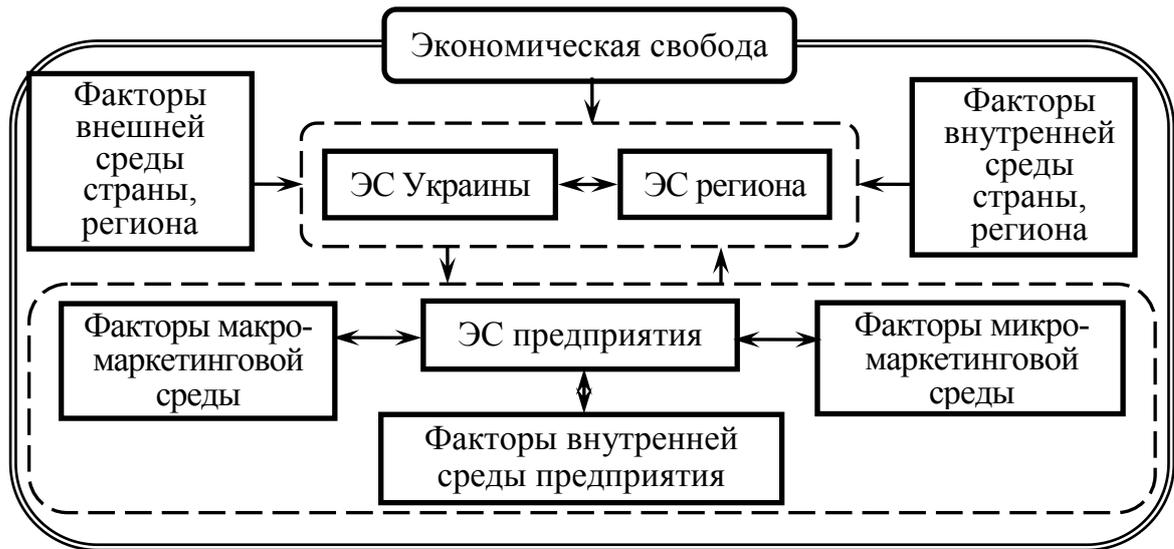


Рисунок 3.3 – Система экономической свободы

Каждый компонент оценивается по 5-ти балльной шкале, причем в этой шкале единица означает максимальную экономическую свободу, а пятерка – минимальную. Величина индекса рассчитывается как средняя арифметическая всех компонентов, а общий рейтинг страны определяется на основании полученного значения индекса. Изложенное позволяет выделять, соответственно, четыре категории стран: 1) свободные (среднее значение индекса до 1,95); 2) в основном свободные (индекс 2–2,95); 3) в основном не свободные (индекс 3–3,95); 4) с подавленной экономической свободой (индекс выше 4,0).

Ранее А. Смитом были названы самые важные условия процветания страны – хорошие законы (действующие), необременительные налоги и мироосновные компоненты канонического определения свободы хозяйственной деятельности. Сегодня эти положения базовые, а роль государства должна сводиться к законотворческой деятельности в области прав, свобод и контролю за точностью их исполнения и соблюдения. В условиях социально-политических процессов в экономике большое значение для эффективного функционирования рыночной экономики и развития предпринимательской деятельности имеет правовое обеспечение. В качестве важных функций правового обеспечения выступают: 1) создание действующей правовой

базы для поддержки основных условий функционирования рыночной экономики и предпринимательской деятельности: экономической свободы и конкуренции; 2) определение и обеспечение соблюдения установленных на рынке «правил игры» между субъектами рыночных отношений. Появление важного элемента свободы – свободы каждого достигать поставленные цели в рамках имеющихся у них знаний и навыков стало возможным благодаря закреплению за конкретными лицами контроля над средствами производства и признания законными апробированных способов передачи этого контроля.

Более чем 70-ти летний опыт Советской власти создал искаженное представление об экономической свободе и социальной справедливости. Сегодня разрушаются старые мировоззренческие стереотипы и формируются новые.

В основу экономических превращений в Украине изначально были положены принципы теории прав собственности [139, с. 14]. Из-за чего старались создавать условия для приобретения прав собственности именно теми, кто ценит их выше, кто способен получить на их основе большую выгоду или пользу. Это обусловило возникновение противоречия между отсутствием экономически свободного субъекта хозяйствования и возможностями превращения его в полноправного собственника, когда наличие огромной массы людей, обладающих свободой экономического выбора, оказалась не способна ее реализовать из-за того, что необходимые для этого ресурсы были локализованы на ограниченных участках общественного производства и контролировались небольшим количеством владельцев. Все это объясняет наличие в Украине разрыва между законодательной деятельностью в области прав и свобод экономической деятельности предприятия и их реализацией в жизни. Это не могло не повлиять на морально-политический климат в обществе, породило определенную хозяйственную апатию, безответственность отдельных властей удерживающих, что привело к потере важных демократических ценностей.

Согласно ежегодному докладу «Экономическая свобода в мире» в 2014 г. Украина занимала 155-е место (2008 г. – 121-е) среди 185 стран по уровню экономической свободы (для сравнения – в 2008 г. Россия занимала 101-е место, а в 2014 г. – 140-е)

[166]. Страны оценивались по следующим основным критериям: право собственности, свобода от коррупции, фискальная свобода, участие правительства, свобода предпринимательства, свобода труда, монетарная свобода, свобода торговли, свобода инвестиций, финансовая свобода. По мнению авторов доклада (с чем нельзя не согласиться) в странах, которые ограничивают торговлю и подавляют стимулы к производственной деятельности, начинается стагнация.

В целом за прошедший 2014 г. ситуация с экономической свободой в мире незначительно улучшилась. Среднемировое значение индекса экономической свободы в 2014 г. выросло на 0,7 пункта и составило 60,3 балла, что является самым высоким показателем за всю историю наблюдений (с 1995 г.). За минувший год 114 стран увеличили свои оценки экономической свободы на один пункт или более, тогда как в 59 странах зафиксировано ее снижение (в их числе и Украина, и Россия) [324]. В отчете отмечается, что страны с большей экономической свободой имеют больший потенциал роста экономики и процветания, чем страны с меньшей экономической свободой. Среди бывших республик СССР в этом документе, как страны с преимущественно свободной экономикой названы – Эстония (11-е место в 2007 г.), Литва (21-е место) и Грузия (22-е место), с умеренной экономической свободой отмечены Армения (41-е место) и Латвия (42-е место). Украина согласно индексу занимала 121-е место в 2008 г. и опустилась на 155-е – в 2014 г. (группа стран с преимущественно несвободной экономикой), Россия – 123-е и 101-е места, соответственно. Белоруссия находилась в 2006 г. на 151-м месте и входила в группу стран с самой подавленной экономикой, в начале 2008 г. данную страну составители не учитывали из-за ухудшения этого показателя, но уже в 2014 г. Белоруссия занимает 150-е место и находится в одной группе с Украиной и Россией.

Однако ситуация постоянно меняется. Так, по данным 2015 г. в десятку лидеров вошли: Австралия, Швейцария, Канада, Чили, Эстония, Ирландия, Маврикий. Соединенные Штаты продолжают удерживать 12-е место в рейтинге, после того как значительно ухудшили свои позиции в 2010 г. В категории «преимущественно свободных» стран, которые набрали от 70 до 80 баллов, кроме США, находятся:

Великобритания (13-е место), Германия (16-е место), Япония (20-е место), а из стран бывшего СССР: Эстония (8-е место), Литва (15-е место) и Грузия (22-е место). Украина занимает 162-е место и находится теперь в группе «экономически несвободных стран» [119]. Основными причинами, по мнению американских исследователей, стали непрозрачность государственных расходов, вмешательство правительства в работу частного бизнеса, отсутствие борьбы с коррупцией, усугубляющийся социально-политический и экономический кризисы в стране. Не улучшились оценки инвестиционной политики и защиты прав собственности. Наиболее плохие показатели получили такие направления как борьба с коррупцией, государственные расходы. Heritage Foundation отмечает, что экономика страны «скована государственным вмешательством в частный сектор» и отсутствием приватизации. Слаборазвитые рынки капитала плохо регулируются, неэффективное корпоративное управление уменьшает прозрачность фондового рынка, а реструктуризация банковского сектора осуществляется замедленными темпами. В докладе подчеркивается, что «в сравнении с другими странами, которые продвигаются к экономике, более сориентированной на рынок, Украина отстает в либерализации цен и эффективности своей предпринимательской среды. Ее регуляторная база остается сложной и запутанной. И, несмотря на то, что официально иностранные инвестиции приветствуются, коррупция и бюрократия отпугивают многих вкладчиков [109].

Регион выступает частью страны, но отличается от других областей совокупностью естественных и (или) исторически сформированных, относительно устойчивых экономико-географических и других особенностей, которые нередко совмещаются с особенностями национального состава населения. Согласно другому определению под регионом понимают группу близлежащих стран, которые представляют собой отдельный экономико-географический, или близкий по национальному составу и культуре, однотипный по общественно-политическому порядку район мира [235, с. 431]. Таким образом, согласно существующей в мире практике оценка формы проявления экономической свободы регионов осуществляется так же, как и экономической свободы стран. То есть в основу положены расчеты

индекса экономической свободы. Наиболее распространенными, позволяющими оценивать регионы с разной степенью развитости, считается индекс экономической свободы, который рассчитывается Heritage Foundation (HF).

Совсем иная ситуация с экономической свободой видов деятельности и предприятий. Чтобы раскрыть влияние формы проявления экономической свободы предприятия, определить роль, меру и степень влияния на порядок осуществления хозяйственной деятельности, определяются характерные особенности процесса ее становления и развития. Данная необходимость обусловлена сложной нематериальной сущностью данной категории, которая, как и любая другая нематериальная субстанция, не имеет ярко выраженной количественной характеристики. Количественная сторона экономической свободы извне не проявляется. Она выступает в опосредствованной форме количественных параметров других категорий, возникновение которых обусловлено закономерностями формирования экономической свободы.

Сначала следует определить момент возникновения экономической свободы. Непосредственно саму экономическую свободу можно выявить только на абстрактно-теоретическом уровне. Реальность существования определяется по внешним формам ее проявления: экономической стабильности; экономическому равновесию; потребностям; экономическим интересам; характеру хозяйственной деятельности.

Именно в вышеприведенной последовательности экономическая свобода осуществляет свое влияние на развитие хозяйствующего субъекта. При этом наличие ее в любой форме, является условием возникновения самого предприятия.

Субъект хозяйствования возникает не спонтанно, а в результате взаимодействия экономических интересов его создателей (физических или юридических лиц). Как правило, предприятие создается в том случае, когда инициаторы пришли к единому мнению по основным экономико-организационным вопросам. Только после достижения равновесия экономических интересов между организаторами начинается практическое создание предприятия. Фактически равновесие экономических интересов выступает внешней формой экономической свободы еще не созданного предприятия. Оно существует пока идеально в виде определенной цели. Но данная

идеальность базируется на вполне нематериальной реальности – экономической свободе в форме равновесия экономических интересов. Таким образом, экономическая свобода, как необходимая предпосылка формирования хозяйственного субъекта, возникает еще до момента реального создания предприятия.

Если экономическая свобода представляет собой возможность создания предприятия, то это означает, что при ее наличии предприятие может и должно быть создано. Реализация условия предполагает появление предприятия, то есть положительное решение внутреннего противоречия, которое изначально свойственно условиям. В этом случае таким становится уже уровень экономической свободы.

Возникающее экономическое равновесие сначала проявляется как хрупкое и нестабильное, потому что логически оно просто не может сразу оказаться устойчивым. В процессе своего развития экономическое равновесие или превращается в устойчивое, или распадается под влиянием неуравновешенных противоречий. Таким образом, степень стабильности равновесия экономических интересов создателей предприятия зависит от того, насколько количественно уравновешенные экономические интересы превышают неуравновешенные. Тем самым экономическая свобода предприятия в процессе своего развития получает количественную определенность, которая может быть выражена с помощью вполне конкретных внешних форм – равновесия и стабильности.

Экономические интересы каждого участника процесса создания предприятия разные. Одновременно они могут быть прямо противоположными экономическим интересам других участников. Но все экономические интересы, даже противоположные, существуют в единстве, поскольку их носители объединены единой целью – создать предприятие. Таким образом, данное противоречивое единство экономических интересов вызывается сравнительно низким уровнем экономической свободы на стадии проектирования предприятия. Экономическая свобода в своем развитии стремится к самосохранению уже достигнутого уровня и к непрерывному его повышению. В этом качестве экономическая свобода начинает проявлять себя через внутренние закономерности своего развития, аналогичные экономической природе

капитала. Последний становится таким только в процессе своего самороста и непрерывного движения.

Из выше изложенного следует: 1) экономическая свобода предприятия (субъекта хозяйствования) возникает на стадии проектирования и выступает как необходимое условие его возникновения; 2) количественная оценка экономической свободы идеального, но еще не реального, предприятия определяется исходя из количественного значения форм ее внешнего проявления. То есть, идеальным считается уровень экономической свободы при полном совпадении экономических интересов участников процесса организации предприятия. В действительности же такого совпадения достичь практически не возможно. Поэтому степень отклонения достигнутого уровня равновесия экономических интересов от максимального и будет количественной характеристикой постоянного уровня экономической свободы.

Чем выше уровень равновесия экономических интересов участников создания предприятия, тем выше уровень экономической свободы идеального предприятия и, тем самым, выше уровень экономической свободы реально создаваемого предприятия. В этом случае наблюдается изменение форм экономической свободы, которые имеют в своей основе одно и то же содержание.

Поскольку экономическая свобода возникает раньше самого предприятия, она определяет и соответствующий свой уровень, а также закономерности развития. Экономическое развитие выступает условием и результатом экономической свободы с одной стороны. С другой стороны, экономическую свободу одновременно рассматривают как сущность, цель и движущую силу развития хозяйствующего субъекта.

Экономическая свобода предприятия существует не параллельно и не над ним, не сама по себе, а в нем, как общее и основное свойство, то есть как закон существования и развития хозяйственного субъекта. В этом содержании экономическая свобода выступает совокупностью наиболее глубоких, устойчивых отношений и свойств субъекта хозяйственной деятельности, которая проявляется в виде системы присущих им равновесий. Более того, она в значительной степени определяет эффективность

хозяйственных процессов. Особенность заключается в том, что без деятельности как таковой нет экономической свободы. Деятельность одновременно выступает и процессом нарушения экономической свободы, и ее восстановления. Проектная экономическая свобода не исчезает в процессе деятельности, а сохраняет и реализует себя благодаря этой деятельности, но на качественно ином уровне. Благодаря самосохранению и самообогащению, экономическая свобода может выступать целью субъекта хозяйственной деятельности. И такая цель, которая постоянно стремится к наполнению своего содержания, позволяет на каждом новом уровне своей реализации решать качественно новые задачи субъекта хозяйствования.

В процессе деятельности предприятия определяют для себя ограничения, новые запреты или разрешения. В этом случае уровень реальной экономической свободы будет отличаться от реализованной и проектной, выявленной в момент создания хозяйствующего субъекта. Исходя из всего изложенного следует, что экономическая свобода может существовать в виде нескольких форм, причем из всего их количества проектная экономическая свобода будет наиболее полной, а реальная – будет отражать уровень экономической свободы в определенный конкретный момент времени с учетом факторов макро и микро маркетинговой среды, а также с учетом действующих в определенный период времени факторов внутренней среды субъекта хозяйствования (рис. 3.4).

Реализация экономической свободы предприятия достигается, прежде всего, через общее экономическое равновесие и обуславливает соответствие между спросом на продукцию и услуги и объемом их фактического производства и предложения. Экономическая свобода и экономические интересы имеют относительную самостоятельность. Одновременно экономические интересы предприятия как субъекта хозяйствования выступают способом существования или формой его экономической свободы. Они являются той экономической средой, в которой на данном этапе своего развития хранится и развивается экономическая свобода. Таким образом, экономическая свобода выступает причиной экономических интересов, которые в свою очередь являются проформой экономической свободы. Одновременно экономическая свобода

выступает проформой экономических интересов.

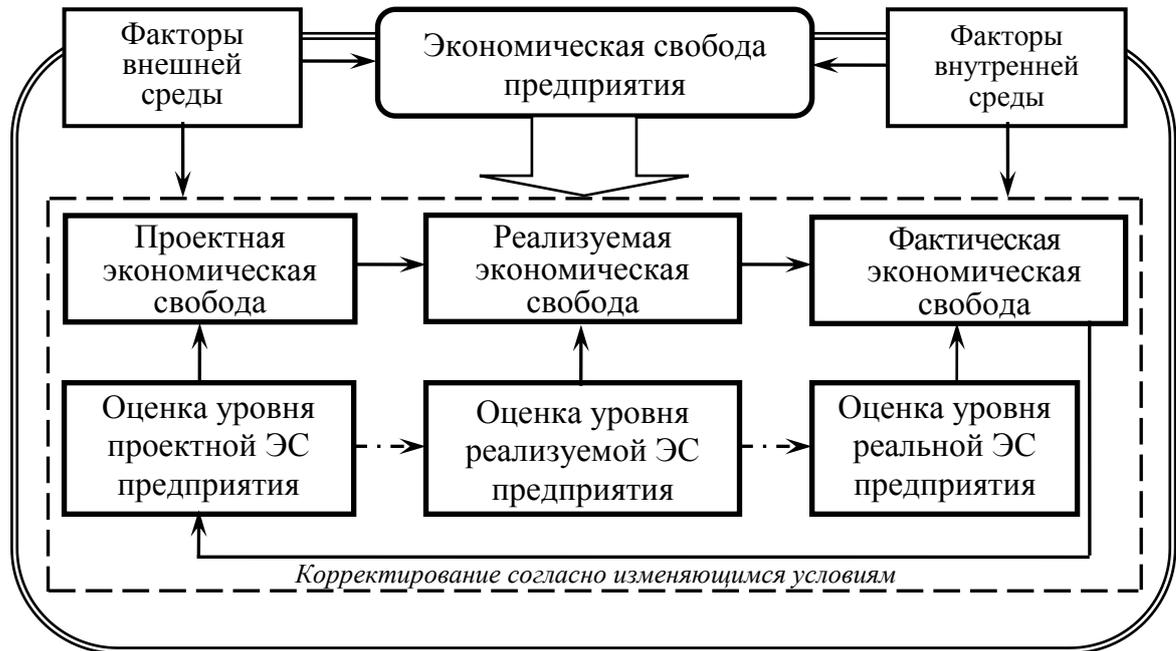


Рисунок 3.4 – Система формирования экономической свободы предприятия

Выявленная закономерность формирования экономической свободы предприятия определяет специфические особенности ее количественного измерения. Для получения количественной оценки экономической свободы необходимо количественно определить ее проформы и по совокупности данных оценок установить итоговое их значение. Однако это сложный и трудоемкий процесс, который не предусматривался задачами данной работы. Поэтому в данном исследовании анализируется не количественная оценка самих проформ экономической свободы, а результаты их материального воплощения в процессе хозяйственной деятельности.

Таким образом, экономическая свобода деятельности предприятия представляет ответственное взаимодействие субъекта с хозяйственными партнерами и потребителями при выборе форм собственности и сферы приспособления труда, реализации возможностей, способов распределения доходов, потребления материальных благ, реализованное на базе действующих законодательных актов.

Экономическая свобода деятельности производителей, по мнению многих

экономистов [120; 294 и др.], наиболее эффективным образом обеспечивается институтом частной собственности, который функционирует в рамках действующего законодательства и гарантируется основным законом – Конституцией. Если же это право не реализуется или отсутствует, то возникает реальная основа для отчуждения собственности и ограничивается свобода деятельности частично или полностью, а, в таком случае, говорить об эффективном развитии рыночной экономики не представляется возможным.

Экономическая свобода деятельности должна заключаться в предоставлении возможности ее развития в интересах потребителей, своих работников, собственников, а также согласно рыночной конъюнктуре, самостоятельно определять объемы и структуру производства, объем продаж, цены на свою продукцию, выбирать партнеров. Однако приобретая новые права, расширяя сферу своей экономической свободы, предприятия должны быть готовы и учитывать, что появятся определенные жесткие ограничения (как правило, это касается предприятий, которые меняют форму собственности с государственной на другую). Они могут проявляться в виде повышения платы за пользование кредитами, сокращение до нуля дотаций из бюджета, сокращение государственных капитальных вложений, жесткой конкуренции на рынке и т.п.

Углубление экономических реформ, их распространение на уровень микроэкономики, практика реформирования и реструктуризации предприятий в условиях происходящих изменений в экономике обусловили то, что вопросы экономической свободы деятельности предприятия попали в поле пристального внимания ученых, практиков, регулирующих органов и др.

Ресторанный бизнес, как сфера, где одновременно осуществляются процессы производства, реализации и организации потребления продукции и услуг, а оценка потребителем деятельности осуществляется сразу после их потребления, позволяет определить границы свободы и меру ответственности за неоправданные действия его субъектов (предприятий) путем изучения современных представлений о социальной ответственности в рыночном хозяйстве (прил. Л, табл. Л.2). Хотя экономическая свобода любого вида деятельности изначально предполагает свободу выбора стратегии

и тактики поведения в конкретной рыночной среде и в правовом поле государства в сочетании с реальной ответственностью за «избыточную свободу» (которая нарушает свободу других предприятий, потребителей и наносит вред государству).

Демократическое развитие рыночных реформ привело к расширению степени свободы ресторанного бизнеса, но говорить об абсолютной экономической свободе все еще преждевременно. Это объясняется тем, что предприятия ресторанного бизнеса действуют в конкретной правовой, социальной и экономической среде и должны всегда согласовывать свои решения и действия с реакцией среды, с внешними факторами, с поведением других рыночных агентов и позициями органов власти. Подводя итоги изложенному материалу, современный концептуальный подход к реализации экономической свободы субъектов экономики и ресторанного бизнеса, в частности, может быть представлен в виде авторской концептуальной схемы (рис. 3.5).



Рисунок 3.5 – Концептуальная схема реализации экономической свободы деятельности ресторанного бизнеса

Экономической наукой уже признана первостепенная роль ограничений по ресурсам различного вида. Тем не менее, земли и полезные ископаемые находятся в негосударственной собственности или арендуются на срок, который порождает монополию собственности или хозяйствования в обороте и ограничивает свободу межотраслевого и межрегионального перелива капитала. Конкуренция на рынке свободных капиталов ограничивает его доступность для предприятия по цене и сроками. Квалифицированные специалисты и рабочие принимаются на работу чаще всего по контракту и на определенный срок, который ограничивает наем работников. В конце концов, есть определенные секреты, ноу-хау, конфиденциальная информация, что в совокупности и по отдельности препятствует бизнесу.

Адепты рыночных реформ подтверждают положительное влияние конкуренции и определяют ее как стимул развития и эффективности. Однако конкуренция и монополия – две неразрывные стороны рыночного поведения. Каждое предприятие хочет в той или иной степени занять монополистические позиции по качеству продукции и услуг или цене, несмотря на все усилия антимонопольных органов. Монополии, недобросовестная конкуренция, избыточные затраты конкурентной борьбы – все это существенно ограничивает свободу действия предприятий.

Идеологизированное преувеличение возможностей частной собственности на капитал стали в свое время оправданием ускоренной приватизации, которая фактически вызвала глубокую деформацию прав собственности. Как в государственном, так и в других секторах процесс управления оказался вне контроля собственников, что привело к массовому разворовыванию государственной и акционерной собственности. Криминальную деформацию прав собственности по социальным результатам профессор Б. В. Ракитский приравнял к «открытому фашизму» [213, с. 44]. Предприятия осуществляют свою деятельность в реальном времени, где достаточно агрессивных факторов и событий, которые наносят им определенный убыток. Политические события в стране, социальная политика государства, экономические изменения и др., действия партнеров по бизнесу могут нанести ущерб при невыполнении обязательств, что требует наличия резервов и запасов, затрат на страхование от

коммерческих и финансовых рисков. Стремление к сокращению потерь и убытков от риска также свидетельствуют о том, что свобода требует ответственного подхода к деятельности и поведению в реальной среде.

Каждое предприятие в стремлении достичь свои экономические цели само влияет благотворно или пагубно на окружающую среду. Загрязнение воздушного и водного бассейнов, эрозия почвы, гибель растительного и истребление животного мира – это далеко не все экологические последствия индустриализации. Недобросовестная конкуренция увеличивает затраты бизнеса и тем самым наносит ущерб другим предприятиям и равновесию экономики в целом. Увеличение чистой прибыли на предприятиях достигается чаще всего за счет невысокой заработной платы персонала, что вызывает социальное недовольство и протесты последних. Таким образом, учет внешних факторов хозяйственной деятельности необходим в управлении и оценке эффективности бизнеса.

Перечисленные ограничения экономической самостоятельности предприятий всесторонне были рассмотрены в работах Р. Коуза В статье «Проблема социальных расходов» он анализирует действия фирм, которые влияют на других. Р. Коуз пишет: «Традиционный анализ затемняет природу предстоящего выбора. Вопрос обычно понимался так, что А наносит ущерб В, и следует решить, как мы ограничим действия А? Но это неверно. Перед нами проблема взаимообязывающего характера. Оберегая от ущерба В, мы навлекаем ущерб на А. Вопрос, который нужно решить – следует ли позволить А наносить ущерб В или нужно разрешить В наносить ущерб А? Проблема в том, чтобы избежать более серьезного ущерба» [139, с. 86].

Таким образом, если говорить о ресторанном бизнесе, то его экономическая самостоятельность не противопоставляется государству и закону, а заключается в ответственном рыночном поведении и взаимодействии каждого субъекта. Точно так и государство обязано соблюдать экономические права предприятий. Именно в ответственном взаимодействии с хозяйственными партнерами и потребителями достигается цивилизованное поведение и социально-экономическая эффективность бизнеса.

Характеристику влияния трансформационных процессов на экономическую свободу деятельности ресторанного бизнеса можно представить с помощью показателей, характеризующих использование производственных мощностей и материально-технической базы в целом (табл. 3.2).

Таблица 3.2 – Использование материально-технической базы ресторанного бизнеса\*

Годы	Товарооборот на одно место в РБ в сопоставимых ценах, тыс. грн.	Результативность использования МТ базы РБ, %
2000	248,8	-
2001	287,7	115,6
2002	395,5	137,5
2003	393,9	99,6
2004	414,2	105,2
2005	823,1	108,7
2006	950,5	115,8
2007	952,8	100,2
2008	795,6	83,5
2009	991,4	124,6
2010	1128,1	113,8
2011	1193,2	105,8
2012	1621,6	135,9
2013	1754,4	108,2
2014	1228,2	70,0

\* Рассчитано по данным [216, с. 22, 23, 168; 217, с. 74, 151; 222, с. 7].

Из таблицы 3.2 видно, что эффективность использования материально-технической базы по состоянию на 01.01.2003 г. и 01.01.2008 г. имела тенденцию к повышению на всех предприятиях, что может свидетельствовать об определенной степени экономической свободы деятельности. Причем наиболее интенсивно используется материально-техническая база частных предприятий, где среднегодовой темп роста товарооборота на одно место составил более 21%. Следует также отметить активизацию в последнее время деятельности предприятий государственной формы собственности, где среднегодовой темп роста приблизился к 7% (прил. М, табл. М.1).

Несмотря на высокие темпы изменения товарооборота ресторанного бизнеса предприятий частной формы собственности, здесь имеет место и скрытый товарооборот в связи с наличием теневой экономики. В определенной степени отмеченное касается и предприятий других форм собственности. Это обусловлено несовершенством законодательной базы и системы налогообложения. По этой же причине фактически бизнес в сфере ресторанного сектора экономики можно признать прибыльным (с определенной долей риска), а любые вложения в расширение производственных мощностей – эффективным.

Относительно интенсивно происходит эксплуатация материально-технической базы государственных предприятий. Здесь необходимо акцентировать внимание на том, что сеть представлена преимущественно столовыми, которые обслуживают трудящихся по месту работы. Сами по себе эти предприятия изначально проектировались большой вместимости. Но из-за изменений, происходящих в сфере производства и в экономике в целом они и сегодня пока еще не работают на полную мощность. Также следует добавить, что столовые, в отличие от других типов предприятий, с позиции хоздоговорной деятельности всегда были убыточными и на их содержание использовались средства соответствующих промышленных предприятий.

Анализ структуры сети ресторанного бизнеса по формам собственности и типам в период 2000-2005 гг. характеризуется увеличением доли предприятий частной формы собственности, что является вполне закономерным и положительным следствием происходящих в стране реформ (табл. 3.3). Поскольку современная статистика Украины в разрезе форм собственности ресторанного бизнеса информацию не приводит, то анализ осуществлялся по материалам статистического управления Донецкой области по состоянию на 01.01.2005 г.

Предприятия и частной, и коллективной форм собственности представлены различными типами, которые занимают также основную долю в общем количестве действующих объектов, в отличие от одноименных предприятий государственной формы собственности. Приведенные данные являются основанием для анализа и объективных выводов относительно свободы и эффективности функционирования

ресторанного бизнеса разного социально-экономического назначения. Это обусловлено тем, что в современных социально-политических условиях в Украине владельцы никогда не будут заниматься благотворительностью в ущерб себе и своему благосостоянию. А государство в лице промышленных и других предприятий не может (и не должно) отказываться от социальной функции по организации питания организованных контингентов (рабочих, студентов, школьников и др.) и социально не защищенных слоев населения. Более того, структура ресторанного бизнеса по формам собственности должна отвечать представлениям ведущих экономистов о сущности народной экономики [178, с. 20]. В этом случае часть государственного сектора должна составлять порядок 30-35%.

Таблица 3.3 – Изменение структуры сети ресторанного бизнеса Донецкой области по типам и формам собственности в период 2000-2004 гг. \*\*\* (%)

Формы собственности и типы предприятий ресторанного бизнеса	2000 г.	2003 г.	2004 г.	2004 г. к 2000 г., +,-
Вся сеть ресторанного бизнеса	100,0	100,0	100,0	-
1. Частная собственность	9,3	12,8	80,3	+71,0
фабрики-заготовочные	13,3	12,5	-	-0,8
рестораны	12,0	17,1	76,6	+64,6
кафе, закусочные, буфеты	17,3	21,8	89,0	+71,7
бары	20,9	23,7	99,0	+78,1
столовые	1,0	0,8	68,6	+67,6
киоски*	13,1	19,6	-	+6,5
2. Коллективная и другая собственность**	64,2	66,3	-	+2,1
фабрики-заготовочные	46,7	75,0	-	40,0
рестораны	59,0	59,1	-	+0,1
кафе, закусочные, буфеты	65,0	66,1	-	+1,1
бары	77,5	75,4	-	-2,1
столовые	63,6	66,2	-	+2,7
киоски*	44,1	60,8	-	+16,7

\* – киоски в 2004 г. включено в группы кафе, закусочных, буфетов,

\*\* – предприятия включены в 2004 г. в частную собственность,

\*\*\* – рассчитано по данным [216, с. 53]. С 2005 г. информация в статистике не отражается..

Анализ реформирования форм собственности в стране можно охарактеризовать как динамический процесс с разными знаками (прил. М, табл. М.2). Так на общем фоне до 01.01.2015 г. количества объектов ЕГРПОУ по основным видам собственности положительную динамику имеют только предприятия, относящиеся к обществам с ограниченной ответственностью. Относительно высокими темпами идет сокращение предприятий государственной, коммунальной форм собственности и акционерных обществ. Отсутствие нормальных условий в государстве с несвободной экономикой привело к оттоку иностранного капитала с рынка, что сказалось на количестве иностранных предприятий в стране. За период с 2001 г. их число сократилось на 18,7%, причем, только за последние два года темпы составили (-3,7%) и (-5,2%).

Дальнейшее развитие ресторанного бизнеса в современных условиях не столько должно быть связано с реформированием собственности, сколько с внутренними факторами экономического роста и развития, качественным воспроизводством отношений собственности, созданием условий для привлечения иностранных инвестиций, необходимых для развития национальной экономики, следствием чего будет постепенная стабилизация экономического состояния государства.

Частный сектор экономики должен отличаться своей гибкостью и развиваться сам без любых инструкций сверху (это заложено в самую сущность частной собственности). Со стороны государства необходимо осуществлять грамотное законодательное регулирование и защиту прав владельцев и работников.

Относительно государственных предприятий питания следует признать, что в системе ресторанного бизнеса их деятельность малоэффективна из-за отсутствия мощного стимулирующего фактора, несовершенной законодательной базы регулирования и неэффективного развития общедоступной сети ресторанного бизнеса. Это в равной степени относится и к сектору коммунальных предприятий питания.

Таким образом, проведенное исследование позволяет сделать следующие выводы:

экономическая свобода выступает важным фактором развития ресторанного бизнеса. Она одинаково важна как для предпринимателя, бизнесмена, предприятия

как хозяйственной единицы, так и для потребителя, потому что создает условия для творческой деятельности личности как таковой;

практика деловых отношений в контексте экономической свободы развития выработала определенную систему взаимоотношений участников бизнеса. Она включает соблюдение социально-экономического суверенитета деловых отношений, ответственного взаимодействия рыночных субъектов и единства их интересов. Однако деловые отношения субъектов не могут развиваться, если они не считаются со своими контрагентами. Потому что свободный выбор направлений деятельности и осуществление ее в современных социально-политических условиях возможны только на основе как можно более полного усвоения информации об интересах, намерениях и действиях другой стороны. Экономическая свобода деятельности ресторанного бизнеса должна заключаться в предоставлении им возможности действовать в интересах потребителей, своих работников, владельцев и государства согласно рыночной конъюнктуре, самостоятельно определять объемы и структуру производства, объем продаж, цены на свои продукцию и услуги, выбирать деловых партнеров и др.;

структурная перестройка затронула изменение форм собственности предприятий в ресторанном бизнесе, что определенным образом отражается на экономической свободе деятельности этих предприятий. Отношения собственности охватывают процессы присвоения, отчуждения, использования, владения и распоряжения факторами производства и продуктами труда, формирования стратегии и тактики развития ресторанного бизнеса, направлений использования средств, выбора форм организации труда и производства, а также контроля за ними. Управление всеми видами деятельности выступает обязательной стороной и функцией собственности. Собственность является одним из ключевых (но не единственным) элементом экономической власти – ее источником;

основными причинами тенезации экономики в ресторанном бизнесе выступает общеэкономический кризис; несовершенство правового регулирования вопросов изменения форм собственности и хозяйственной деятельности в условиях рыночной экономики; отсутствие развитой рыночной инфраструктуры; отсутствие доверия

предпринимателей к государству, банковским и другим финансовым институтам; высокий налоговый пресс в сочетании с изменчивостью налогового законодательства; значительный уровень криминализации процесса становления новых отношений собственности и коррупции органов государственной власти.

Поэтому в рыночной экономике важным становится создание мощной правовой основы; стабилизация экономики; обеспечение социальной защиты и социальных гарантий; защита конкуренции. Необходимо найти эффективный путь комбинирования рыночных механизмов, а также экономического планирования и регулирования, соединив в едином механизме начала этих систем.

### **3.3. Механизм обеспечения конкурентоспособности ресторанного бизнеса в условиях рыночных преобразований**

Развитие в Украине новых экономических отношений и методов хозяйствования совпадает с глобализацией рынков. Такая тождественность во времени облегчает и затрудняет трансформационный процесс. В силу открытости всемирного обмена идеями, капиталом и товаром, облегчается процесс интеграции национальной экономики в мировое хозяйство. Для того, чтобы принимать участие в таких процессах, предприятиям необходимо иметь конкурентоспособный уровень предлагаемых на рынке товаров (продукции, услуг).

Мировая практика управления и исследования зарубежных и отечественных экономистов убедительно доказывают, что конкуренция выступает движущей силой развития общества, одним из главных инструментов оптимизации различных видов ресурсов, повышения качества товаров (продукции, услуг) и в целом уровня жизни населения страны [3; 45; 83; 160; 201; 279 и др.].

Одной из важнейших характеристик процесса глобализации и связанных с ней экономических и социальных явлений, является усиление роли конкуренции по

всей вертикали: от уровня продукции и услуг, до уровня государства. Проблемы повышения конкурентоспособности субъектов хозяйствования и экономики страны в мировом сообществе занимают важное место среди других проблем современного мира и непосредственно обуславливают скорость их развития.

Конкуренция выступает одним из существенных признаков рынка, механизмом регулирования производства, центром тяжести всей системы рыночного хозяйствования, типом взаимоотношений между производителями по поводу установления цен и объемов предложения товаров и услуг на рынке [14; 15; 16; 26; 27; 28].

Само понятие конкуренция позднелатинского происхождения (*concurrentia*), что означает сталкивать. В словаре иностранных слов приводится следующее определение данного термина: «1) соперничество, борьба за достижение лучших результатов на каком-либо поприще; 2) борьба между товаропроизводителями за более выгодные условия производства и сбыта товаров, за получение наивысшей прибыли» [235, с. 251].

Конкуренцию как «руку, которую не видно» рассматривал А. Смит, которая заставляет товаропроизводителей снижать производственные расходы, повышать прибыльность предприятия, при этом сравнивая нормы прибыли с целью оптимального разделения труда и капитала.

Г. Л. Азоев под конкуренцией понимает соперничество между отдельными юридическими и физическими лицами, заинтересованными в достижении одной и той же цели; с точки зрения предприятия такой же целью является доход, который образуется за счет завоевания преимущества потребителя [3, с. 5].

В целом же термин «конкуренция» в большинстве экономической литературы трактуется достаточно однозначно: конкуренция является деятельностью людей, направленной на удовлетворение нужд и потребностей методом повышения качества товара и регулирования его объема и цены на рынке [104, с. 75].

Под конкуренцией в условиях рыночной экономики традиционно понимается экономический процесс взаимодействия, взаимосвязи и борьбы владельцев товаров за наиболее выгодные условия их производства и реализации. В мировом хозяйстве конкуренция выступает экономическим рычагом производства и стимулирования

качества продукции и услуг, приспособления ее к потребностям людей, одним из объективных условий функционирования и развития промышленного предприятия на базе международного разделения труда [201].

Рынок, конкурентный механизм, закон стоимости – все вместе обеспечивают поддержку основных народнохозяйственных пропорций, формируют критерии эффективности производства, стимулируют товаропроизводителей, «вымывают» неэффективные звенья [114, с. 3-14]. По мнению О. Б. Чернеги конкуренция выступает основным механизмом, который движет экономику [292, с. 7].

Обобщение определений термина «конкуренция» позволяет отметить отсутствие в них системности и целостности, что ведет авторов в сторону характеристики каких-нибудь отдельных ее аспектов. До сих пор еще нет ясности и в вопросе, что же представляет собой конкуренция как таковая: ситуацию, механизм, процесс, экономический рычаг, условия или направление. Г. Т. Пятницкая, и мы разделяем эту точку зрения, говорит о том, что «конкуренція все-таки за своєю суттю ближче до процесу, оскільки може бути ототожнена з розвитком суперництва на ринку» [210, с. 17].

Развивая вышесказанное, мы исходим из того, что конкуренция является динамическим и развивающимся процессом. По утверждению Й. Шумпетера в конкуренции нет равновесия – это непрерывно изменяющийся ландшафт, где появляются новые товары, новые пути маркетинга, новые производственные процессы и новые рыночные сегменты [312].

Сущность конкуренции по М. Портеру, А. Стрикленду и А. Томпсону [271; 335] концептуально определяют ее интенсивность и пять основных сил в зоне конкуренции: 1) соперничество между предприятиями–продавцами внутри отрасли; 2) попытки компаний других сфер деятельности завоевать своими товарами–субститутами покупателей; 3) возможность появления новых конкурентов внутри сферы деятельности (отрасли); 4) способность поставщиков сырья, материалов и различных видов ресурсов, используемых предприятием, диктовать свои условия; 5) способность потребителей услуг предприятия диктовать свои условия.

Из представленных выше сил наибольшее влияние выявляет конкурентная борьба между соперничающими предприятиями. Причина заключается в том, что у одного или нескольких предприятий появляется возможность лучше удовлетворять потребности или необходимость улучшить свою деятельность. Интенсивность конкуренции между товаропроизводителями в пределах одной отрасли проявляется в том, насколько энергично предприятия используют находящиеся в их распоряжении средства конкурентной борьбы.

Важным аспектом для ресторанного бизнеса является выявление возможностей по достижению конкурентного преимущества. Они определяются исходя из степени привлекательности рынка, оценки сильных и слабых сторон возможных конкурентов, оценки собственной конкурентоспособности и своих преимуществ и недостатков.

Рынок привлекателен для предприятия тогда, когда на нем низкая конкуренция и низкий «входной барьер». Дополнительно следует учитывать наличие на рынке товаров-аналогов, уровень покупательной способности населения и др. Сильные и слабые стороны конкурентов оцениваются на основе анализа его стратегии и тактики, имеющихся в распоряжении ресурсов.

Уровень «входного барьера» характеризуется совокупностью экономических, технических и организационных условий для создания нового предприятия и определяется целым комплексом факторов. Наиболее существенными в ресторанном бизнесе являются: тип производства (на сырье, на полуфабрикатах, частично на полуфабрикатах и др.), себестоимость продукции и услуг; ассортимент продукции из конкретного вида сырья; доступность предприятий для различных социальных групп потребителей; необходимость привлечения значительных финансовых ресурсов для создания нового предприятия.

Все вышеперечисленное позволяет сформулировать определение конкуренции в ресторанном бизнесе. Таким образом, конкуренция в ресторанном бизнесе является процессом экономического стимулирования развития деятельности субъекта по производству, реализации и организации потребления продукции и

услуг, совершенствованию качества, поиску потребностей с целью их наиболее полного удовлетворения, получения прибыли, стабилизации своего положения на рынке и укрепления жизнеспособности. Таким образом, фактически конкуренция выступает и статикой, и динамикой соперничества, как в условиях определенности, так и неопределенности рыночной среды [210, с. 17].

Соперничество на рынке, активная позиция производителей товаров в ресторанном бизнесе выступают той силой, которая задает темп преобразованиям. За годы развития общества конкуренция прошла длинный эволюционный путь развития – от борьбы за обычное ресурсное обеспечение и свободный доступ к инвестициям, к такому уровню, когда стремление личности и предприятия к лидерству на рынке, к постоянным изменениям и нововведениям становится основной направляющей силой.

Расширение влияния конкуренции на развитие национальной экономики обуславливает необходимость создания соответствующей нормативной и законодательной базы, которая определяет правила движения в новых условиях. В Конституции Украины ст. 42 закреплено положение о том, что «держава забезпечує захист конкуренції в підприємницькій діяльності. Не допускаються зловживання монопольним положенням на ринку, неправомірне обмеження конкуренції й несумлінна конкуренція» [133, с. 13].

В соответствии со ст. 1 Закона Украины «О защите экономической конкуренции» определена сущность термина «экономическая конкуренция (конкуренция)» как «...змагання між суб'єктами господарювання з метою здобуття завдяки власним досягненням переваг над іншими суб'єктами господарювання, внаслідок чого споживачі, суб'єкти господарювання мають можливість вибрати між кількома продавцями, покупцями, а окремий суб'єкт господарювання не може визначати умови обороту товарів на ринку» [206, с. 45].

Хозяйственный кодекс Украины в главе 3 обеспечивает свободу конкуренции среди всех субъектов рынка, защищает потребителей от проявления нечестной конкуренции и монополизма в любых сферах предпринимательской деятельности

[269]. С позиции же экономической эффективности помощь государства рынку должна заключаться только в поддержке политических, юридических и моральных условий, которые способствуют созданию конкурентного рынка с быстрой динамикой.

Однако в конкурентной борьбе выигрывают те предприятия, которые имеют успешные конкурентные стратегии. Подтверждением является вывод Ф. Котлера о том, что успешные конкурентные стратегии «дают наиболее сильное из всех возможных стратегическое преимущество перед конкурентами» [134, с. 53]

Конкуренция в ресторанном бизнесе допускает в определенной степени жестокость, конфликтность конкурентного взаимодействия между предпринимателями и при широком распространении интеграционных процессов в экономике страны, как правило, не снижается, а иногда и усиливается. Конкуренция по-прежнему остается формой взаимной борьбы между субъектами рыночной экономики. Конкуренция обуславливается независимым правом субъекта хозяйственных отношений на реализацию своего экономического потенциала. Данное обстоятельство обязательно приводит к определенному рода «столкновениям» между ними и достижению поставленных бизнесменами целей за счет ограничения интересов других субъектов хозяйствования.

По историческим данным конкуренция на этапе зарождения имела преимущественно ценовое преимущество над неценовым. Однако такое первенство было бы свойственно и для периода свободной конкуренции.

В современных условиях наблюдается преимущество неценовых методов конкуренции над ценовыми. Основу соперничества между предприятиями представляет борьба за дифференцированный спрос в конкретном рыночном сегменте или нише. Разрабатывая стратегию и тактику поведения на рынке предприятие, прежде всего, обеспокоено созданием продукции и услуг, которые по своим потребительским качественным параметрам наилучшим образом отвечают запросам потребителей. Формируя экономическую политику, предприятие ориентируется в первую очередь на изменение потребительских ожиданий. А уже в пределах этого определяет пути оптимизации затрат и снижения цен.

Исходя из обстоятельств, предприниматель имеет возможность применять различные методы конкуренции, которые не запрещены законом и использовать любую известную модель конкурентного поведения. Необходимо обратить внимание на то, что все действия, в конечном итоге, подчиняются принятой конкурентной стратегии, действиям, которые направлены на достижение конечных глобальных целей.

Любое предприятие (или предприниматель, в частности) осуществляя поли стратегический поиск, в любом случае, использует в своей деятельности одновременно, как минимум, две стратегические миссии – направление на монополизацию рынка или рыночного сегмента и на интеграцию своей деятельности в единый процесс функционирования рынка. Действия согласно первой миссии всегда направлены на сокращение количества конкурентов, действия по второй – направлены на стабилизацию положения предприятия путем снижения степени риска за счет долго- или краткосрочного сотрудничества с другими предприятиями или предпринимателями в определенной форме. Первая миссия изначально предполагает действия, которые могут дискриминировать конкурентов, что приводит к изменению соотношения сил на рынке. Вторая миссия направлена на снижение активности имеющихся конкурентов, сохранение соотношения сил, признавая их равновеликими.

Конкуренция и монополия выступают парными характеристиками рыночной экономики. Конкуренты соперничают за достижение главенствующего положения, но монополизация рынка каждым из них была и остается невозможной. Это особенно важно для частных предпринимателей и малых (микро) предприятий. Отражением их особого положения выступает интеграционная стратегия, которая базируется на восприятии предпринимателями динамики соотношения «конкуренция – монополия». Интеграция основана на понимании баланса конкурентных сил и предполагает взаимное сотрудничество для сохранения этого баланса.

Выбор стратегий или их совмещение осуществляется в зависимости от ролевой и содержательной функций предприятия в процессе конкурентного взаимодействия. Согласно ролевой функции лидеры могут занимать до 40% доли на рынке; претенденты на лидерство – достигать 30%-ной доли; ведомые – 20%-

ной и новички – до 10%. Отдельные экономисты используя отмеченный признак дают несколько иные названия типам конкурентов: «виоленты», «пациенты», «эксплеренты», «коммутанты». Однако сущность от этого не меняется. И на рынке всегда находится место каждому из них при выборе правильной конкурентной стратегии.

В соответствии с содержательной функцией в современных условиях в ресторанном бизнесе выделились следующие типы конкурентов: крепко стоящие предприятия, осуществляющие массовое производство продукции для предприятий питания и предоставляющие услуги по организации питания населению («Край», «Обжора», «Амстор», «Лучиано» и др.); специализированные предприятия, которые закрепляются в определенных рыночных нишах («Челентано», «Картопляна хата», «Хинкали» и др.); мелкие и средние предприятия общего профиля, которые осуществляют предоставление услуг населению по организации питания и отдыху (их подавляющее большинство на рынке ресторанного бизнеса); мелкие узкоспециализированные предприятия (ПБО), которые используют эффект гибкости и высокой маневренности в конкуренции с другими предприятиями. Таким образом, предприятие самостоятельно решает, какую роль ему играть на рынке исходя из реальных условий и финансового состояния. И распределение предприятий ресторанного бизнеса на «виолентов», «пациентов», «эксплерентов» и «коммутантов» осуществляется не на основе размера предприятия и объемов его деятельности, а основываясь на способе достижения целей и выборе конкурентной стратегии.

Наличие настолько разных конкурентов в ресторанном бизнесе, где в основном функционируют средние, малые и микро предприятия, в конечном итоге, делает конкурентную борьбу неисчерпаемой. «Виоленты», владея преимуществами над соперниками в мощности, уступают им же в гибкости (например, «коммутантам»), приспособленности к особым сегментам рынка («пациентам»), инновационной активности («эксплерентам»). Поэтому монополизации рынка в сфере ресторанного бизнеса едва ли можно ожидать.

Однако всегда важно знать, каким образом предприятие или предприниматель осуществляет рыночную политику, как должен действовать предприниматель, если

он хочет завоевать отдельный рыночный сегмент или рыночную нишу. При этом предприятие может использовать разные приемы: подчинять соперников своей воле, навязывать им свои интересы, вытеснять и отстранять их с рынка. Предприниматель внимательно изучает конкурента, выясняет его сильные и слабые стороны, определяет наиболее слабые места, прежде чем начинает осуществлять свою стратегию. Однако в современных условиях отдельным предпринимателям оказывается более выгодным усвоение достижений других предприятий (путем объединения собственности), чем устранение их с рынка. Примером могут служить ООО «Гурман» (г. Донецк), ПП «Научно-производственная компания «Элемент» (г. Донецк), ООО «Мир человека» (г. Донецк), которые открыли такие предприятия питания как ресторан «Иверия», кафе «Латинский квартал», кафе «Три толстяки», ресторан «Миллениум», ресторан «Кабак» и другие.

Возможность выживания любого типа конкурента на рынке в современных условиях полностью зависит от уровня его конкурентоспособности, которая попадает под воздействие измерений условий конкуренции. Поэтому не удивительно, что в последнее время увеличились и проблемы конкурентоспособности.

Формирование социально ориентированной экономики, направленной на повышение качества и уровня жизни, предусматривает совершенствование подходов к управлению развитием ресторанного бизнеса, что, в свою очередь, обуславливает необходимость совершенствования подходов к обеспечению конкурентоспособности и повышает эффективность деятельности ресторанного бизнеса в целом.

Конкурентоспособность выступает многоуровневым понятием, характеризующим состояние объекта исследования с разных сторон, проявляется в процессе конкуренции и позволяет занять предприятию свою рыночную нишу[3; 48; 75; 78; 117 и др.]. В силу этого понятия конкурентоспособность предприятия и конкурентоспособность товара нельзя подменять одно другим. По своей экономической сущности конкурентоспособность предприятия представляет собой более широкую системную категорию, которая в своем составе содержит конкурентоспособность продукции и услуг как одну из подсистем.

Существуют разные подходы к определению конкурентоспособности: экономический, социально-политический; обще рыночный, классово-ориентированный; построенный на диалоге и игре по правилам или на воинствующем противопоставлении и чрезвычайных мерах; в зависимости от того, на какие сферы приложения труда предполагается распространение требований и норм рынка [3, с. 18].

Чисто экономическое, широкое трактование определяет понятие как тщательно разработанный сложный механизм координации, объективно реализованный через систему цен и рынков, средство объединения и использования знаний с целью стабилизации положения предприятия на рынке и получения положительных финансовых результатов от своей деятельности.

Более глубокое определение конкурентоспособности было дано Швейцаркой организацией «European management forum»: «Конкурентоспособность – это реальная и потенциальная способность компаний, а также имеющиеся в них для этого возможности проектировать, производить и сбывать в тех условиях, в которых им приходится действовать, товары, которые по ценовым и неценовым характеристикам в комплексе более привлекательны для потребителей, чем товары конкурентов» [316, с. 99]. Исходя из чего, оценка конкурентоспособности предприятия должна осуществляться по его реальным и потенциальным возможностям.

В целом же, конкурентоспособность характеризует: 1) возможности и динамику приспособления предприятия к постоянно изменяющимся условиям конкуренции на рынке; 2) наличие особенностей, которые создают преимущества для субъекта экономической деятельности. Что совпадает с точкой зрения М. Гельвановского, Г. Ермолова и В. Жуковской [78, с. 67-70; 112, с. 293].

Разнообразие позиций авторов по вопросу определения сущности конкурентоспособности предприятия обусловлено различными подходами и точками зрения, а именно: 1) отождествлением понятий «конкурентоспособность предприятия» и «конкурентоспособность продукции»; 2) уровнем, на котором рассматривается конкурентоспособность (предприятие, отрасль, страна; региональные, национальные, мировой рынки); 3) подменой одного понятия другим (конкурентный

статус, конкурентный уровень); 4) характеристикой одной какой-нибудь составляющей конкурентоспособности предприятия (конкурентоспособность производственного, торгового, трудового потенциала, конкурентоспособность продукции или услуги и т.п.).

В связи с неоднозначностью трактования учеными-экономистами понятия «конкурентоспособность предприятия», учитывая разнообразие их точек зрения, проявляется сложность и многоаспектность феномена конкурентоспособности.

Оценка конкурентоспособности продукции и услуг осуществляется согласно каждому конкретному их виду, а конкурентоспособность предприятия включает весь ассортимент и динамику их структуры. Кроме того, конкурентоспособность предприятия охватывает все осуществляемые виды деятельности, включая продукцию и различные услуги, валютно-финансовые операции, инвестиционную деятельность и др. Такой же точки зрения придерживается и Ю. Б.Иванов [117, с. 37].

Следует отметить совпадение авторской точки зрения с точкой зрения Р. Фатхутдинова по вопросу того, что в условиях рынка конкурентоспособность предприятия выступает главным фактором успеха в сфере бизнеса и обеспечении экономической безопасности страны в целом. Все это проявляется в способности предприятия выпускать конкурентоспособную продукцию, что и обуславливает преимущество перед другими предприятиями данной отрасли в стране и за ее пределами [261; 279].

Из сказанного следует, что в современных условиях существует множество теоретических подходов к обоснованию конкурентоспособности предприятия. Однако механизм его обеспечения предполагает поиск определенного базиса, на котором строится весь механизм воздействия.

Конкурентоспособность национальной экономики обеспечивается в совокупности конкурентоспособностью отраслей (предприятий, товаров). Однако, по мнению А. Э. Воронковой «конкурентоспособность предприятия определяет его лидерство на мировых рынках сбыта. Этот факт обуславливает и объясняет необходимость сосредоточения внимания руководителей на управлении конкурентоспособностью

предприятия, что должно стать для них стратегическим управленческим императивом» [75, с. 24].

Проведенный анализ позволяет констатировать, что конкурентоспособность низшего уровня обеспечивает и формирует конкурентоспособность более высокого уровня и национальной экономики в целом. Поэтому, чтобы ее гарантировать, необходимо, в первую очередь, повысить конкурентоспособность первичного уровня, одним из элементов которого в ресторанном бизнесе выступает продукция и услуги. Все это позволяет процесс формирования конкурентоспособности представить в виде логической схемы (рис. 3.6).

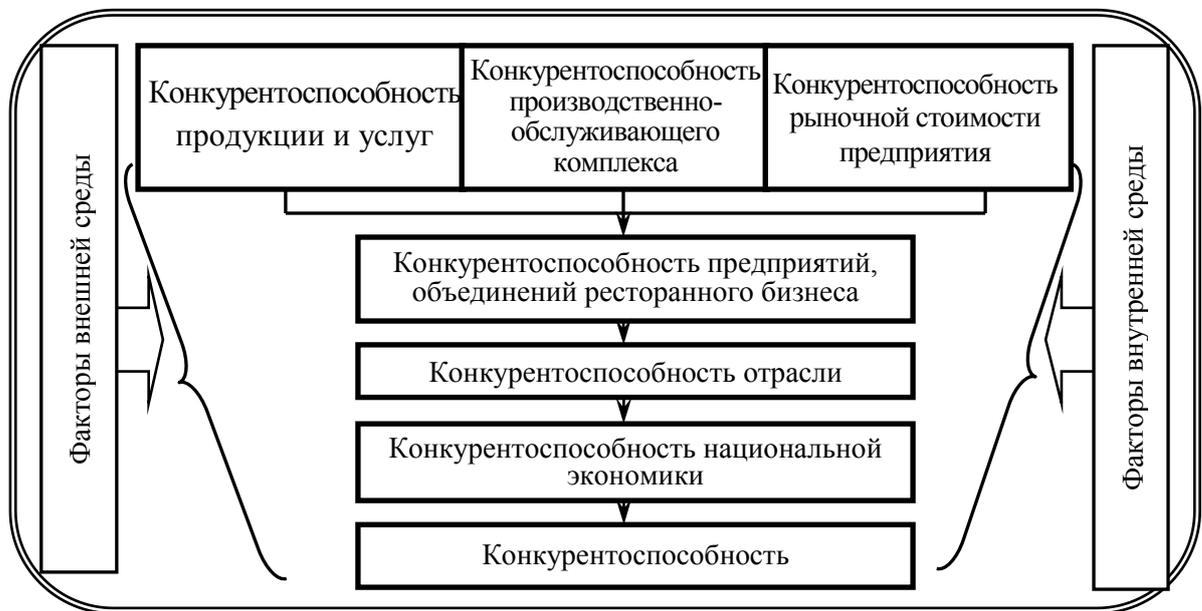


Рисунок 3.6 – Логическая схема формирования конкурентоспособности

Анализ деятельности ресторанного бизнеса свидетельствует, во-первых, об отсутствии опыта работы в условиях конкуренции; во-вторых, концептуальные подходы к определению самого понятия «конкурентоспособность» далеко неоднозначны; в-третьих, проработка методических и практических вопросов обеспечения конкурентоспособности пока еще недостаточна. Выделенные проблемы обуславливают необходимость продолжения дальнейших крупномасштабных серьезных исследований в данном направлении.

Проблема формирования конкурентоспособных стратегически ориентированных систем и механизмов изначально определяются моделью конкуренции. Однако сформулировать общие концептуальные подходы к обеспечению конкурентоспособности можно, несмотря на уникальные характеристики и особые условия каждого рынка.

Безусловно, предприятие не может быть конкурентоспособным, если его продукция и услуги не востребованы рынком. Однако ориентации только на такие параметры как цена, качество сегодня уже явно недостаточно. В современных условиях ресторанный бизнес должен предложить потребителям целый спектр своих преимуществ, что и обеспечит его успех в конкурентной борьбе.

Сегодня на предприятиях ресторанного бизнеса отсутствует целенаправленная, постоянно действующая, научно-обоснованная комплексная система оценки конкурентоспособности продукции и услуг на основе использования маркетингового инструментария, а также система управления по взаимозависимым целям и показателям, что отрицательно сказывается на эффективности их деятельности.

Конкурентоспособность продукции и услуг ресторанного бизнеса определяется совокупностью их характеристик, отличающих продукцию и услуги от аналогов на других предприятиях по уровню удовлетворения конкретных потребностей индивидуального потребителя, а также по уровню затрат на их производство, реализацию и организацию потребления. Помимо всего прочего, эти характеристики определяют соответствие продукции и услуг требованиям рынка и его возможности реализации на конкретном рынке (рыночном сегменте или в рыночной нише).

Конкурентоспособность продукции и услуг ресторанного бизнеса измеряется степенью удовлетворения, благосклонности и лояльности потребителей. Главными составляющими этой интегральной меры выступают качество, цена, сроки производства продукции и предоставления услуг, обслуживание, информационная поддержка товара в течение всего жизненного цикла.

Основой рационального выбора потребителя является ориентация на оптимальную цену потребления даже при условии высокой цены производства,

обусловленной инновационным характером конкурентоспособности товара. Однако и сегодня все еще достаточно часто наблюдаются нарушения рациональности потребительского выбора, что связано с дифференциацией доходов, асимметричностью доступа к информации. В этой связи нарушения рациональности потребительского выбора может выступать основой существенных искривлений процесса определения конкурентоспособности продукции и услуг ресторанного бизнеса.

Группа экономистов [132, с. 17] утверждает, что «товар не может рассматриваться как реальный субъект процесса конкуренции, поскольку сам не влияет на ход этого процесса, а является его пассивным объектом. Затем конкурентоспособность нужно рассматривать не как отдельный уровень конкурентоспособности, а как инструмент обеспечения конкурентоспособности предприятия». Согласиться с такой точкой зрения не представляется возможным, потому что приведенное утверждение противоречит обоснованной гипотезе об иерархичности формирования конкурентоспособности. В соответствии со сформированной системой конкурентоспособности вполне логично, что конкурентоспособность продукции и услуг выступает тем базовым уровнем, который прямо обуславливает уровень конкурентоспособности высших, чем он уровней. Просто дополнительно необходимо учитывать влияние различных факторов среды, стабильность предприятия и место его в рыночной нише (сегменте и в целом на рынке ресторанного бизнеса), нацеленность на удовлетворение потребностей конкретного контингента потребителей.

Показатели конкурентоспособности продукции и услуг предприятий ресторанного бизнеса, как общая степень удовлетворенности, благосклонности и лояльности потребителей могут быть сведены к следующим (рис. 3.7):

Конкурентоспособность производственно-обслуживающего выступает интегральной мерой потенциала производственной и обслуживающей систем предприятия, которая характеризует ее в научно-техническом, финансово-экономическом, кадровом, производственно-технологическом срезах и обеспечивает привлекательность для инвесторов и повышает доверие к ресторанному бизнесу.

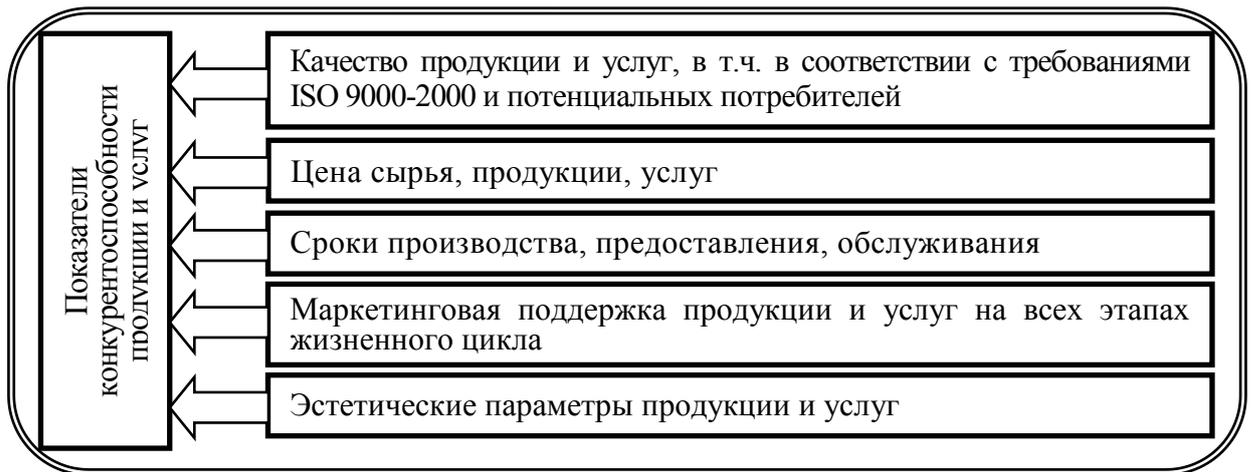


Рисунок 3.7 – Показатели конкурентоспособности продукции и услуг ресторанного бизнеса

Таким образом, показатели конкурентоспособности на уровне производственно-обслуживающего комплекса предприятия, как интегральная мера общего и инновационного потенциала производственно-обслуживающей системы предприятия, должна оцениваться показателями, представленными на рисунке (рис. 3.8).

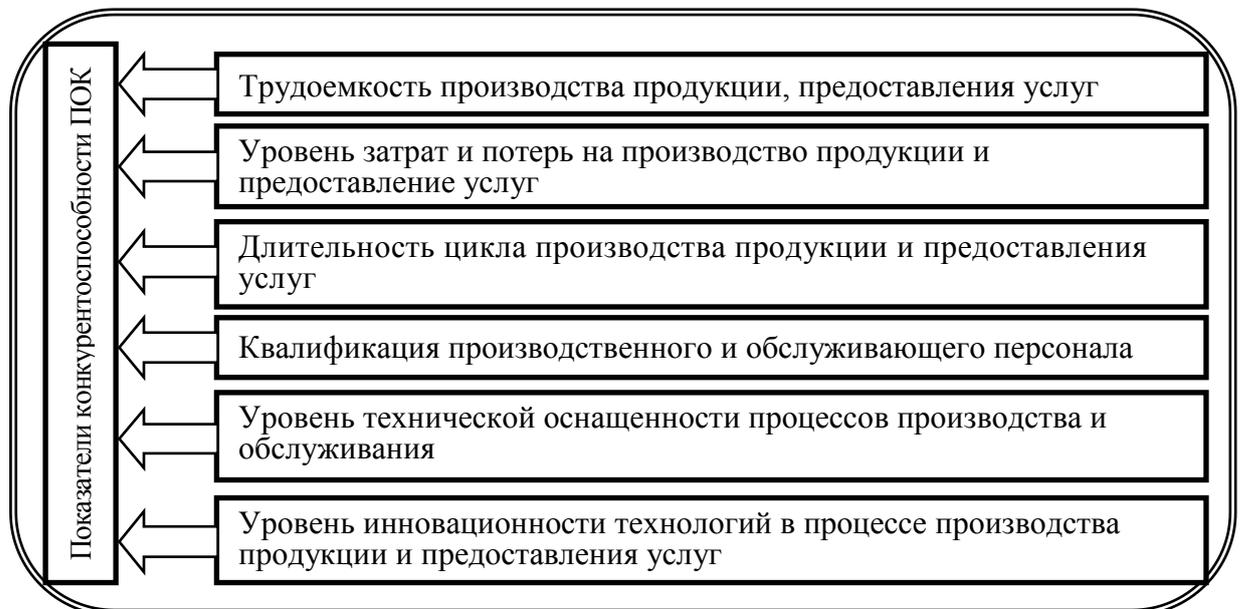


Рисунок 3.8 – Показатели конкурентоспособности производственно-обслуживающего комплекса (ПОК) ресторанного бизнеса

Рыночная стоимость ресторанный бизнеса выступает важной комплексной составляющей оценки конкурентоспособности предприятия и эффективности его деятельности, которая адекватно отражает качество управления объектом, его финансовое благополучие и будущие ожидания. Данная составляющая реагирует на изменение ситуации на рынке: падение платежеспособности и рентабельности. Так, снижение рентабельности увеличивает инвестиционный риск, способствует потере конкурентного преимущества и как следствие – уменьшению рыночной стоимости бизнеса. Основные показатели, характеризующие рыночную стоимость бизнеса, представлены на рис. 3.9.

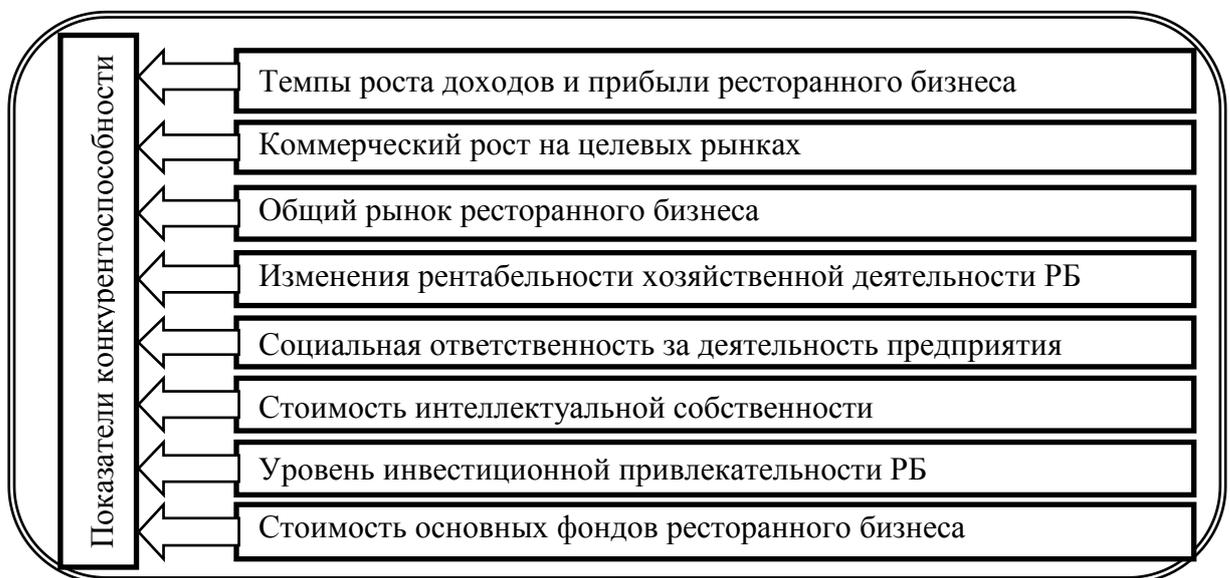


Рисунок 3.9 – Показатели конкурентоспособности рыночной стоимости ресторанный бизнес

Конкурентоспособность предприятия формируется под воздействием различных факторов внешней и внутренней среды и включает как характеристики конкурентоспособности продукции и услуг, так и показатели, формирующие экономические условия их производства, реализации и организации потребления, а также показатели рыночной стоимости.

Возможности влияния ресторанный бизнес на факторы окружающей среды ограничены. Поскольку они действуют объективно по отношению к

конкретному предприятию. Реальные и непосредственные возможности регулирования конкурентоспособности ресторанного бизнеса относятся к системе факторов внутренней среды, однако влиять на них предприятие может с разной степенью интенсивности. Серьезных капиталовложений и продолжительного времени окупаемости требуют изменения технико-технологических условий работы предприятия. Наиболее мобильным и поддающимся эффективному регулированию без существенных капиталовложений является элемент организации управления производственно-сбытовой деятельностью. Именно в этой сфере находятся реальные пути повышения конкурентоспособности предприятия ресторанного бизнеса. Одним из решающих рычагов при этом является внедряемая система управления качеством продукции и услуг.

Исходя из всего вышеизложенного, конкурентоспособность, как и развитие, характеризуется количественными (экономическими) и качественными (маркетинговыми) параметрами. На современном этапе на первый план выходят именно качественные показатели. Разделяя точку зрения О. Б. Чернеги, следует дополнить, что в перечне основных элементов должны присутствовать также следующие: качество образования и человеческих ресурсов; культура в обществе и в отдельных организациях (корпоративная культура); ценности и личные приоритеты, нацеленность на решение социальных проблем и стремление к совершенствованию моральной и материальной обеспеченности нации [292, с. 33].

Количественные показатели конкурентоспособности достаточно подвижны, гибко изменяются даже в течение короткого промежутка времени и, соответственно, носят краткосрочный характер. Качественные характеристики выступают противоположностью количественным, а для их изменения требуют достаточно продолжительного времени.

Конкурентоспособность ресторанного бизнеса выступает степенью интереса и доверия к услугам предприятия на рынке. В числе главных определяющих показателей выступают рыночная стоимость предприятия, техническая оснащенность рабочих мест, реализованная концепция управления, управленческие технологии,

организационная система, человеческий капитал, маркетинговые стратегии, техническая, инвестиционная и инновационная политика.

Таким образом, конкурентоспособность ресторанного бизнеса обеспечивается следующими параметрами: 1) высокой гибкостью, способностью быстро реагировать на изменения ассортимента исходя из спроса потребителей, постоянным воспроизводством и совершенствованием продукции и услуг; 2) наличием высокотехнологичного производства, способностью обеспечить необходимое (высокое) качество продукции и услуг при оптимальных затратах производства и обслуживания; 3) умением оперативно влиять на затраты производства; 4) эффективной системой управления, ориентированной на обеспечение конкурентных преимуществ объектов ресторанного бизнеса и способной адекватно реагировать на изменения внешней и внутренней среды в реальном масштабе времени.

Анализ основных характеристик состояния предприятия и соотношение их с его конкурентоспособностью подчеркивает существование разных уровней обеспечения конкурентоспособности, а именно: оперативного, тактического и стратегического. Основными параметрами оперативного уровня конкурентоспособности предприятия ресторанного бизнеса выступает конкурентоспособность продукции и услуг. На тактическом уровне конкурентоспособность предприятия ресторанного бизнеса обеспечивается его общим результативным состоянием и оценивается показателями финансово-хозяйственной деятельности. Стратегический уровень предполагает планирование роста инвестиций в деятельность предприятия. Фактически осуществляется стоимостная оценка перспективности ресторанного бизнеса и обеспечение конкурентоспособности конкретного предприятия. Стоимостной подход к управлению позволяет сосредоточивать менеджмент предприятия не на текущих изменениях прибыли, а на долгосрочных денежных потоках.

Все изложенное выше позволяет представить механизм конкурентоспособности предприятия ресторанного бизнеса в виде иерархической структуры, включающей факторы, методы и показатели оценки конкурентоспособности (рис. 3.10).

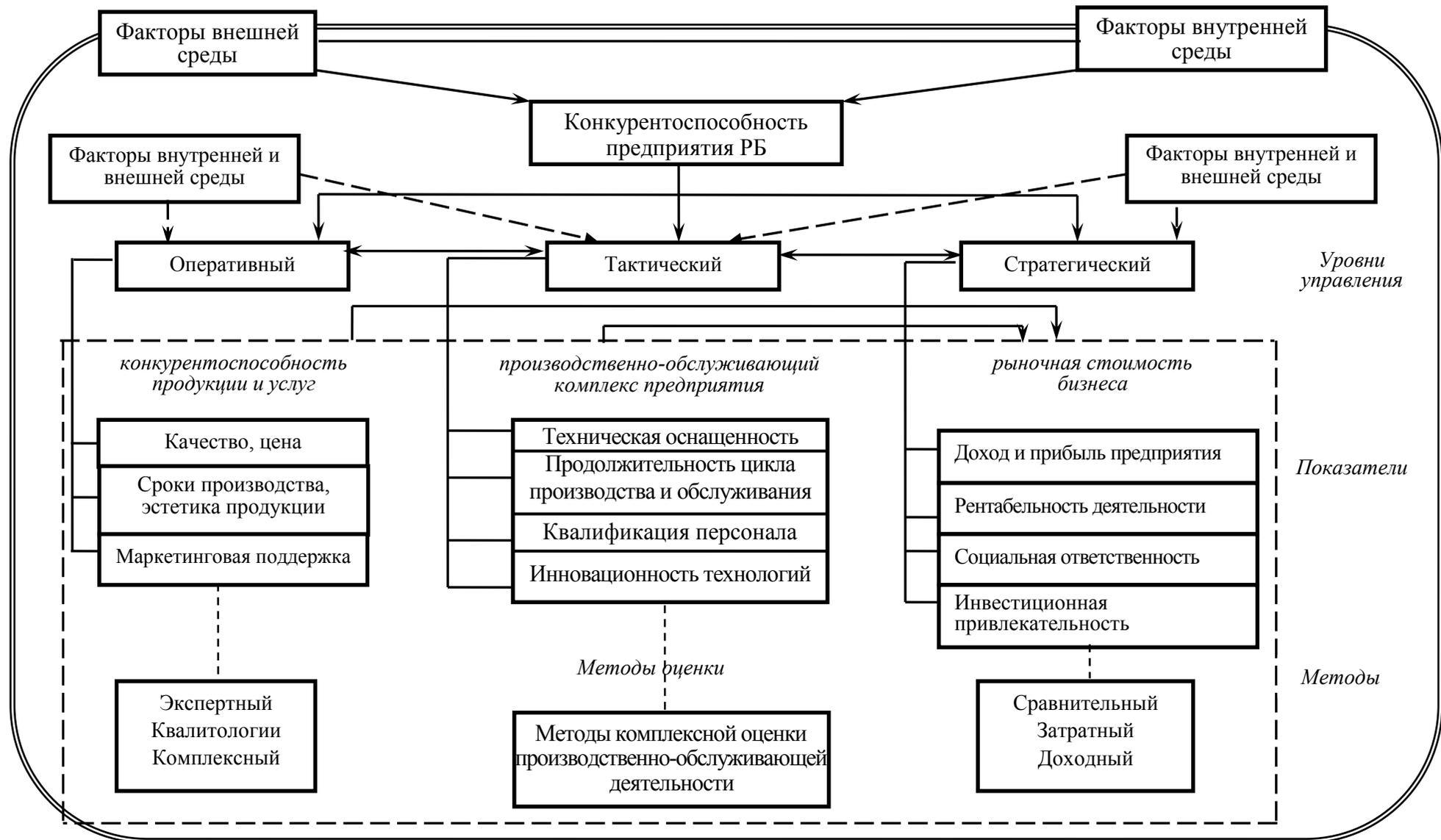


Рисунок 3.10 – Механизм конкурентоспособности предприятия ресторанного бизнеса

Несмотря на то, что конкурентоспособность является иерархическим понятием, в данной работе мы ограничились рамками ресторанного бизнеса, как одной из важных составляющих конкурентоспособности национальной экономики. На основании проведенного исследования и с учетом механизма формирования конкурентоспособности на уровне предприятия формирование конкурентоспособности ресторанного бизнеса представляется в виде логической модели, учитывающей динамическое влияние внешней и внутренней среды (рис. 3.11).

Адаптация ресторанного бизнеса к изменениям среды отражает способность приспособления к условиям и факторам, влияющим на функционирование ресторанного бизнеса и нуждается в принятии эффективных управленческих решений, направленных на наиболее полное удовлетворение спроса потребителей в конкурентоспособной продукции и услугах и получение эффективной отдачи в виде прибыли.

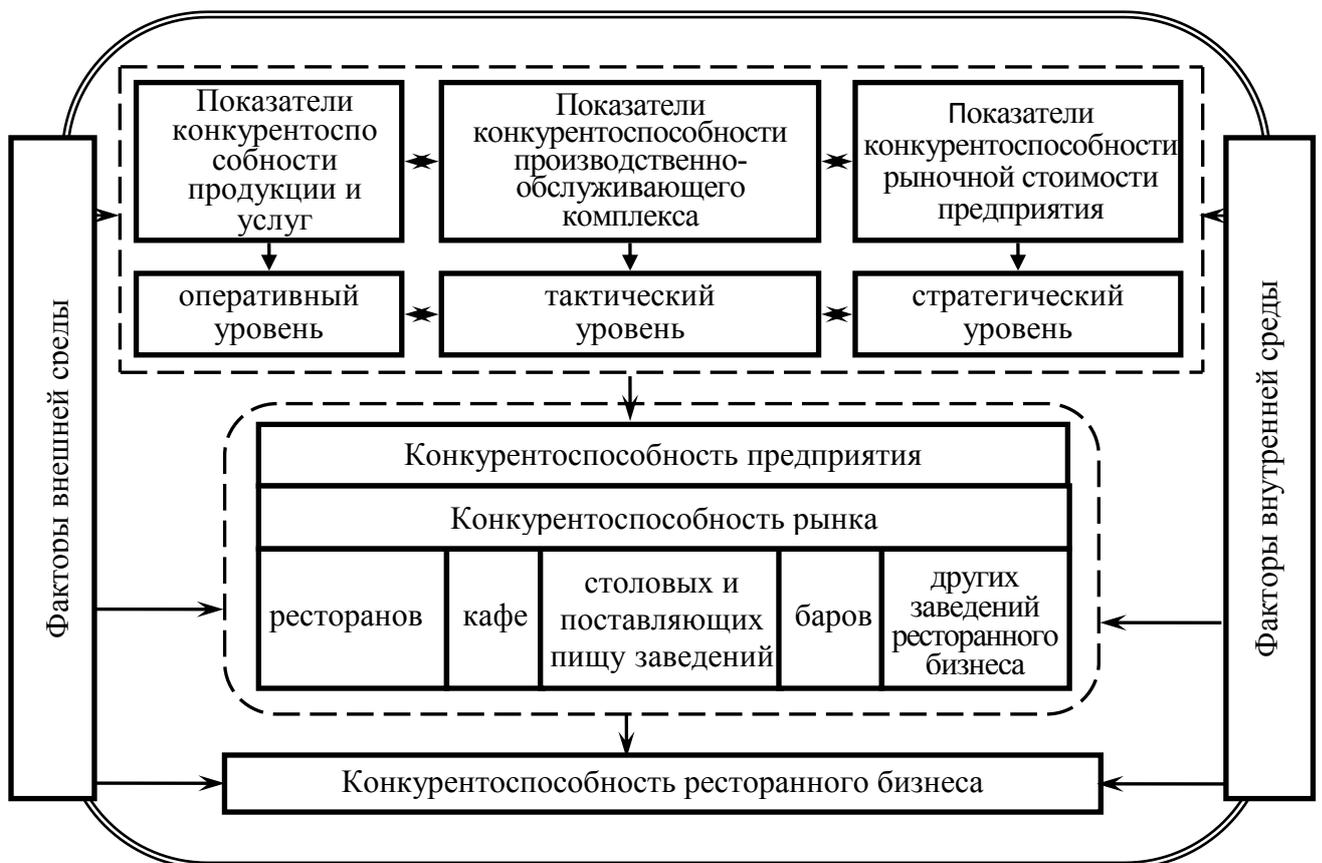


Рисунок 3.11 – Логическая модель формирования конкурентоспособности ресторанного бизнеса

Поскольку нашей целью в исследовании является ресторанный бизнес, то механизм обеспечения его конкурентоспособности может быть представлен в виде модели формирования, которая состоит из иерархической структуры, включающей уровни управления, взаимозависимые группы показателей: показатели конкурентоспособности продукции и услуг; показатели конкурентоспособности производственно-обслуживающего комплекса и показатели конкурентоспособности рыночной стоимости предприятия, методы оценки и подходы, которые систематизированы по объектам управления, что дает возможность адекватно реагировать на воздействие факторов внешней и внутренней среды, повысить эффективность управления развитием ресторанного бизнеса и способствует согласованию интересов всех субъектов ресторанного бизнеса (рис. 3.12).

Адаптация ресторанного бизнеса к изменениям внешней среды происходит путем изменения объемов производства, повышения качества продукции и предоставления услуг, расширения их ассортимента на уровне рентабельности для удовлетворения спроса потребителей, с выходом на новые рынки или рыночные сегменты, постоянным изучением потребностей и спроса потребителей, стимулированием сбыта и т.п.

Результаты экономической деятельности в ресторанном бизнесе непосредственно отображают реальные достижения в области обеспечения его конкурентоспособности и характеризуются прибылью, рентабельностью, объемами производства и реализации, долей рынка, вливанием средств и т.п.

Таким образом, первичную оценку конкурентоспособности предприятий ресторанного бизнеса рекомендуется осуществлять на основе метода экспертных оценок по формуле:

$$K_{II} = \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^m (\alpha_i \beta_{ij}) / 5m \rightarrow 1,0, \quad (3.1)$$

где  $K_{II}$  – коэффициент конкурентоспособности предприятия;

$i-1, 2, \dots, n$  – количество оценочных показателей конкурентоспособности предприятия ;

$j- 1, 2, \dots, m$  – количество экспертов;

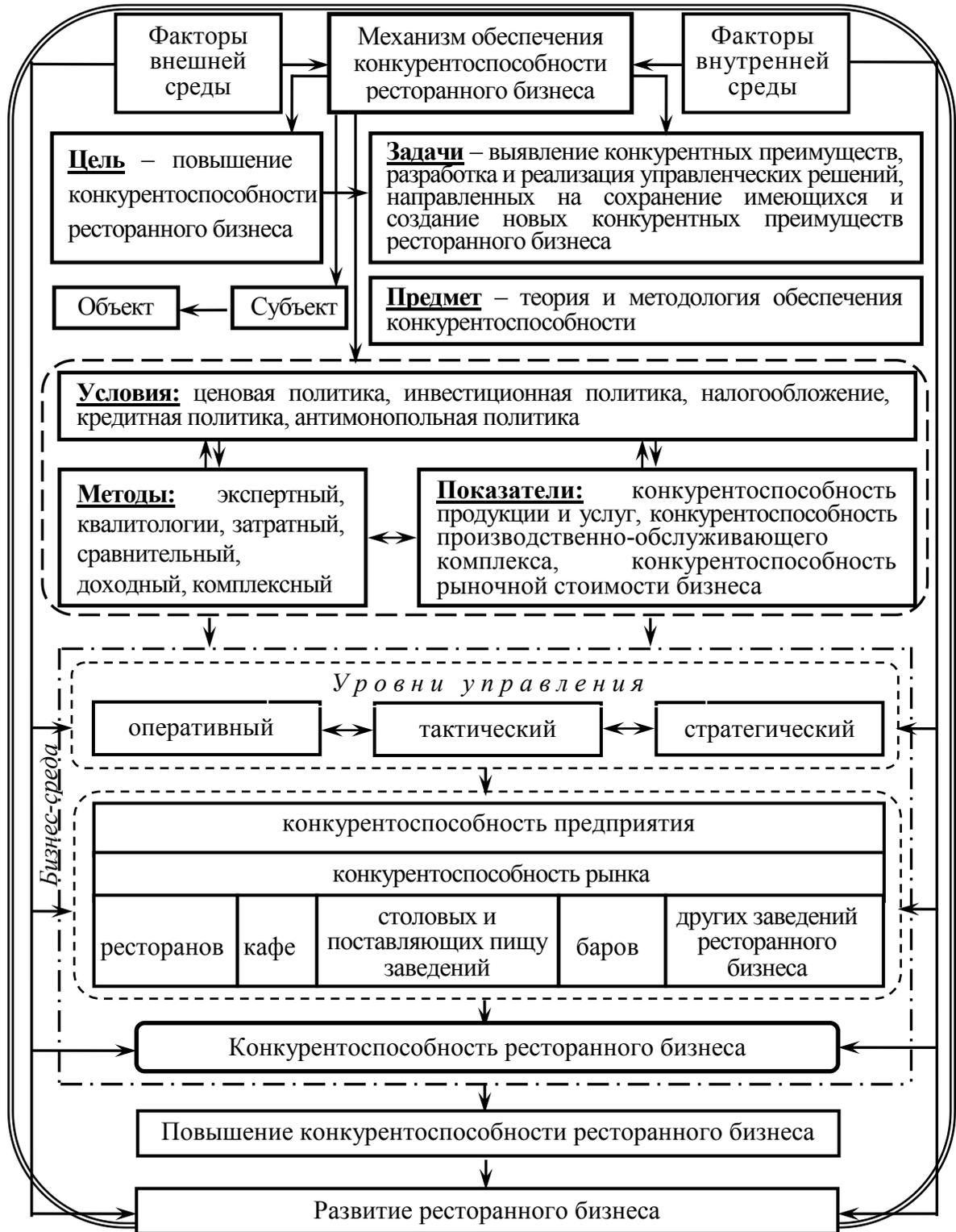


Рисунок 3.12 – Механизм обеспечения конкурентоспособности ресторанного бизнеса

$\alpha_i$  – весомость  $i$ -го показателя конкурентоспособности предприятия, доли единицы;

$\beta_{ij}$  – оценка  $j$ -м экспертом  $i$ -го показателя конкурентоспособности предприятия по пятибалльной шкале.

Каждый исследуемый показатель получает оценку в диапазоне 0–5 баллов. Определение конкурентоспособности предприятие должно осуществлять в сравнении с предприятием(ями)-конкурентами. Потому что только при таком подходе коэффициент конкурентоспособности покажет действительное положение исследуемого предприятия относительно его основного конкурента(тов). На основании сравнительного анализа осуществляется вывод о том, за счет каких элементов следует обеспечивать предприятию свою конкурентоспособность.

В подтверждение ранее изложенного на основании метода экспертных оценок автором рассчитаны коэффициенты конкурентоспособности для отдельных предприятий питания рынка ресторанов и кафе Донецкой области и выявлена динамика их изменения, сделаны выводы относительно них конкурентоустойчивости в современных условиях (табл. 3.4).

Таблица 3.4 – Изменение коэффициента конкурентоспособности предприятий ресторанного бизнеса Донецкой области в 2008 г. и на 01.01.2015 г.

Наименование предприятий питания	Коэффициент конкурентоспособности		Интегральный коэффициент конкурентоспособности	
	2008 г.	01.01.2015 г.	2008 г.	01.01.2015 г.
<b>Рестораны</b>				
1. «Малиновка»	0,79	0,79	2,1	1,81
2. «Астория»	0,57	0,32	0,13	0,12
3. «L'Орега»	0,83	0,85	2,62	2,31
4. «Африка»	0,47	0,48	0,56	0,45
5. «На крыше»	0,50	0,72	1,93	2,25
6. «Корсар»	0,65	0,53	0,46	0,85
<b>Кафе</b>				
1. «Этуаль»	0,52	0,52	0,19	0,17
2. «Латинский квартал»	0,66	0,56	0,2	0,22
3. «Бейт Шмуэль»	0,42	0,43	0,35	0,26
4. «Буфет»	0,56	0,56	0,19	0,19
5. «Розовая пантера»	0,72	0,71	2,25	2,54
6. «Уголек»	0,71	0,67	0,24	0,19
7. «Кактус»	0,46	0,49	0,46	0,46

Полученные результаты свидетельствуют о том, что стабильный уровень конкурентоспособности характерен не для всех предприятий. И, как правило, выгодное расположение исследуемого объекта в этом играет значительную роль. Так, положительная динамика конкурентоспособности отмечается именно для предприятий, расположенных в центральной части города и в местах массового передвижения людей. Для объектов, расположенных вне зоны активного движения населения за исследуемый период времени отмечается снижение уровня конкурентоспособности, оказавшееся выше для ресторанов. Важную роль в этом сыграли такие факторы как высокая себестоимость производства и уровень цен на продукцию и услуги, несоответствие качества и цены на предлагаемые продукцию и услуги, ориентация на потребителей с высоким уровнем доходов, не обновляющийся ассортимент продукции и услуг (или медленно обновляющийся).

Сравнение конкурентов показывает, что такие предприятия как кафе «Латинский квартал», «Буфет», «Кактус» расположены в одной зоне обслуживания, но имеют разные конкурентные позиции. Первые два заведения характеризуются более высоким уровнем конкурентоспособности, чем кафе «Кактус». Поэтому данному кафе необходимо разработать серьезные мероприятия по совершенствованию своей деятельности, чтобы достичь своих конкурентов по уровню конкурентоспособности. Такая работа на предприятии, безусловно, проводится, однако за исследуемый период абсолютный рост коэффициента конкурентоспособности незначителен и составил только 0,03 (6,52%).

Кафе «Латинский квартал» и «Буфет» по уровню конкурентоспособности в 2014 г. находятся на одном уровне. Однако более стабильной можно назвать работу только кафе «Буфет», где за весь исследуемый период коэффициент «удерживался» на одном уровне. Прямо противоположная картина характерна для кафе «Латинский квартал». Здесь отмечено снижение конкурентоспособности в этот же период на 15,2%. Сам факт снижения коэффициента беспокоит руководителей предприятия и нацеливает на разработку новой более эффективной стратегии развития или корректированию имеющейся с учетом причин выявленных отклонений.

Таким образом, коэффициент конкурентоспособности позволяет предприятиям определять свои преимущества и преимущества конкурентов, планировать разработку или корректировку стратегии развития и таким образом сохранять и укреплять позиции на выбранном рынке или рыночном сегменте.

К особенностям проявления конкурентных преимуществ относятся: низкие затраты, конкурентоспособные цены, дифференциация, скорость реакции на изменение запросов потребителей, высокое качество продукции и услуг, постоянное использование новых технологий, контакты с поставщиками и потребителями, динамичный ассортимент продукции и услуг, активная рекламная политика, систематические маркетинговые исследования.

Однако в основе произведенных расчетов лежит экспертная оценка весомости отдельных факторов, которая носит в определенной степени субъективный характер. Для устранения субъективизма на втором этапе рекомендуется определение показателя интегральной конкурентоспособности предприятия, рассчитанного с использованием доступной информации о деятельности объекта исследования [116]. Полученный результат деятельности предприятия, который подвергается наблюдению и измерению, является его фактическим результатом. С учетом этого определенный любым способом показатель конкурентоспособности предприятия будет характеризовать его потенциал. Фактический же его размер проявляется только на рынке.

Вся совокупность факторов, влияющих на ресторанный бизнес и тем самым на его конкурентоспособность, представлена такими группами, как цель, ресурсы и факторами макро- и микро маркетинговой среды (раздел 2.3). Учитывая этот факт, конкурентоспособность предприятия может быть представлена любой функцией основных трех групп переменных:

$$K = K(\langle Kr_i, i = 1, \dots, Nr \rangle, \langle W_i, i = 1, \dots, Nr \rangle, \langle \Phi_i, i = 1, \dots, N_\Phi \rangle), \quad (3.2)$$

где  $K$  – показатель интегральной конкурентоспособности предприятия;

$K_{r_i}$  – конкурентоспособность различных видов ресурсов предприятия ресторанного бизнеса, общим количеством  $N_r$ ;

$W_{ri}$  – коэффициенты весомости, общим количеством  $N_r$ ;

$\Phi_i$  – количество факторов внешней среды,  $N_\Phi$ .

Конкурентоспособность как показатель, который характеризует конкретное предприятие и позволяет сопоставлять его с другими, прежде всего, определяется внутренними факторами, выступающими в виде различных ресурсов, которыми предприятие распоряжается. При этом ресурсы предприятия это не только капитал в финансовой и материальной форме, но и персонал, состояние системы управления, качество связей с контактной аудиторией, организация маркетинга и др. Каждый ресурс предприятия ресторанного бизнеса, определенный таким образом, оценивается с точки зрения конкурентоспособности в виде числа  $Kr_i$ .

Так как предметом сравнения по уровню показателя интегральной конкурентоспособности является предприятие, находящееся в разных внешних условиях, то это сказывается, в конечном итоге, на результирующей конкурентоспособности. Тогда конечный показатель интегральной конкурентоспособности предприятия ресторанного бизнеса должен учитывать также факторы внешней среды:  $(\Phi_i, i = 1, \dots, N_\Phi)$ .

При принятии решения относительно выбора альтернатив определяются показатели интегральной конкурентоспособности для конкретной совокупности предприятий, для каждого из которых предварительно рассчитываются показатели конкурентоспособности отдельных составляющих  $K_1, K_2, \dots, K_N$  для  $N_r$  ресурсов. Значение же  $W_{ri}$  зависят от целей и стратегии конкретного предприятия.

Показатель интегральной конкурентоспособности предприятия относительно других предприятий показывает его способность занимать определенную долю рынка и характеризует способность увеличивать или уменьшать ее. Это реальная конкурентоспособность предприятия. При сокращении доли рынка также имеет смысл говорить также о показателе интегральной конкурентоспособности. Но характеризоваться в качественном отношении он будет как низкий.

Таким образом, можно сделать вывод, что показатель интегральной конкурентоспособности предприятия может быть представлен долей продукции и

услуг предприятия в совокупных продажах ресторанного бизнеса и темпами изменения доли предприятия в совокупных продажах. Причем и на долю продукции, и на темпы ее роста будут влиять изменения количества различных ресурсов. Современная производственная мощность и вместимость предприятий влияют на долю рынка, которую занимает предприятие, но мало связаны с ее ростом. Одновременно, состояние организации уровня управления предприятием мало связано с занятой долей рынка за счет соответствующего действия системы управления, но определяет современные темпы изменения этой доли конкретным предприятием питания.

На основании анализа коэффициента конкурентоспособности и величины показателя интегральной конкурентоспособности можно сделать более обоснованные выводы (табл. 3.4). Так, несмотря на стабильный уровень коэффициента конкурентоспособности ресторана «Малиновка» (1) доля продукции и услуг в его совокупных продажах на рынке ресторанного бизнеса Донецкой области сократилась. Увеличение коэффициента конкурентоспособности в ресторанах «L'Opera» и «Африка» сопровождалось снижением доли продукции и услуг в совокупных продажах. И, соответственно, темпы изменения доли рынка имеют отрицательные значения. Только в одном ресторане «На крыше» (5) из исследуемой группы рост коэффициента конкурентоспособности был подкреплён ростом его рыночной доли в совокупных продажах продукции и услуг ресторанного бизнеса в Донецкой области ирреальной положительной динамикой темпов роста доли рынка.

В группе кафе ситуация несколько отличается по определенным позициям. Так, только в кафе «Буфет» (4) стабильность коэффициента конкурентоспособности и даже его рост подтвержден стабильной рыночной долей в совокупной реализации продукции и услуг на рынке предприятий ресторанного бизнеса. В кафе «Латинский квартал» (2) и «Розовая пантера» (5) снижение коэффициента конкурентоспособности сопровождалось ростом доли продукции и услуг в совокупных продажах на рынке ресторанного бизнеса.

Исходя из проведенного анализа, следует сделать вывод о том, что из двух групп исследуемых предприятий конкурентоустойчивым можно признать в группе ресторанов только ресторан «На крыше», а в группе кафе – «Буфет» и «Кактус». Другие же являются не конкурентоустойчивыми из-за изменения различных факторов, которые не были своевременно учтены предприятиями при стратегическом планировании их развития.

Новые задачи конкуренции и конкурентоспособности обуславливают применение новых подходов и новых методов. Сегодня возникает необходимость не только в проведении классических маркетинговых исследований, но и в поиске эффективных результатов практической деятельности как на предприятиях-партнерах и конкурентах, так и в сопредельных отраслях, с целью их адаптации и использования на собственных предприятиях для дальнейшего эффективного развития. Для этого в ресторанном бизнесе должен найти применение бенчмаркинг [40].

Бенчмаркинг близок к понятию маркетинговой разведки (маркетинг Intelligence). Он может рассматриваться или как процесс, или как деятельность по долгосрочному обдумыванию стратегии предпринимательства, основываясь на лучшем опыте партнеров и конкурентов в отраслевом, межотраслевом, национальном и межнациональном масштабах [40, с. 52-61].

Бенчмаркинг выступает необходимым компонентом стратегического планирования и, соответственно, эффективного развития. Долгосрочные стратегии требуют, чтобы предприятие непрерывно менялось и приспособлялось к потребностям рынка ресторанного бизнеса сегодня и отвечало ожидаемым потребностям рынка завтра, чтобы остаться конкурентоспособным на длительную перспективу.

Обобщенная схема процесса бенчмаркинга в ресторанном бизнесе соответствует этапам, по которым он осуществляется, а именно: 1) определение объекта бенчмаркинга (цель!!!); 2) выбор партнера по бенчмаркингу и его вида; 3) поиск информации; 4) анализ; 5) адаптация к условиям деятельности предприятия; 6) внедрение [41, с. 81].

Цель бенчмаркинга в ресторанном бизнесе состоит в том, чтобы на основе исследования установить вероятность успеха предпринимательства. Вполне очевидно, что анализ его возможностей для малого бизнеса следует осуществлять через призму особенностей представителей именно данного сектора экономики. Все это обуславливает целесообразность изучения опыта работы всех интересующих объектов и адаптации его к конкретному предприятию ресторанного бизнеса.

Успех эталонного тестирования в ресторанном бизнесе определяется тем, какие показатели при этом будут сравниваться, как расставлены приоритеты в решении возникших проблем, потому что при одновременном стремлении улучшить все направления эффект как правило нулевой. Все сказанное позволяет предложить систему показателей бенчмаркинга в ресторанном бизнесе (рис. 3.12).



Рисунок 3.12 – Система показателей бенчмаркинга в ресторанном бизнесе

Бенчмаркинг позволяет развить анализ конкурентоспособности, но ограничивается изучением конкурентов по направлениям: продукция, затраты, технологии, характеристики, экономические и финансовые показатели, отношения с потребителями и поставщиками. Все это необходимо для поиска наиболее выгодной продукции и услуг для предприятия. Бенчмаркинг расширяет границы исследования за пределы ресторанного бизнеса и выступает одним из направлений стратегически ориентированных маркетинговых исследований, а, следовательно,

и исследований процесса развития как такового. Бенчмаркинг повышает обоснованность стратегий маркетинга, выявляя возможности самосовершенствования, определяя объекты совершенствования и стимулируя непрерывность данного процесса с целью повышения конкурентоспособности предприятия, выявляет проблемные участки по затратам и качеству, то есть раскрывает проблемы в работе, конкретизируя их.

Таким образом, конкуренция в ресторанном бизнесе является процессом экономического стимулирования развития деятельности субъекта ресторанного бизнеса по производству, реализации и организации потребления продукции и услуг, совершенствованию качества, поиску потребностей с целью их наиболее полного удовлетворения, получения прибыли, стабилизации своего положения на рынке и укрепления жизнеспособности. Конкуренция выступает одновременно и статикой, и динамикой соперничества, как в условиях определенности, так и неопределенности рыночной среды.

Конкурентоспособность низших звеньев экономики обеспечивает в целом конкурентоспособность высших и в целом национальной экономики. Это обуславливает необходимость обеспечения повышения конкурентоспособности первичного уровня – продукции и услуг на уровне каждого отдельного предприятия ресторанного бизнеса, для чего предложены систематизированные группы основных показателей, которые повышают или снижают действие при определенных условиях.

Механизм обеспечения конкурентоспособности ресторанного бизнеса построен на модели формирования конкурентоспособности, состоящей из иерархической структуры, включающей цели, задачи, предмет, субъект и объект исследования, методы оценки и условия, уровни управления, взаимозависимые группы показателей, такие как показатели конкурентоспособности продукции и услуг, показатели конкурентоспособности производственно-обслуживающего комплекса и показатели конкурентоспособности рыночной стоимости предприятия, методы оценки, систематизированные по объектам управления. Действие механизма направлено на прогнозирование изменения уровня конкурентоспособности на разных уровнях и своевременное осуществление корректировки для недопущения снижения

конкурентоспособности ресторанного бизнеса и отдельного взятого предприятия в условиях динамичной рыночной среды. Постоянное положительное изменение конкурентоспособности каждого структурного компонента ресторанного бизнеса подтверждает положительность процесса его развития в целом или на отдельных рыночных сегментах в частности. Однако важным в современных условиях становится бенчмаркинг, который расширяет границы анализа. Выявление конкретных причин расхождений с запланированными результатами позволит предпринимателям устранить их своевременно и активизировать процесс развития своего предприятия с эффективным и более полным использованием свободы деятельности.

### Выводы по разделу 3

Разработан организационно-информационный механизм управления развитием ресторанного бизнеса, который включает систему управления развитием ресторанного бизнеса на основе комплексного воздействия взаимосвязанных функций, составленную из взаимообуславливающих и взаимодействующих подсистем управления развитием: организация, прогнозирование, планирование, учет, анализ, контроль, и логической модели управления развитием ресторанного бизнеса на основе оптимизации информационно-функциональных связей. Информационно-функциональные связи характеризуют изменения количественно-качественных параметров продукции и услуг на всех этапах их жизненного цикла на базе имеющегося производственно-торгового потенциала предприятий ресторанного бизнеса и отражающих управленческое воздействие производства, реализации и организации потребления. Это позволяет своевременно и оптимально адаптироваться ресторанному бизнесу к рыночным процессам, повысит уровень обоснованности направлений его развития и даст возможность разрабатывать методические рекомендации по совершенствованию управления развитием ресторанного бизнеса.

Обосновано, что экономическая свобода деятельности ресторанного бизнеса представляет ответственное взаимодействие субъекта с хозяйственными партнерами и потребителями. Сформулирован усовершенствованный концептуальный подход к реализации экономической свободы деятельности ресторанного бизнеса, который включает систему экономической свободы ресторанного бизнеса и концептуальную схему, позволяющих субъектам хозяйствования взаимодействовать при выборе рыночного сегмента, правовых и организационно-экономических форм функционирования рыночного механизма на основе действующих законодательных актов, что позволяет определять границы экономической свободы и степень ответственности предприятий ресторанного бизнеса за результаты хозяйственной

деятельности, создает благоприятную среду для реализации предпринимательской инициативы.

Экономическая свобода в ресторанном бизнесе реализуется в виде становления проектной, реализованной и реальной ее форм. Экономическая свобода ресторанного бизнеса выступает условием и результатом экономического развития. Одновременно, экономическая свобода рассматривается как сущность, цель и движущая сила развития субъекта хозяйствования, которая не противопоставляется государству и закону, а состоит в ответственном рыночном поведении и взаимодействии каждого субъекта, имеет определенные границы и степень ответственности за результаты общих усилий и способствует обеспечению суверенитета партнерских отношений.

Экономическая свобода деятельности ресторанного бизнеса должна заключаться в предоставлении возможности действовать в интересах своих работников, владельцев, потребителей и государства, согласно рыночной конъюнктуре, самостоятельно определять объемы и структуру производства, продажи, цены на свои продукцию и услуги, выбирать деловых партнеров и др.;

Установлено, что конкуренция в ресторанном бизнесе является процессом экономического стимулирования развития деятельности субъекта по производству, реализации и организации потребления продукции и услуг, совершенствованию качества, поиску потребностей с целью их наиболее полного удовлетворения, получения прибыли, стабилизации своего положения на рынке и укрепления жизнеспособности.

Сформирован механизм обеспечения конкурентоспособности ресторанного бизнеса включающий модель формирования конкурентоспособности, состоящей из иерархической структуры, включающей все основные компоненты механизма: цель, задачи, предмет, субъект, объект исследования, методы оценки и условия. уровни управления, взаимозависимые группы показателей: показатели конкурентоспособности продукции и услуг; показатели конкурентоспособности производственно-обслуживающего комплекса и показатели конкурентоспособности рыночной стоимости предприятия, методы оценки и подходы, которые систематизированы по объектам управления. Механизм обеспечения конкурентоспособности позволяет адекватно

реагировать на воздействие факторов внешней и внутренней среды, повысить эффективность управления развитием ресторанного бизнеса и способствует согласованию интересов всех его субъектов. Расчет конкурентоспособности на основе использования маркетингового инструментария диагностирования развития ресторанного бизнеса позволяет учесть не только экономические (количественные), но и маркетинговые (качественные) аспекты при формировании конкурентоустойчивости объектов ресторанного бизнеса.

## РАЗДЕЛ 4

### ЭКОНОМИЧЕСКИЙ МЕХАНИЗМ УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА

#### 4.1. Экономический механизм самоуправления развитием ресторанного бизнеса

Экономическое развитие ресторанного бизнеса обуславливает необходимость осуществления преобразований, направленных на дальнейшее развитие рыночных отношений, на становление самоуправления в процессе развития ресторанного бизнеса на разных иерархических уровнях.

В современных трансформационных экономических условиях изменения организации управления, форм хозяйствования предприятий влияют на организацию самоуправления в ресторанном бизнесе. Расширение самостоятельности субъекта повышает значимость самоуправления. При этом предприятие самостоятельно решает более широкий круг вопросов и выбирает направления развития своей деятельности.

Однако самоуправление в ресторанном бизнесе, несмотря на возможности современного менеджмента, реализуется непросто. Противодействующими факторами выступают используемые методы управления, администрирование, непонимание значимости самоуправления руководителями предприятий, а также внутренние мотивы трудового коллектива (квалификация, несовпадение интересов, конфликтность и др.). Кроме того, сложно определить соотношение между самостоятельностью и самоуправлением. Как показывает анализ участия трудового коллектива в управлении – одна часть работников занимается управлением активно, а другая – пассивно. Это можно объяснить расхождением в компетентности, информированности, в участии членов трудового коллектива в подготовке управленческих решений. Основной

проблемой в современных условиях выступает сохраняющаяся многоступенчатость органов управления, что способствует развитию бюрократии.

Внедрение принципов самоуправления на предприятиях разных форм собственности в ресторанном бизнесе сталкивается с рядом трудностей. Среди внутренних препятствий следует обратить внимание на следующие:

прекращение деятельности профсоюзов (в большинстве это касается приватизированных предприятий). «Без профсоюзов наемный труд оказывается во власти частного предпринимательства, администраций и государства, на объективную, социально ориентированную политику которых в случае отсутствия соответствующих противовесов рассчитывать трудно» [53];

демократизация и деградация рабочей силы в условиях снижения требований к ним, а также резкого ухудшения материального и социального положения основной массы работников и, как следствие, снижение в целом их потребностей и интереса к участию в управлении;

приверженность руководителей предприятий к использованию авторитарных методов управления, сохраняющаяся и до настоящего времени (а в ряде случаев и усиливающаяся);

слабая информированность работников об экономическом и финансовом положении предприятия, а также о планах его администрации.

Всем этим умело и сознательно пользуется значительная часть руководителей с целью ограничения реального участия работников в принятии управленческих решений. Механизмы их отрицательного действия разнообразны: ограничение доступа к экономической информации, недопущение работников к разработке самых важных решений, которые выносятся на общее собрание и т.п.

Самоуправление, в отличие от традиционной формы организации общества, предполагает гибкость, оперативное реагирование на все происходящие изменения в социальных отношениях, что обеспечивается участием каждого самостоятельного члена общества в управлении. Люди сами управляют собой.

Однако самоуправление развитием ресторанного бизнеса не планирует полный отказ от работы специалистов-руководителей. Такой отказ имел бы только отрицательные последствия, как социально-экономические, так и политические. Для самоуправления важно полное подчинение содержания управленческой деятельности интересам трудящихся и потребителей. Это может быть достигнуто путем участия масс в принятии решений на основе подготовленных специалистами проектов, через мониторинг за реализацией решений, а также через оценку результатов деятельности, достижений и недостатков, заслуг и недосмотров ответственных лиц.

На начальных этапах развития человеческого общества самоуправления так и осуществлялось. При этом не было специально выделенных людей, которые регулировали бы деятельность каждого отдельного члена общества и общества в целом. Как следствие, в процессе производства средств к существованию появилась кооперация труда, которая подразумевала объединение участников производственного процесса на базе общей формы собственности на средства производства. Процесс принятия решений при такой организации труда характеризовался свободным, демократическим обсуждением, согласованием и добровольным подчинением [39]. Люди сами осуществляли процесс управления своей производственной деятельностью. Управление на уровне племен и народностей осуществлялось советом и народным собранием. Общественное устройство того периода можно назвать таким образом «первоначальной демократией». Самоуправление выступало как характеристика и форма социально-экономического аспекта функционирования общества и его основного звена.

Первоначальная кооперация труда обладала всеми признаками самоуправления субъектов производственного процесса, то есть характеризовалось равноправным участием всех работников в выполнении функций контроля, учета, организации производства в процессе трудовой деятельности.

Дальнейшее развитие общества характеризовалось возникновением и обособлением управления как отдельного вида деятельности по координации и регулированию действий всех участников производственного процесса. Вследствие

этого произошло отделение функции управления от собственности, а управленческая деятельность стала нуждаться в профессиональном менеджере. То есть состоялся разрыв целостности собственности, труда и управления, приведший к обособлению управленческой деятельности и появлению профессионального управления.

Управление стало деятельностью, связанной с полным подчинением объекта управления целям и задачам субъекта управления. Цель и задачи осуществляемых действий субъекта управления определяются его экономическими интересами, что обеспечивает достижение его интересов.

Изначально в основу теории самоуправления были заложены идеи эпохи образования – общественного договора, естественных прав личности, автономной общины, представительского правления, разделения власти. Самоуправление понималось как естественное, неотъемлемое право суверенной общины, сложившейся до образования современного национального государства. В таком направлении размышлял Ж.-Ж. Руссо, который говорил о естественных правах общины [225]. С этим связаны также размышления Т. Джефферсона о «республике в миниатюре», самоуправных поселениях, которые пользуются институтами прямой демократии [99].

Развитие этатистских доктрин, связанных с формированием национальных государств и неминуемой субординации в рамках территориально-политических систем, привел к появлению в XIX ст. государственной теории самоуправления (ее авторами считаются Р. Гейнс и Л. Штейн в XIX ст., а дальше развивали – В. Безобразов, О. Градовский, М. Коркулов, Г. Лазаревский и др.

Противоречие между «общественным» и «государственным» подходами решается исходя из концепции многоуровневых территориально-политических систем. Причем основным таким уровнем выступает государство, которое обладает суверенитетом.

Современное понимание государства, и, прежде всего, принятая концепция управления, выстраивание вертикали власти никак не стыкуются с самоуправлением. Это обусловлено тем, что сама сущность самоуправления противоречит идее вертикали.

Современное состояние украинского общества находится на самом начальном этапе становления самоуправления. Еще не отработаны концепции и правовые

установки, не накоплен достаточный опыт организации и функционирования самоуправления, не выработаны теоретические научно обоснованные подходы к определению его места и роли в обществе и государстве. В определенной степени это касается и самоуправления развитием ресторанного бизнеса, играющего важную роль в развитии государства.

В теории и практике самоуправления в современных условиях обозначились два прямо противоположных и, на первый взгляд, взаимоисключающих подхода. Один состоит в отделении самоуправления от государственного управления, при котором исключается любое воздействие государства (кроме правового) на организацию местного самоуправления. Второй заключается в «огосударствлении» самоуправления, его жёсткой «привязке» к государственной структуре и восприятию самоуправления как продолжения государственной власти на местах. Такие позиции отображают объективный процесс становления и развития самоуправления в стране, неоднозначность его правового регулирования, а также имеющиеся правовые пробелы.

Научно обоснованное исследование проблемы взаимодействия государства и органов самоуправления сегодня связаны с развитием таких фундаментальных основ (на которых базируются государственность и самоуправление), как народность, общинность, соборность, коллективизм, духовно-моральные начала. Таким образом, самоуправление рассматривается как социальный феномен, в котором объединяются государство и общество, через который проходит связующая нить между государством, обществом, народом, индивидом.

Поэтому важно, чтобы структуры самоуправления формировались и развивались одновременно на разных уровнях (от уровня предприятия до общегосударственного). Такая трансформация может в итоге привести, по выражению А. И. Солженицына, к установлению «государственно-земского порядка», в котором государственное и самоуправленческое начало организации общественной жизни сольются в единое целое и образуют новый социальный организм в виде добровольного союза свободных территорий и народов [238]. И хотя данное высказывание было сделано относительно

России, оно в полной мере подходит и к Украине, к процессу развития различных сфер деятельности, ресторанного бизнеса и государства в целом.

Исторический опыт развития самоуправления в ресторанном бизнесе свидетельствует о том, что оно всегда было тесно связано с государством, государственным управлением, выступало как его продолжение на местном уровне и одновременно имело определенные полномочия, осуществляемые самостоятельно и чаще всего независимо от государственных структур. В то же время, будучи самостоятельной, местная власть отвечает за результаты своей деятельности перед населением муниципального образования, государством, физическими и юридическими лицами.

Затрагивая источники соотношения государственных структур и органов самоуправления, связанных с проблемой происхождения государства, в научной литературе в последние годы все активнее обсуждается теория происхождения государства не только как результат борьбы антагонистических классов, но и через действия других факторов, и, прежде всего, задач управления. В этой связи, по мнению А. И. Ковлера «происходило не некое поглощение государством институтов общинно-родового самоуправления, а поэтапное «огосударствление» институтов самоуправления в смысле их дальнейшего развития на собственной основе до размеров институтов государственного управления», в результате чего «...самоуправление утрачивает свою самодовлеющую самостоятельность, подчиняясь основным целям и задачам политического властвования» [129].

Таким образом, с возникновением государственно-организованного общества самоуправление потеряло свою извечную самостоятельность и стало придатком государственной структуры, продолжением государственной власти на местном уровне, или обособленным от государства институтом гражданского общества, оставаясь относительно самостоятельным от государственных институтов, но, во всяком случае, действующим в рамках государственно-правовых предписаний.

Однако тесная органическая взаимосвязь между развитием государства, регионов, предприятий и самоуправлением развитием прослеживается постоянно.

В разных типах государств, на разных этапах эволюции существовали разные модели местного самоуправления, которые, в конечном итоге, всегда следовали за государственным развитием, подчиняясь предписаниям, которые устанавливало государство, и тем самым практически всегда зависели от типа государства, его устройства, формы правления и политического режима.

Такая взаимосвязь государственных и самоуправленческих начал обусловлена более глубокими и объективными факторами, в числе которых: степень социально-экономической зрелости общества, соотношение и размещение социальных групп – классовых, сословных, этнических и т.п., характер их борьбы или сотрудничества, духовные, национальные, культурные традиции, особенности геополитического положения, исторического развития, демографического состояния общества.

Сегодня самоуправление в разных сферах деятельности, будучи формой самоорганизации населения, имеет признаки, как государства, так и общественных институтов. Самоуправление в современных условиях имеет двойственную природу и по своей сути является общественно-государственным институтом.

Отечественная и зарубежная практика развития самоуправления свидетельствует об имеющейся взаимосвязи, взаимозависимости и взаимопроникновении государственных и самоуправленческих начал. При этом выявляется ряд общих признаков, таких как: оба являются институтом общественного развития; каждый из них имеет территориальную организацию; один источник власти – народ, а для ресторанного бизнеса – потребители и работники; осуществляют публичную власть и сбор налогов, функции по обеспечению общественной безопасности и порядка; осуществляют правовое регулирование и управление, то есть имеют собственные правовые акты, а также собственные аппараты управления.

Следует также учитывать общие социально-экономические, духовные и политико-правовые основы, на которых строятся государство и самоуправление, закрепленные в ряде статей разделов I «Общие положения» и XI «Местное самоуправление» Конституции Украины [133].

Становление государства резко меняет роль и место самоуправления в развитии ресторанного бизнеса. Эффективное системное самоуправление во всех сферах деятельности в развитых странах не только существует, но и сосуществует с тесно организованной властью. Оно регулируется не только национальным законодательством, но и европейской Хартией самоуправления. Согласно определению Хартии самоуправления – самоуправление предоставляет право и реальную способность органов местного самоуправления регламентировать значительную часть государственных дел и управлять ими, действуя в рамках закона, под свою ответственность и в интересах местного самоуправления [58].

Причины, которые побуждают правительство всего мира «мириться» с органами самоуправления, заключаются в необходимости организации удовлетворения хозяйственных, культурных и других потребностей общества. Мировой опыт показал, что только система самоуправления (в том или ином виде) способна обеспечить наиболее полное и целостное выполнение властью своих собственных функций.

Одной из основных проблем функционирования аспекта местной власти является соотношение ее функций с функциями регионального, отраслевого и государственного управления. Вопрос о разграничении функциональных обязанностей между правительством, субъектом государства, отраслевыми органами и органами самоуправления – это не только вопрос эффективного функционирования всей системы властных отношений, но и индикатор значимости самоуправления развитием ресторанного бизнеса в обществе. Поскольку одним из основных признаков его является наличие собственной компетенции, то есть собственного круга дел, не совпадающих с государственными. Очень важно, чтобы такое четкое распределение было не только на бумаге в виде Конституции, законов, уставов, но и имело реальное воплощение в деятельность.

Хотя опыт построения государства и общества демонстрирует хаотичность формирования современных форм и принципов реализации самоуправления, все-таки в этом процессе прослеживается определенная закономерность и циклический характер.

Задача самоуправления заключается в обеспечении социального комфорта каждому члену общества, что отображает социальное содержание и прямое назначение самоуправления в современных условиях. Перечень функций, закрепленных за конкретным уровнем, не является постоянным. Это обусловлено тем, что в обществе всегда происходят процессы перераспределения функциональных обязанностей власти на разных уровнях управления. Анализ позволяет выделить три группы функций, которые осуществляются местными органами власти:

функции, которые присущи централизованному государственному управлению и не передающиеся в ведение органов местной власти: координация, надзор, в определенной степени контроль;

функции, которые передаются на уровне муниципальных и других самоуправленческих образований и закрепляются только государственными законами и законодательством в области, республике;

функции, относящиеся к решению вопросов местного значения, то есть затрагивающие жизнедеятельность конкретного сообщества.

Выделенные группы функций взаимосвязаны между собой и их перечень не является постоянной привилегией ни государственного органа, ни органа самоуправления, а их соотношение меняется со временем.

Исходя из сказанного выше, попытка провести абсолютные границы между функциями или противопоставить их друг другу не имеет ни теоретического обоснования, ни практических примеров в истории.

В Европе принята четкая концепция децентрализации власти, хотя это и реализуется по-разному в различных странах. Вся система взаимоотношений государства и органов самоуправления разных уровней достаточно хорошо освоена и закреплена юридически. Распределению полномочий отвечает распределение ресурсов и собственности. У нас же еще остаются, как и прежде, тенденции стягивания всех средств (или большей их части) «наверх», от низшего уровня к высшему, а связь между прерогативами и финансированием

разорвана. Однако, наверное, все-таки самое основное то, что у наших сограждан нет ни привычки, ни умения, ни желания самоорганизовываться, собираться и действовать совместно, самостоятельно, без участия государственных органов.

Самоуправление как форма общественного устройства и управления в ресторанном бизнесе в значительной степени отличается от государственного или отраслевого управления. И это отличие характеризуется отсутствием аппарата принуждения и карательных органов. Однако совмещение государственного и общественного в самоуправлении очень важно в практическом плане для развития ресторанного бизнеса и экономики страны в целом. Потому что с помощью единства этих двух начал решаются важные общественно-государственные задачи – полноценное воспроизводство главной производительной силы общества – человека. Функции управления ресторанного бизнеса трансформируются в функции самоуправления с информационно-координационной направленностью (рис. 4.1). При самоуправлении на первый план выходят информационно-аналитическая и информационно-координационная функции, а роль организационно-распорядительной – будет неуклонно снижаться.

Принципы выступают основным базисом в системе управления и самоуправления ресторанного бизнеса. Они не подлежат выбору, а им следуют. Принципы самоуправления едины для всех звеньев и иерархических уровней. Поскольку самоуправление на предприятиях ресторанного бизнеса неотделимо от управления ресторанным бизнесом в целом, то его принципы тесно связаны с принципами управления. Таблица 4.1 иллюстрирует взаимозависимость и тесноту связи и показывает, что принципы самоуправления являются дополнением к общим принципам управления и действуют параллельно с ними.

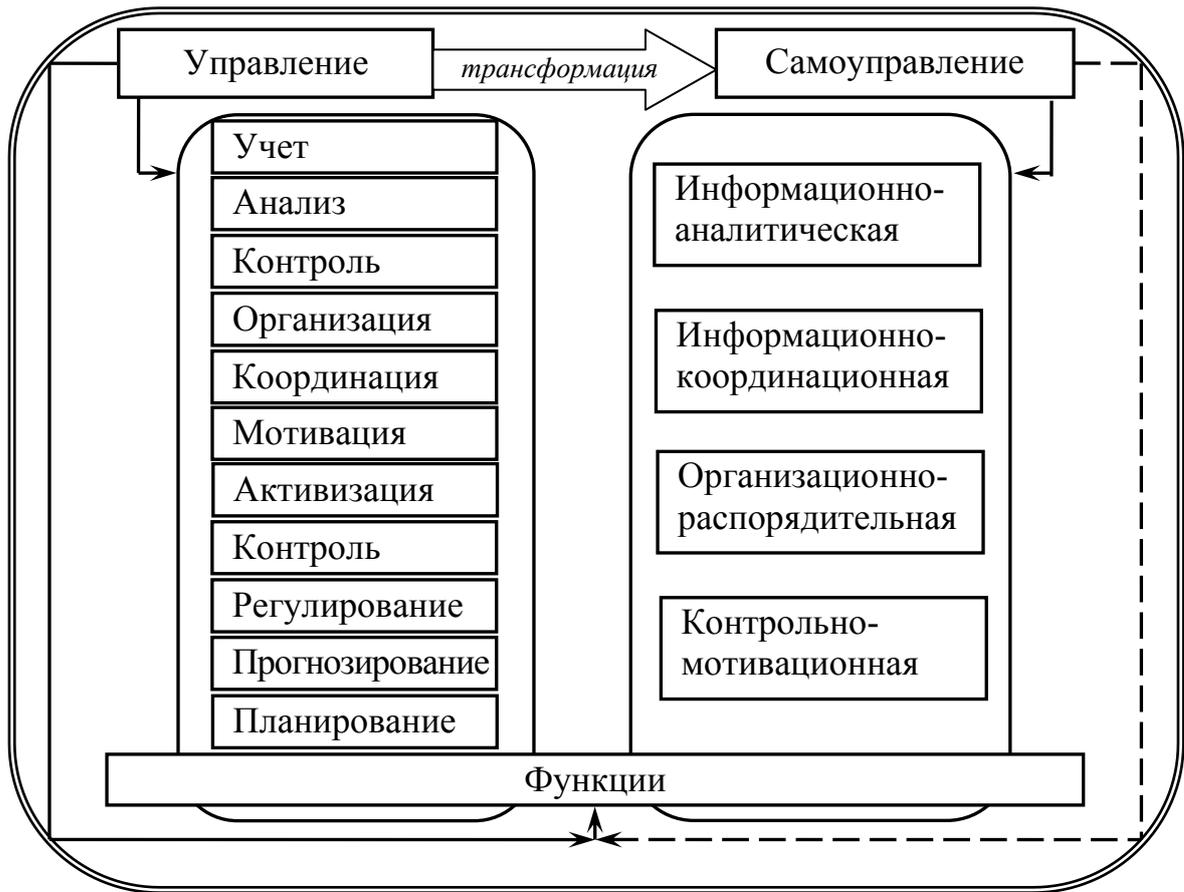


Рисунок 4.1 – Трансформация функций управления в функции самоуправления в ресторанном бизнесе

Таблица 4.1 – Взаимосвязь принципов управления и самоуправления ресторанным бизнесом

Управление		Самоуправление
1. Научность	↔	1. Объективность и обоснованность
2. Системность и комплексность	↔	2. Комплексность и согласованность
3. Единоначалие и коллегиальность	↔	3. Коллегиальность и самоответственность
4. Демократический централизм	↔	4. Децентрализация и демократизация
5. Экономичность и эффективность управления	↔	5. Оптимизация процесса и многовариантность путей
6. Плановость	↔	6. Плановость, пропорциональность и динамизм
7. Материальное и моральное стимулирование	↔	7. Мотивация и самомотивация
8. Подбор и рациональное размещение кадров	↔	8. Оптимальное и эффективное размещение кадров

Самоуправление развитием ресторанного бизнеса выступает следствием межуровневого распределения функций в иерархической системе, то есть оно является результатом определенного совмещения централизации и децентрализации, что, прежде всего, свойственно профессиональному управлению. В то же время самоуправление является социальным демократическим институтом, формой волеизъявления представителей той или иной структурной единицы. Первое характерно для органов исполнительной власти, второе более свойственно органам представительной власти.

Профессиональное самоуправление обусловлено необходимостью использования фундаментальных профессиональных знаний. Однако этот профессионализм, порождаемый иерархией общественного самоуправления и усиливающийся освобождением общественного деятеля от работы по базовой специализации, носит вторичный характер, потому что реализуется в рамках самоуправляемой системы и ограничен ресурсами.

Исследование вопросов самоуправления неизбежно приводило к постановке фундаментальных проблем собственности, разделения труда, его целей и стимулов и др. Самоуправление при этом выступает единством субъекта труда и субъекта управления, при котором происходит их совпадение. Здесь субъект, который осуществляет трудовой процесс, выполняет и управленческие функции, вследствие чего он выступает субъектом самоуправления. Во время этого процесса путем реализации экономических интересов субъекта обеспечивается воспроизводство собственности на средства производства и др. Это дополнительно подчеркивает тесную связь между экономическими категориями «управление» и «самоуправление».

Самоуправление развитием ресторанного бизнеса обуславливает целесообразность и обязательное наличие действующего механизма самоуправления. В основе любого механизма (и экономического в частности) лежит процесс, то есть динамика определенных явлений, который носит как субъективный, так и объективный характер. Объективный характер процесса предполагает его протекание по экономическим законам без вмешательства

субъекта управления. Субъективный процесс обусловлен целенаправленным влиянием субъекта на объективный процесс. Таким образом, экономический механизм самоуправления развитием ресторанного бизнеса при объективистском и субъективистском подходах представляет совокупность целей, задач, субъекта-объекта, принципов, функций и инструментов воздействия, системы методов, состояний и процессов, которые протекают в данной экономической подсистеме и логической модели. При этом экономический механизм самоуправления, как и экономический механизм управления, действует через экономические интересы как осознанные потребности (рис 4.2).



Рисунок 4.2 – Экономический механизм самоуправления развитием ресторанного бизнеса

Отличительной особенностью предлагаемого экономического механизма самоуправления развитием ресторанного бизнеса является комплексно-факторный подход к управлению предпринимательской деятельностью субъектами бизнес-процессов в пределах их компетенции и полной ответственности за конечные результаты собственной деятельности.

Основными формами реализации самоуправления выступают: самоорганизация; саморегулирование; самоконтроль. Самоуправление через связь базовых понятий – «управление» и «организация», предполагает самоорганизацию (способность собственного изменения в необходимом направлении). Самоорганизуемая система как исходная предпосылка своего функционирования требует некоторой предварительной организации, а самоуправление имеет объективные границы.

Самоуправление, как правило, реализуется путем участия всего коллектива работников в разработке обоснованных решений и, соответственно, мониторинга за их выполнением с помощью выборности руководителей разного уровня и единоначалия в управлении предприятием. Оно способствует объединению усилий и развитию инициативы трудящихся для достижения высоких результатов труда, воспитания в них организованности и дисциплины, повышения общего сознания.

В. Попов подчеркивал, что в процессе самоуправления развитием очень многое зависит от человека (работника, потребителя). Так что его мотивация во многом определяет эффективность развития предприятия, а также его конкурентоспособность на рынке [198].

В условиях рынка невозможно игнорировать возрастающее сознание трудящихся в направлении того, что принятие решений, которые касаются условий и организации их труда, а также распределения его результатов, не может больше оставаться исключительной привилегией работодателей. Существенное значение приобретает и активизация действий наемных работников и их организаций (в первую очередь профсоюзов), направленных на повышение своей роли в управлении производством и распределении его результатов.

Самоуправление предполагает привлечение работников в процесс принятия решений, прежде всего по тем вопросам, которые прямо касаются их интересов, определение конкретных целей производства и его технического развития, формы распределения дохода, выбора руководителей и кадровых решений в целом. Оно осуществляется участниками трудового процесса, его никто не навязывает извне, т.е. самоуправление не является чем-то отстраненным. Самоуправление воплощается каждым индивидуально, но при условии сотрудничества, оно реализуется командой, в одной «связке» с лидером, что задает общее направление, координирует действие персонала и помогает сотрудникам управлять самими собой.

Исследования западных экономистов свидетельствуют о том, что неформальные лидеры есть в каждой группе, и они редко занимают соответствующую должность. Интересная работа, начатая Институтом стратегических изменений консалтинговой группы Andersen, показывает, что совокупная капитализация компаний, управление развитием которых воспринимается как грамотное, выросла за десять лет (с 1995 г. по 2005 гг.) на 900%, тогда как за этот же период у компаний, которым, по общему мнению, не хватает эффективных лидеров, этот показатель не превысил 74 % [129]. Однако менеджеры, как и раньше, назначаются сверху без учета мнения снизу, в то время как естественные лидеры или игнорируются, или их активность вообще подавляется.

Данные исследований ученых разных стран относительно природы творчества показывают, что самые нежелательные для него последствия обусловлены строгой регламентацией, неодобрением со стороны коллег и запретами сверху. Опрос, проведенный Американской ассоциацией менеджмента в 2005 г. показал, что менеджеры в среднем тратят не менее 25% своего рабочего времени на урегулирование трудовых споров [321]. Мы считаем, что на самом деле эта цифра значительно выше, особенно это касается тех случаев, где менеджмент проявляет определенный деспотизм и где следует учитывать наличие скрытых конфликтов, которые еще не вылились в открытое противостояние. Если умножить этот процент на среднюю

зарплату менеджеров, ни у кого не возникнет сомнений в величине потерь от неразрешенных конфликтов.

Общеизвестно, что труд приносит большее удовлетворение, если он получает признание и соответствующую оценку со стороны руководства. То есть возникает явная необходимость в мотивации (на разных иерархических уровнях) и самомотивации (раздел 4.2). Однако в современных условиях в ресторанном бизнесе менеджеры не освещают работу подчиненных и крайне редко информируют о ней, так что речь не идет не только об открытом признании, но хотя бы об элементарном признании полученного результата.

Сегодня практически каждый работник понимает, что демократическое устройство приносит лучшие результаты, чем автократия, и, несмотря на меньшую эффективность демократии в некоторых ситуациях, она ближе человеку. В политике демократия не только снижает общественную напряженность, характерную для автократии, она, учитывая самые разные факторы, способствует принятию решений, которые в долгосрочной перспективе окажутся оптимальными. Однако, большинство руководителей в ресторанном бизнесе, за редким исключением, продолжают управлять в худших традициях автократии, используя для достижения результатов рычаги власти и абсолютно не обращая внимания на волю большинства.

Самоорганизуемый персонал работает на предприятиях питания, где поощряется сотрудничество, внедряются принципы демократии и самоуправления, добивается более существенных результатов, чем те, которыми могут похвастаться организации, которые управляются как бы со стороны, практикующие авторитарный стиль руководства и работу «из-под палки». Игнорируя то, что уже известно, такие предприятия несут большие организационные потери, не говоря уже об убытках для личности, о социальных, политических и общеэкономических потерях.

Существующий опыт в ресторанном бизнесе показывает, что самоорганизации просто недостаточно для организации полноценного самоуправления. Для этого необходима самодеятельность трудового коллектива, которая подразумевает самостоятельное определение направлений развития, производственной программы,

самостоятельное формирование коллектива (включая руководителей), самостоятельное определение режима труда, отдыха, и т.п.

Самоуправление развитием ресторанного бизнеса должно способствовать реализации инноваций, предполагающих в свою очередь, саморегулирование, наличие обратной связи, диалектического единства субъекта и объекта управления. Саморегулирование всех уровней экономической системы в условиях свободного функционирования товарно-денежных отношений выступает важной формой самоуправления. Это предусматривает максимальное использование действия всех экономических законов и определенной роли государства в регулировании инновационной экономики. В этой связи можно выделить следующие основные регулятивные функции: создание условий для эффективной реализации инновационного и других видов потенциала всех экономических субъектов; интенсификация экономического развития; регулирование социальных отношений.

Самоуправление способствует раскрытию огромного инновационного потенциала. В условиях самоуправления достигается оптимальная согласованность интересов отдельно взятой личности и всего общества. Следует отметить, что до недавнего времени конкретные формы реализации инновационного управления и самоуправления не способствовали воспроизводству работника как генератора, создателя и исполнителя нововведений.

Самоуправление развитием ресторанного бизнеса предполагает наличие объективной, полной и своевременной информации, возможность ее получения и интенсивного обмена между всеми работниками, формирование эффективных коммуникаций между производством и членами организации. Кроме того, самоуправление предполагает перемещение не только информации, но и ресурсов внутри организации, обеспечение ими работников для самостоятельного использования. Однако демократические принципы управления имеют свои границы эффективности, они не могут обеспечить решение всех вопросов управления. Поэтому преимущество должно отдаваться разработке управленческих решений, самодисциплине и самоконтролю. Личный экономический и социальный интерес каждого работника

процесса производства и обслуживания ставится в зависимость от эффективности управления предприятием в целом, что побуждает членов трудового коллектива принимать участие в обсуждении всех аспектов хозяйственной деятельности и развития, принятии и реализации управленческих решений на коллективной основе. Но самоуправление предусматривает не только принятие, но и выполнение управленческих решений членами этой же организации, за что каждый несет персональную ответственность.

Обязательным становится участие коллектива в осуществлении координации и мониторинга за мерой труда и потребления, сохранностью товарно-материальных, финансовых ресурсов, поэтому функция контроля трансформируется в самоконтроль.

На разных этапах развития экономики системы управления и самоуправления ресторанным бизнесом строились по-разному и взаимосвязь между звеньями, соответственно, отличается (рис. 4.3). Так, период до перестройки характеризовался жесткой централизацией управления развитием всех звеньев (в том числе и самоуправления) и подчинением единым планам, которые «спускались» сверху, (рис. 4.3, а). Они разрабатывались на основе действующих нормативов, были обязательными для выполнения и подчиняли себе систему самоуправления.

Период перестройки характеризуется хаотичным развитием ресторанного бизнеса (рис. 4.3, б). Государственные и отраслевые органы управления и самоуправления фактически «отпустили в свободное плавание» развитие этого сектора экономики. И де-факто, основная масса предприятий вынуждена была самостоятельно заниматься вопросами самосохранения и развития. Такое положение и обусловило резкое сокращение числа объектов ресторанного бизнеса [42].

В рыночных условиях вступают в действие рычаги воздействия со стороны государства и отрасли, что способствует развитию ресторанного бизнеса (рис. 4.3, в). Параллельно действует система самоуправления, которая должна выборочно использовать методы и средства воздействия с учетом всего многообразия сложной ситуации и факторов внешней и внутренней среды (разделы 2.1, 2.3). Но существуют определенные обстоятельства, которые не позволяют это делать с высокой степенью

эффективности. Так, до сих пор все еще не разработаны и не утверждены новые документы по развитию не только разнообразной сети ресторанного бизнеса, но и регламентирующие нагрузку на персонал различных групп на этих предприятиях, что определяется ассортиментным минимумом для соответствующих типов и т.п. Поэтому организовывать в современных условиях деятельность предприятий приходится, руководствуясь устаревшими нормативными документами, которые не учитывают всей специфики создавшегося положения, рыночных условий развития и не отвечают тенденциям современного развития.

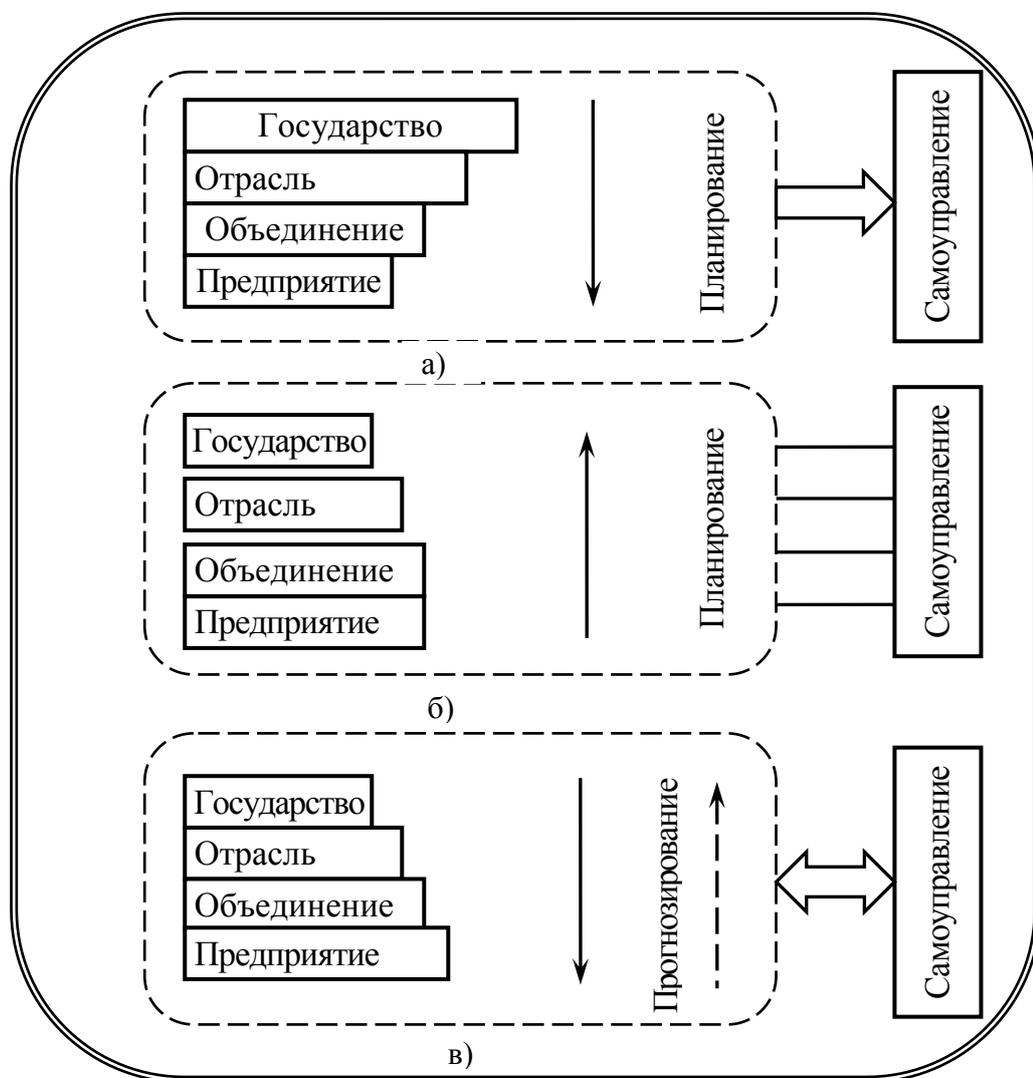


Рисунок 4.3 – Схема управления и самоуправления развитием ресторанного бизнеса на разных этапах развития экономики

Органы самоуправления должны принимать самое непосредственное и активное участие в подготовке программ, концепций, стратегий развития ресторанного бизнеса на разных иерархических уровнях.

Истоки самоуправления должны идти от отдельного предприятия, а не от города, района или поселка, от малого объединения, где люди чувствуют и осознают общность конкретных проблем, в решении которых заинтересованы все. Рынок выступает одновременно гибкой и жесткой системой, ориентированной на эффективную деятельность ресторанного бизнеса и интересы других рыночных субъектов. Самоуправление развитием действует в общем организационно-экономическом механизме управления развитием. Логическая модель самоуправления позволяет проследить направления воздействия элементов механизма на состояние рынка ресторанного бизнеса и представить механизм саморегулирования, самоорганизации и самоконтроля его развития (рис. 4.4).



Рисунок 4.4 – Логическая модель самоуправления развитием ресторанного бизнеса в условиях рынка

Демократизация общества актуализирует проблему самоорганизации и самоуправления всех составных элементов различных уровней. Причем как основной, базовый в ресторанном бизнесе должен рассматриваться уровень предприятия. Демократия – это, прежде всего и главным образом, контроль общества за властью, тогда как управление и самоуправление выполняют и другие функции. Но самоуправление на предприятии, включая в состав своих функций как минимум мониторинг действий администрации, безусловно, знаменует собой и начало производственной демократии. Демократический стиль управления обуславливает в большей степени неформальное проявление самоуправления, чем авторитарный. Но самоуправление и демократию отождествлять нельзя. В практике функционирования предприятий известны случаи, когда самоуправление есть, а демократия отсутствует, или наоборот, признаки демократии в наличии, а самоуправления нет.

И демократия, и самоуправление свидетельствуют о наличии экономической самостоятельности в рамках предприятия и ресторанного бизнеса в целом. При этом, как рассматривалось ранее (раздел 3.2), экономическая самостоятельность вовсе не противопоставляется государству и закону, а заключается в ответственном поведении всех рыночных субъектов. Одновременно государство призвано соблюдать экономические права предприятия. Только благодаря взаимодействию ресторанного бизнеса и государства достигается цивилизованное поведение субъектов бизнес-деятельности и социально-экономическая эффективность ресторанного бизнеса.

Таким образом, в современных трансформационных экономических условиях изменение организации управления и форм хозяйствования влияют на организацию самоуправления в ресторанном бизнесе. Самоуправление неотделимо от управления. Расширение самостоятельности предприятия повышает значимость самоуправления. При этом предприятие самостоятельно выбирает эффективные направления развития и решает более широкий круг вопросов своей деятельности.

## 4.2. Экономический механизм мотивации развития ресторанного бизнеса

Развитие рыночных отношений в Украине способствует становлению и развитию субъектов хозяйствования в разных сферах деятельности с одновременной ориентацией на экономические результаты. Это в значительной степени способствует повышению их экономической активности. Ресторанный бизнес выступает инициативной самостоятельной экономической деятельностью и в условиях рыночных преобразований нацелен на получение дохода от удовлетворения потребностей людей путем предоставления различных видов продукции и услуг. Однако получить доход можно только при условии положительного изменения результатов хозяйственной деятельности ресторанного бизнеса, которая обуславливает необходимость внедрения различного рода мероприятий по ее совершенствованию. Все отмеченное достигается путем целенаправленной мотивации субъектов ресторанного бизнеса, то есть практической реализацией одной из важных функций управления и самоуправления.

Мотивы и мотивация прямо визуализируются, и тем самым усложняют процесс познания и управления. Действие окажется мотивированным в содержании его целеустремленности. Поэтому всегда существует что-то, что позволяет выбирать между различными вариантами действия, «запускает», направляет, регулирует и доводит ее до логического завершения, после чего начинается новая последовательность действий, где можно выявить уже другую целеустремленность, что и объясняется как мотивация. То есть мотивация используется, прежде всего, для объяснения последовательности поведенческих актов, направленных на определенную цель, которая, в зависимости от существующих обстоятельств, может достигаться различными путями (рис. 4.5).

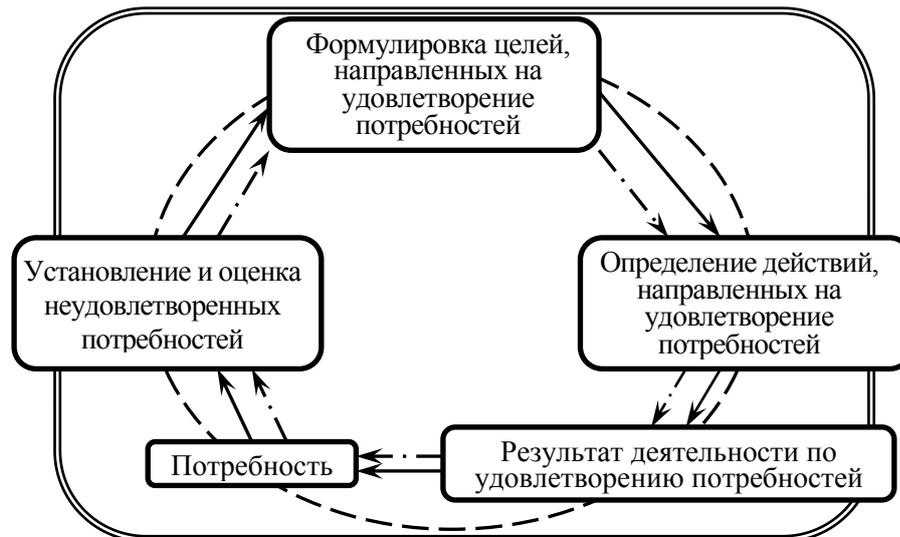


Рисунок 4.5 – Схема процесса мотивации

Как видно из рис. 4.5, мотивация отражает сложный и постоянный процесс выбора субъектом определенного типа поведения, механизмов его «запуска» и оценки ожидаемых результатов по удовлетворению конкретных потребностей. В практическом плане это означает, что предприятие (подразделение, работник) из-за многообразия собственных мотивов и влияния внешней среды (стимулов) постоянно находится в состоянии мотивационного выбора между ценностью (полезностью, выгодностью) будущих действий и затратами на их реализацию. Поэтому основным заданием управления мотивацией будет выступать оптимизация этого выбора. Таким образом, абсолютно разные способы действия могут выявить одну и ту же целеустремленность (мотивацию). Данное свойство Е. Брунsvиком (E. Brunswik, 1952; 1956) было названо эквивиальностью и проиллюстрировано на так называемой модели линзы, что является вероятностной моделью, позволяющей при наличии данных наблюдения абсолютно разных последовательностей действий определить их целенаправленную эквивиальность [269]. К мотивации в ресторанном бизнесе модель линзы Брунsvика полностью применима и подчеркивает наличие возможности разными путями и средствами достигать одной и той же цели (рис. 4.6).

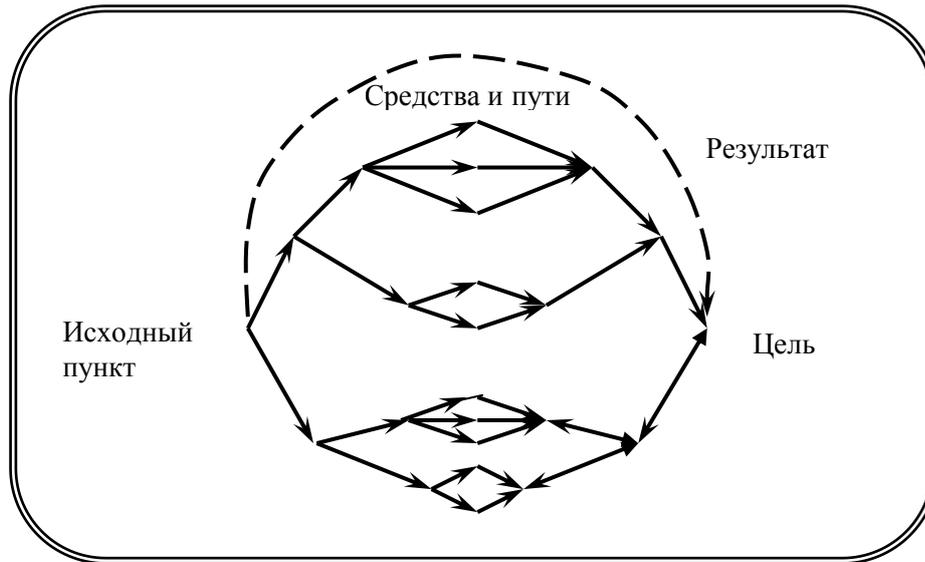


Рисунок 4.6 – Модель линзы Брунsvика достижения поставленной цели различными путями для ресторанного бизнеса

Несмотря на достаточно долгую историю теории и практики управления, содержание такой важной функции, как мотивация, до сих пор относительно ресторанного бизнеса изучено недостаточно. Проблеме мотивации управления развитием ресторанного бизнеса пока что не нашлось достойного места в экономических исследованиях.

Согласно классическому определению мотивация – это «процесс стимулирования кого-либо (человека или группы людей) к деятельности, направленной на достижение цели организации» [168, с. 384]. Представленное определение универсально и применимо как к деятельности вообще, так и к конкретным ее видам: к бизнесу (предпринимательству) и труду, потому что эти взаимообусловленные виды деятельности как раз и направлены на достижение целей организации.

Разные исследователи, как зарубежные, так и отечественные, сущность мотивации трактовали в зависимости от своих взглядов, убеждений, методологических подходов [94; 115; 168]. Но большинство из них едины во мнении, что мотивация – это «что-то», что вызывает активность субъекта в определенном направлении для достижения конкретных целей. Это «что-то» можно охарактеризовать как

совокупность стимулов и мотивов, которые могут быть заданы извне или формироваться субъективно внутри в соответствии со сформированными ценностными ориентациями, стремлениями, интересами, ожиданиями.

Теоретический анализ проблем мотивации экономической деятельности в рамках любого конкретно-исторического отрезка развития национальной экономики позволяет на практике решить основную проблему ее жизнеспособности и результативности: привлечение к труду и предпринимательству заданного качества. Потому что эффективность экономики, степень результативности сотрудничества и толерантности во взаимоотношениях между трудом и предпринимательством адекватно отображают степень эффективности их мотивации.

Методологическим ключом к пониманию природы человеческой активности вообще и ее мотивации может служить вывод Аристотеля: «...все, что люди делают, они делают по семи причинам: случайно, согласно требованиям природы, по принуждению, по привычке, под влиянием размышлений, гнева или страсти» [7, с. 49]. Человеческая активность включает в себя экономическую деятельность и, соответственно, ее необходимо мотивировать. Все это выступает важной составляющей бизнеса (предпринимательства) и его мотивации. И в этом случае великому философу сложно что-либо возразить, потому что более чем за два с половиной тысячелетия человеческая природа претерпела такие же незначительные изменения, как и законы бытия, основные стереотипы общественного и индивидуального сознания [242, с. 37]. Здесь речь идет о том, что процесс познания «шел внутрь» указанных семи причин, перманентно выявляя и доказывая его гносеологическую неисчерпаемость. То же наблюдается и в отношении мотивации деловой активности.

«Мотивация вообще всегда есть диалектика необходимости (принуждения) и свободы» [241, с. 38]. И. В. Сорока в серии своих работ исследовал теоретические основы предпринимательства и мотивации [240; 241; 242]. Ученый рассматривал мотивацию предпринимательства в контексте и в сравнении с мотивацией труда. Осуществлялось данное исследование согласно авторской концепции, сущность

которой заключается в существовании предпринимательского труда (как разновидности труда), что является биосоциоэкономической основой предпринимательства как такового [241]. Согласно подробному анализу работ многих исследователей по вопросу предпринимательства и труда И. В. Сорокой также было выяснено, что предпринимательство и труд выступают не тождественными понятиями [234]. Первое имеет настолько принципиальные отличия от второго, что и его мотивация в известном содержании должна также радикально отличаться от мотивации труда.

Современный анализ работ экономистов по вопросам мотивации позволяет предложить современную классификацию мотивации развития (рис. 4.7). Схема показывает, что мотивация развития должна рассматриваться в зависимости от выбранного критерия и, соответственно, характеризоваться своими конкретными рычагами воздействия.

Мотивация как важный элемент организационно-экономического механизма управления развитием ресторанного бизнеса в трансформационных условиях приобретает качественно новый характер и особое значение. Это одинаково важно как для производителей, так и для потребителей услуг ресторанного бизнеса.

Исходя из целей нашего исследования и необходимости современных условий мы оперируем экономическими методами, изучая механизм и экономическую мотивацию. Экономические методы, как методы опосредованного влияния на экономику страны, базируются, в первую очередь, на использовании экономических интересов потребителей с учетом особенностей региона, ресторанного бизнеса, предприятия.

Современный менеджмент организационно-экономический механизм управления развитием связывает с системой экономических законов, принципов, методов управления и таких рычагов производства как цены, прибыль, фонды стимулирования, развитие отношений собственности, маркетинг и др. [268, с. 128]. В более узком значении механизм рассматривается как «совокупность методов и средств воздействия на экономические процессы, их регулирования» [212, с. 223].

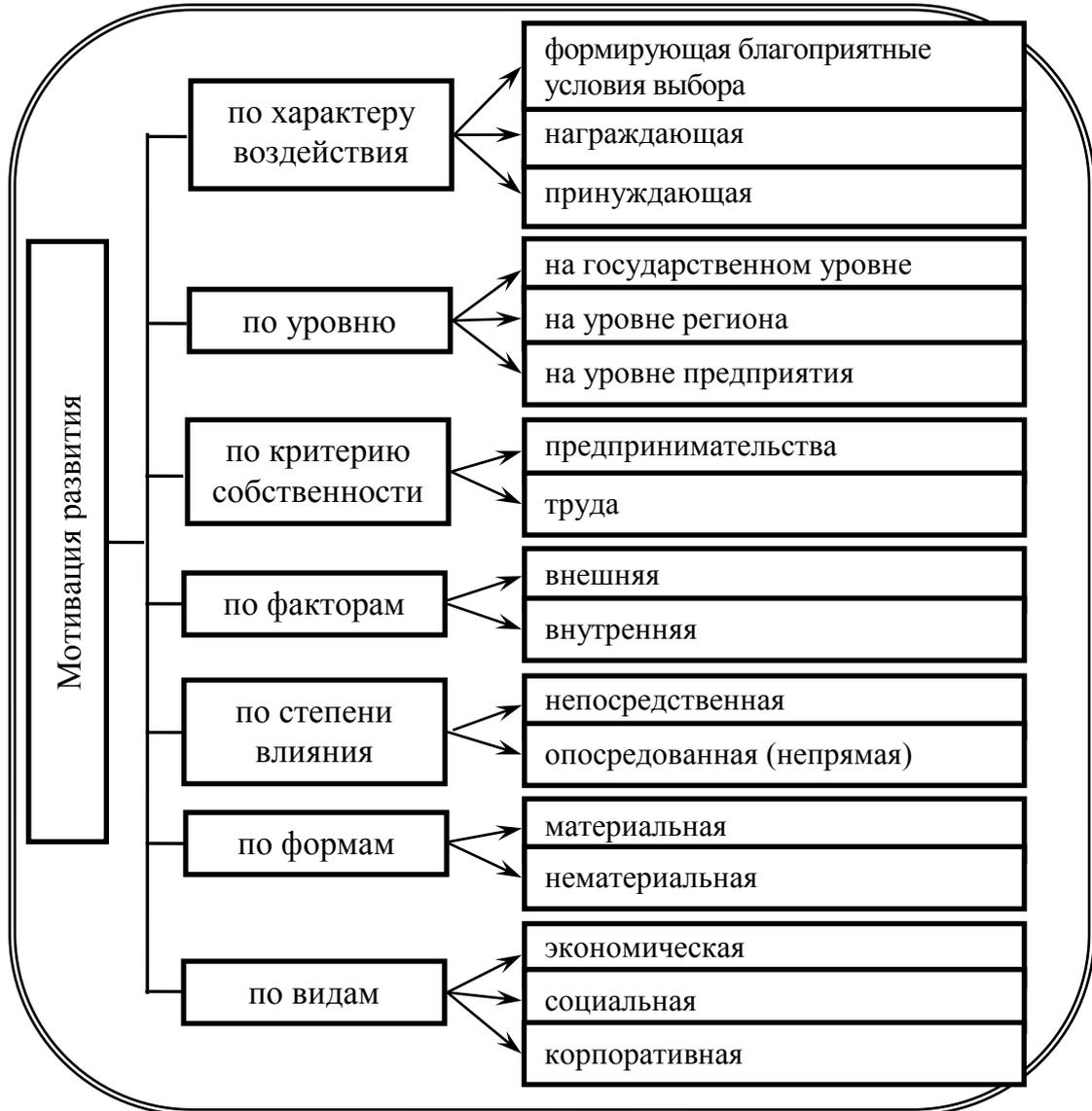


Рисунок 4.7 – Типология мотивации развития

Экономический механизм мотивации развития ресторанного бизнеса предполагает наличие конкретной структуры, которая определяет устойчивые связи и отношения внутри него, а также основные направления управленческого воздействия. Все это обеспечивает целостность механизма и его тождественность самому себе. В целом, экономический механизм мотивации развития ресторанного бизнеса как система управления, включает управляемую и управляющую подсистемы, которые находятся в устойчивой диалектической взаимосвязи.

Экономический механизм, выступая системой управляющих экономических воздействий, направленных на процессы и способствующий согласованию экономических интересов при достижении поставленных целей, обуславливает наличие в комплексе законодательного и нормативного обеспечения развития ресторанного бизнеса, что выступает одним из элементов повышения эффективности экономики страны в целом на современном этапе; совокупности взаимозависимых и взаимоопределяющих финансово-экономических средств, стимулирующих оптимизацию использования различных видов ресурсов при условии обеспечения высокого качества и необходимого количества произведенной продукции и оказываемых услуг; систему стандартизации, нормирования и правил осуществления деятельности, экономического регулирования и контроля, воздействующих на процесс развития ресторанного бизнеса и всех других секторов экономики; ценообразование, отражающее реальное соотношение затрат на производство, реализацию и организацию потребления продукции и услуг с ценами на аналогичный товар на других предприятиях одного рыночного сегмента; государственную инвестиционную поддержку ресторанного бизнеса для его постоянного развития и создания для этих целей соответствующих фондов на различных уровнях, с помощью которых и будет осуществляться финансирование соответствующих программ и проектов развития на конкретную перспективу; эффективное управление развитием, информационное обеспечение процесса развития, обучения, подготовки и переподготовки кадров. «Запускают» указанный выше экономический механизм катализаторы – мотивы.

Таким образом, основной задачей экономического механизма мотивации развития ресторанного бизнеса является обеспечение его эффективного использования и развития. Для чего необходима такая система экономической мотивации, которая создаст объективные условия для согласования действий всех участников процесса с учетом их экономических интересов.

Экономическая мотивация представляет систему побуждений к активному экономическому развитию ресторанного бизнеса, материальную основу которого составляют потребности и их осознание в экономических интересах [21]. По

объективному критерию собственности этимологизируются мотивация предпринимательской активности и мотивация труда. Мотивация активного экономического поведения характерна для бизнесмена, работника-собственника, нацеленных на достижение определенной цели и соответствующих экономических результатов от развития ресторанного бизнеса. Мотивация труда характерна наемному работнику, экономический интерес которого в большинстве случаев ограничивается материальным мотивом – в виде определенных видов вознаграждения за труд с целью повышения уровня потребления.

Переход к рыночным отношениям в сфере ресторанного бизнеса обуславливает необходимость поиска новых эффективных подходов к управлению развитием его предприятий и разработке эффективной системы мотивации. От этого зависят конечные результаты развития бизнеса, а также повышение социальной и творческой активности работников (участников бизнес-процессов). Для эффективного развития ресторанного бизнеса должно быть осуществлено повышение эффективности мотивации всей цепочки – «предприниматель – предприятие – бизнес-деятельность – бизнес-среда» на всех уровнях менеджмента (рис. 4.8).

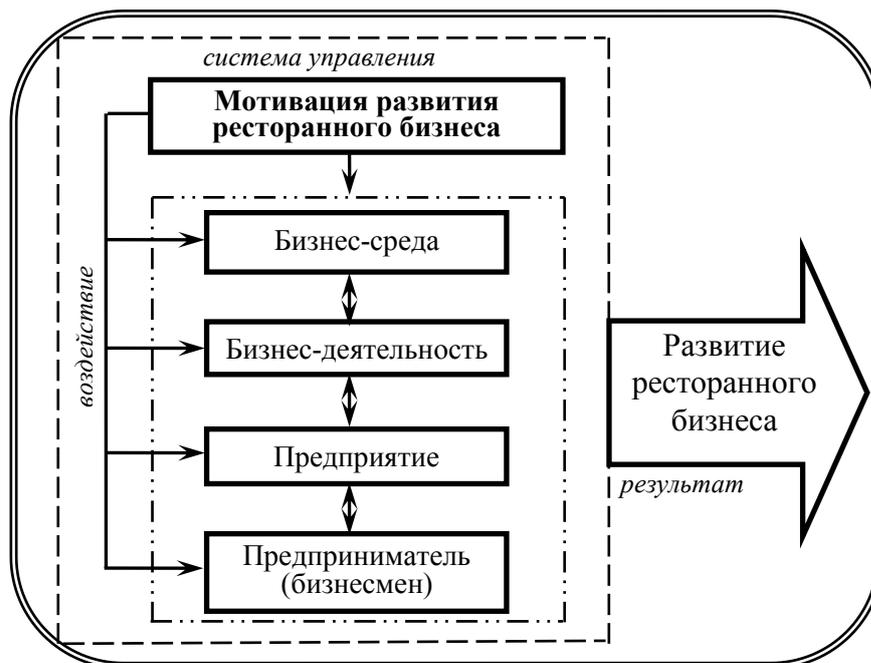


Рисунок 4.8 – Мотивация в системе управления развитием ресторанного бизнеса

Подтверждением действия системы мотивации развития могут служить данные о введении в действие основных средств в ресторанном бизнесе. Согласно классификатору видов экономической деятельности (ДК 009 : 2005) в статистике выделяется только комплексная группа Н – «Гостиницы и рестораны» [183, с. 201-204]. Исходя из этого, в оценке эффективности рычагов мотивации возможно оперировать только данными по комплексной группе. Так, анализ результатов деятельности по вводу новых основных средств показывает, что в Донецкой области с 2005 г. наблюдается тенденция сокращения по сравнению с 2004 г. удельного веса вводимых в эксплуатацию новых основных средств в общей сумме, которая сохраняется и до настоящего времени (рис. 4.9).

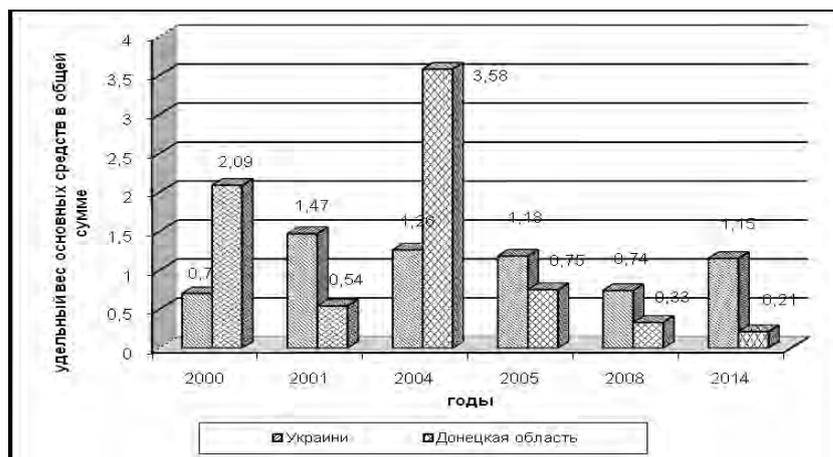


Рисунок 4.9 – Ввод в строй новых основных средств ресторанного бизнеса, % к общей сумме ввода по всем видам деятельности

Снижение отмечается не только по Донецкой области, но и по Украине в целом. Резкое сокращение ввода в строй основных средств в Донецкой области объясняется объективными причинами, в частности: аналогичным сокращением инвестиций в основной капитал в этот период в отличие от вложений по стране. Дальнейший этап развития характеризуется некоторым увеличением средств, вложенных в основной капитал конкретно предприятий ресторанного бизнеса (рис. 4.10). Однако после 2011 г. опять наблюдается снижение капитальных инвестиций, направляемых на развитие ресторанного бизнеса.

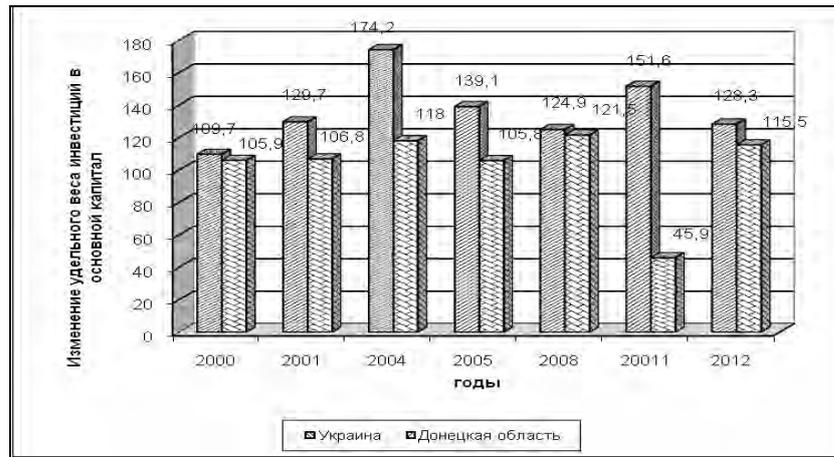


Рисунок 4.10 – Изменение инвестиционных поступлений в основной капитал ресторанного бизнеса, %

Таким образом, мотивация как процесс, регулирующий и направляющий действие на достижение специфических для определенного мотива целевых состояний и поддерживающая эту направленность, должна осуществляться по определенной схеме (рис. 4.11). В системе увязаны между собой формы мотивации, потребности и спрос, порождающие мотив, интерес, стимул, которые вызывают соответствующую сформированным условиям обратную реакцию поиска на случай неудовлетворенного спроса и потребности. Благодаря реализации различных видов деятельности обуславливается предложение продукции и услуг ресторанного бизнеса, которые в итоге удовлетворяют потребности и спрос (в полном объеме или частично), или не удовлетворяют. В случае выявления неудовлетворенной потребности и спроса должен быть осуществлен тщательный анализ причин, которые это вызвали, и соответствующая корректировка направлений действия по устранению выявленных недостатков и получения благодаря принятым мерам их полного удовлетворения.

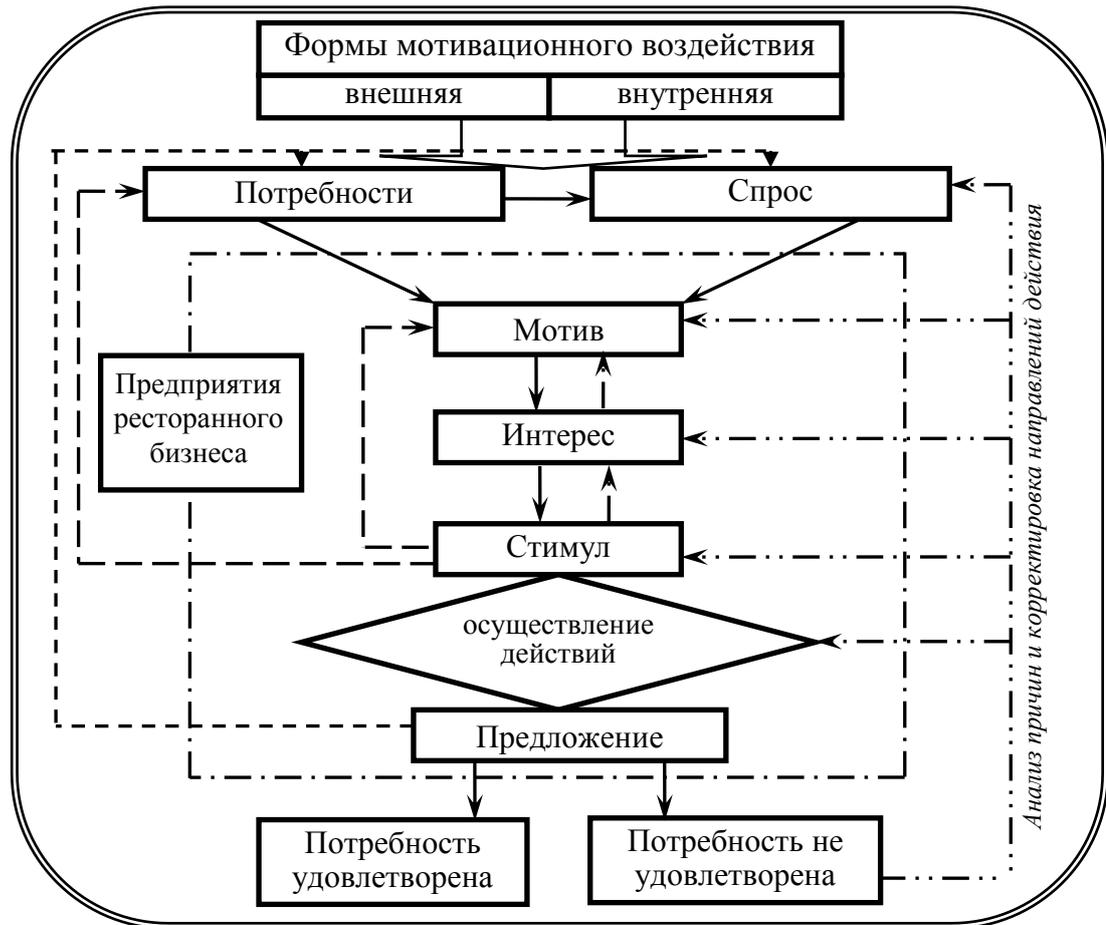
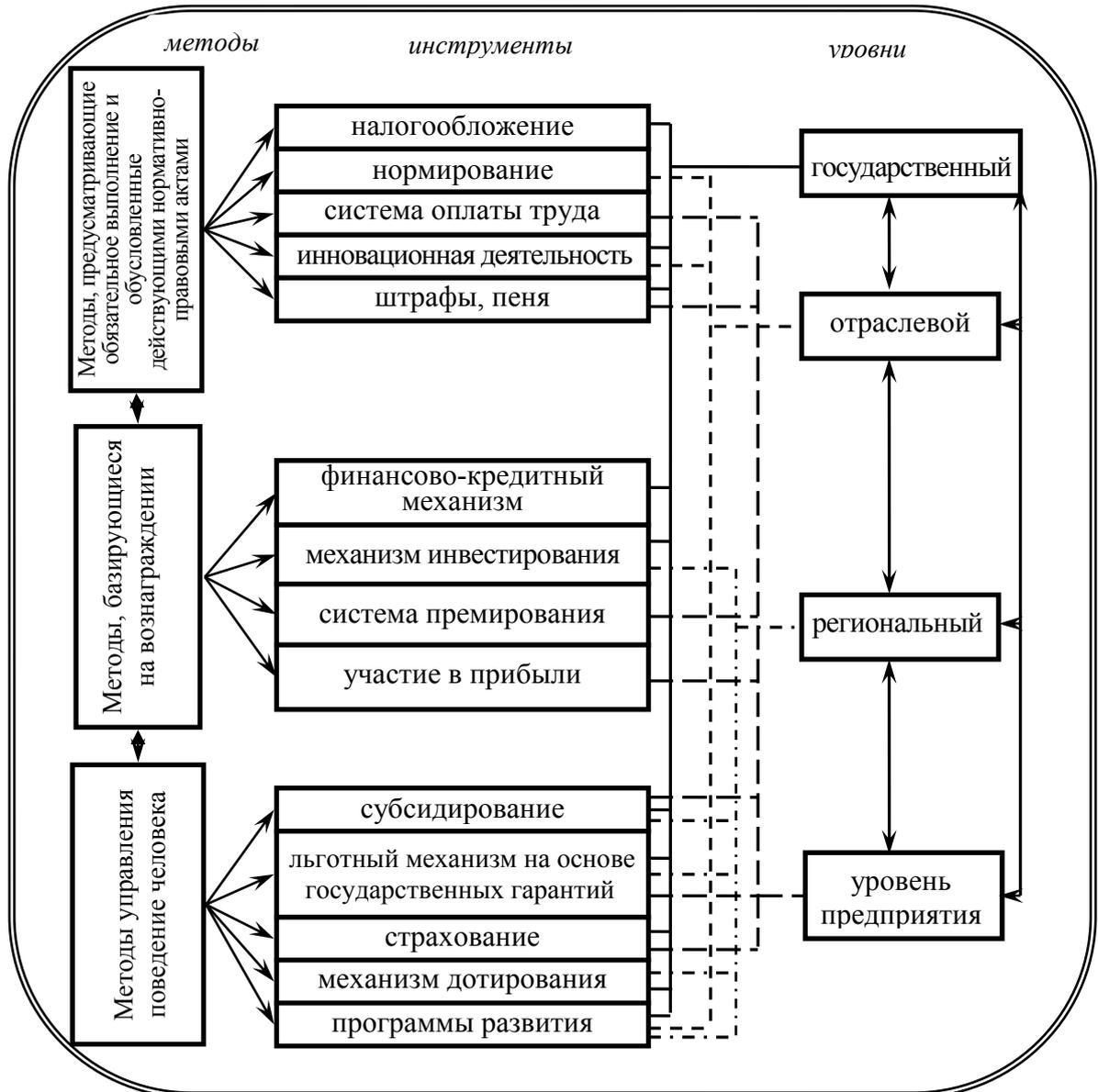


Рисунок 4.11 – Алгоритм формирования экономического мотивационного воздействия в ресторанном бизнесе

Мотивация развития ресторанного бизнеса должна осуществляться с использованием соответствующих методов и рычагов. К возможным методам мотивации теоретики относят такие основные из них как: экономические, психологические, социальные и др. В современных условиях наиболее актуальным является исследование методов по характеру воздействия, что позволяет выделить следующие методы: а) обязательные для выполнения и обусловленные действующими нормативно-правовыми актами; б) базирующиеся на вознаграждении; в) управления поведением человека. Каждый из методов реализуется путем использования определенного набора инструментов (рис. 4.12).



- — — — — - государственный уровень влияния методов и инструментов экономического механизма мотивации развития
- - - - - - предприятия ресторанного бизнеса;
- · - · - · - отраслевой уровень влияния методов и инструментов экономического механизма мотивации развития предприятия ресторанного бизнеса;
- · - · - · - региональный уровень влияния методов и инструментов экономического механизма мотивации развития предприятия ресторанного бизнеса;
- - - - - - уровень предприятия ресторанного бизнеса влияния методов и инструментов экономического механизма мотивации развития

Рисунок 4.12 – Методы и инструменты экономического механизма мотивации

Любой вид деятельности, осуществляемый на предприятиях питания, является элементом системы развития всей сферы. Таким образом, составные компоненты развития ресторанного бизнеса требуют соответствующей мотивации (рис. 4.13).

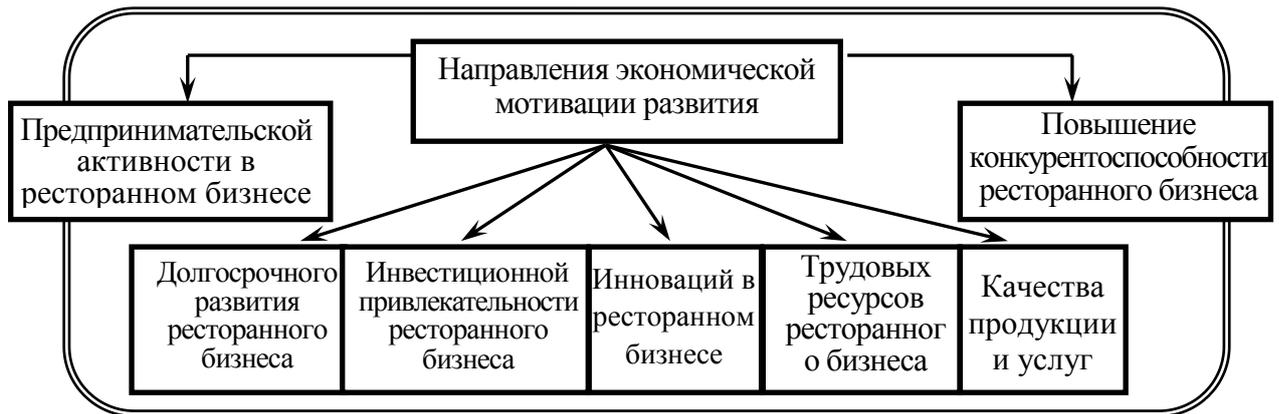


Рисунок 4.13 – Направления экономической мотивации развития ресторанного бизнеса

Задача мотивации заключается в том, чтобы активизировать уже имеющиеся мотивы. Однако успешным мотивирование будет в том случае, когда будет носить по возможности индивидуальный характер. Индивидуализировать мотивацию намного проще в пределах микро и малых предприятий. А их развитие в целом характеризует степень мотивации данного вида деятельности. Гистограмма (рис. 4.14) характеризует положительную тенденцию роста количества малых предприятий в Украине в группе Н в течение вот уже более 9 лет.

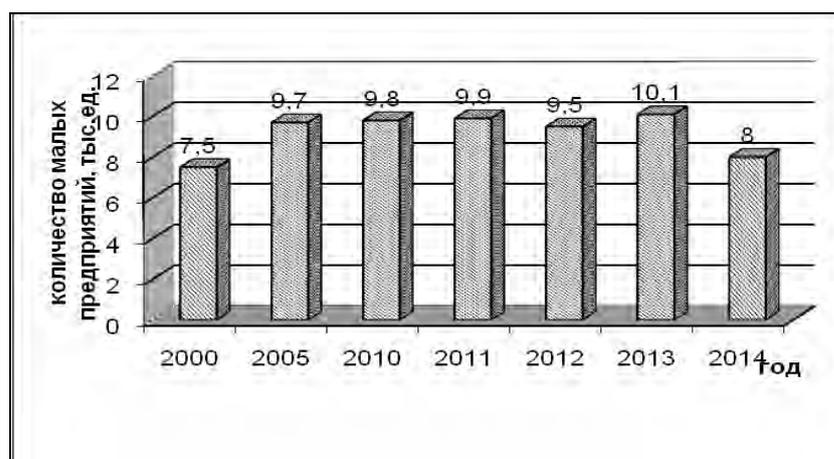


Рисунок 4.14 – Изменение количества малых предприятий

Однако скорость этих изменений не постоянна и характеризуется определенными процессами снижения или увеличения (рис. 4.15).

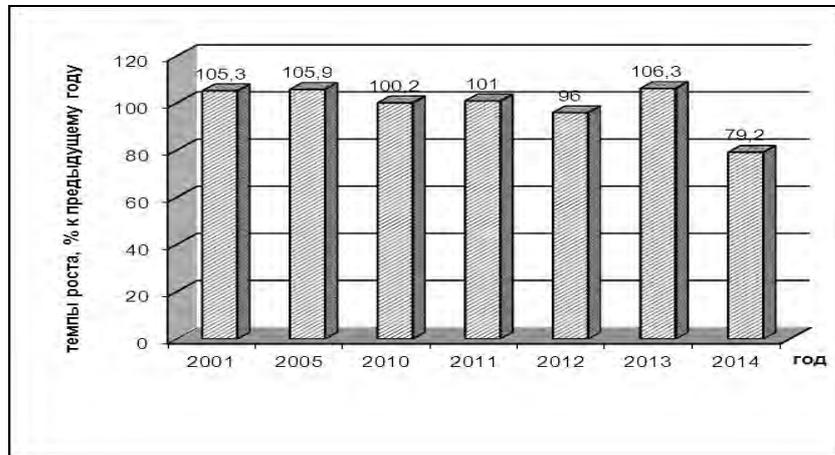


Рисунок 4.15 – Скорость роста малых предприятий в Украине

Динамика удельного веса малых предприятий в общем количестве предприятий группы «Гостиницы и рестораны» в период 2005-2012 гг. приобрела тенденцию к снижению, сменившейся в последние годы некоторым ростом. Однако, несмотря на кажущееся благополучие с развитием малого предпринимательства, общих характер изменений на рынке свидетельствует о низкой мотивации их развития (рис. 4.16).

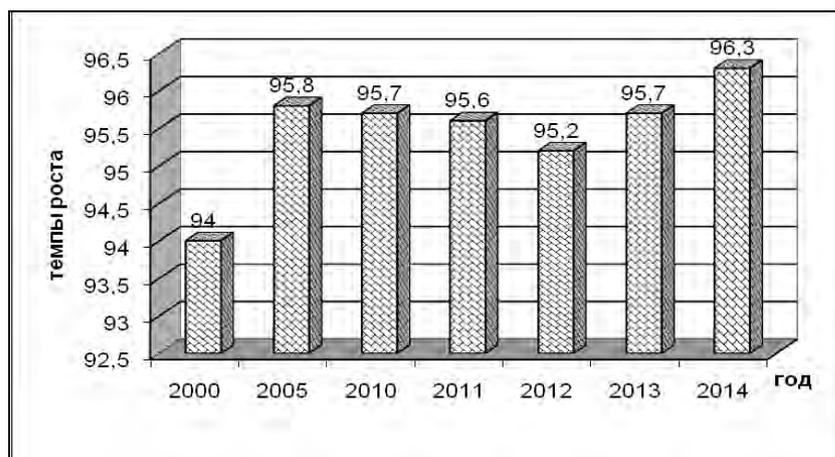


Рисунок 4.16 – Динамика изменения удельного веса малых предприятий в общем количестве предприятий

По мнению Ю. В. Богатина и В. А. Швандара «любая человеческая деятельность, и бизнес здесь не исключение, всегда имеет в своей основе некоторую мотивацию, т.е. цель, которую надо достигнуть, чтобы оправдать свои поступки и действия, в совокупности отражающие те или иные ее интересы» [60, с. 14]. По этому поводу далее авторы утверждают, что бизнес как таковой и предприятия, которые его персонифицируют, большей частью преследуют в первую очередь экономические интересы. А самой важной составляющей мотивации выступает получение дохода вообще и чистой прибыли в частности [60, с. 15]. Такие выводы были сделаны Ю. В. Богатиным и В. А. Швандаром из-за убеждения в том, что прибыль выступает целью функционирования и главным результатом деятельности любого предприятия в рыночных условиях. Чем лучше и рациональнее оно работает, тем большей при других равных условиях окажется прибыль, надежнее, устойчивее будет состояние предприятия, большие перспективы открываются для дальнейшего развития, сбалансированнее и стабильнее будет его экономика.

Однако получение дохода и прибыли в ресторанном бизнесе должно быть не самоцелью, а результатом наиболее полного удовлетворения потребностей и спроса населения в его услугах. Несмотря на это, об эффективности мотивации к развитию в целом может свидетельствовать и чистая прибыль, полученная предприятием. Потому что удовлетворять запросы в той степени, в которой этого требует потребитель, может только достаточно мотивированный персонал при устойчивой позиции предприятия на рынке. Стабильность функционирования и заинтересованность в развитии ресторанного бизнеса обеспечивают механизмы внешних мотивационных систем разных уровней управления. Внутренние системы мотивации осуществляют поддерживающее и усиливающее воздействие на процесс эффективного и положительного развития. О существовании действующей системы мотивации свидетельствует положительный прирост чистого дохода на таких предприятиях Донецкой области как кафе «Розовая пантера» и «Кактус», ресторанах «L'Opera» и «На крыше» (прил. Н, табл. Н.1, Н.2).

Анализ финансового результата деятельности гостиниц и ресторанов показывает, что удельный вес предприятий, которые получили прибыль в 2014 г. к 2013 г. составил только 39,9 %, а сумма убытков по сравнению с предыдущим годом увеличилась более чем в 7 р. [96]. В процессе деятельности предприятий финансовый результат в целом характеризуется как отрицательный, а отрицательное сальдо составило прирост в 7,1 раз. Данный факт выступает еще одним подтверждением неэффективности рычагов внешнего механизма мотивации, используемых в деятельности сектора Н «Гостиницы и рестораны».

Поскольку ресторанный бизнес согласно теории А. Маслоу и с учетом иерархии значимости потребностей преследует в определенной степени также экономические интересы, то по утверждению экономистов [60] основной мотивационной составляющей вполне естественно должно быть получение дохода и чистой прибыли. Хотя в действительности все выглядит несколько иначе.

Еще в XIX в. экономистами теоретиками и практиками была осознана методологическая ограниченность подхода, когда основой мотивации в разных сферах деятельности предполагалось только получение максимальной прибыли. Был понятен тот факт, что людьми и бизнесом двигают не только чисто меркантильные мотивы, но и стремление к самоутверждению, самовыражению и самореализации.

Соответственно же утверждениям Ю. В. Богатина и В. А. Швандара получается, что для основной части предпринимательства в ресторанном бизнесе получение максимальной прибыли должно выступать основой для получения сверхприбыли в будущем, ради чего и осуществляются разного рода инновации, направленные на удержание своих позиций на рынке и недопущение потери преимуществ перед конкурентами и снижения уровня прибыли. Но в такой системе приоритетов мотивации упускается из вида вторичная роль прибыли. И. В. Сорока вполне справедливо отмечал по этому поводу: «прибыль для истинного предпринимателя не самоцель, не самодовлеющая ценность, она – источник поддержки и воспроизводства предпринимательства как экономического феномена и одновременно универсальный индикатор состояния процесса предпринимательства» [239, с. 15]. Однако

определенная значимость материального стимула сохраняется и до сих пор. Так, предприниматель, в действительности зная о ликвидности своего бизнеса чувствует себя уверенно и надежно, и эта особенность позволяет ему спокойно вести текущую деятельность, положительно оценивая свой ликвидационный капитал. В случае, если настанет время свернуть предпринимательское дело, бизнесмен может продать его на рынке, получив соответствующую сумму. Таким образом, финансовая мотивационная составляющая играет в эффективной деятельности не последнюю роль. А достижение определенного материального успеха может выступать одной из форм реализации стремления к самоутверждению, самовыражению и самореализации.

Таким образом, развитие ресторанного бизнеса обуславливается использованием различных систем мотивации в рамках функционирования экономического механизма мотивации развития ресторанного бизнеса. Эффективность их может быть разной и определяться сектором, в котором они используются – государственным, муниципальном, частном или смешанном. Эффективность развития ресторанного бизнеса также зависит от применяемых в экономическом механизме мотивации развития ресторанного бизнеса систем мотивации, поставленной цели, используемых методов и инструментов (рис. 4.17).

Воздействие на развитие ресторанного бизнеса предполагает комплексное действие систем и механизмов мотивации разных уровней управления с учетом факторов внешней и внутренней среды. Параллельно действует система самомотивации, которая способствует сохранению достигнутых результатов и положения, а также дает возможность достичь поставленных целей предприятиями разных форм собственности. Что отражается на ресторанном бизнесе и в целом на экономике страны.

Мотивацию нельзя просто рассматривать как совокупность отдельных побуждающих действий, факторов, определенное состояние субъекта. Это, скорее всего, процесс формирования мотивационной структуры как совокупности мотивов, под влиянием комплекса стимулов, побуждающих субъекта к целенаправленному поведению и получению определенного результата.

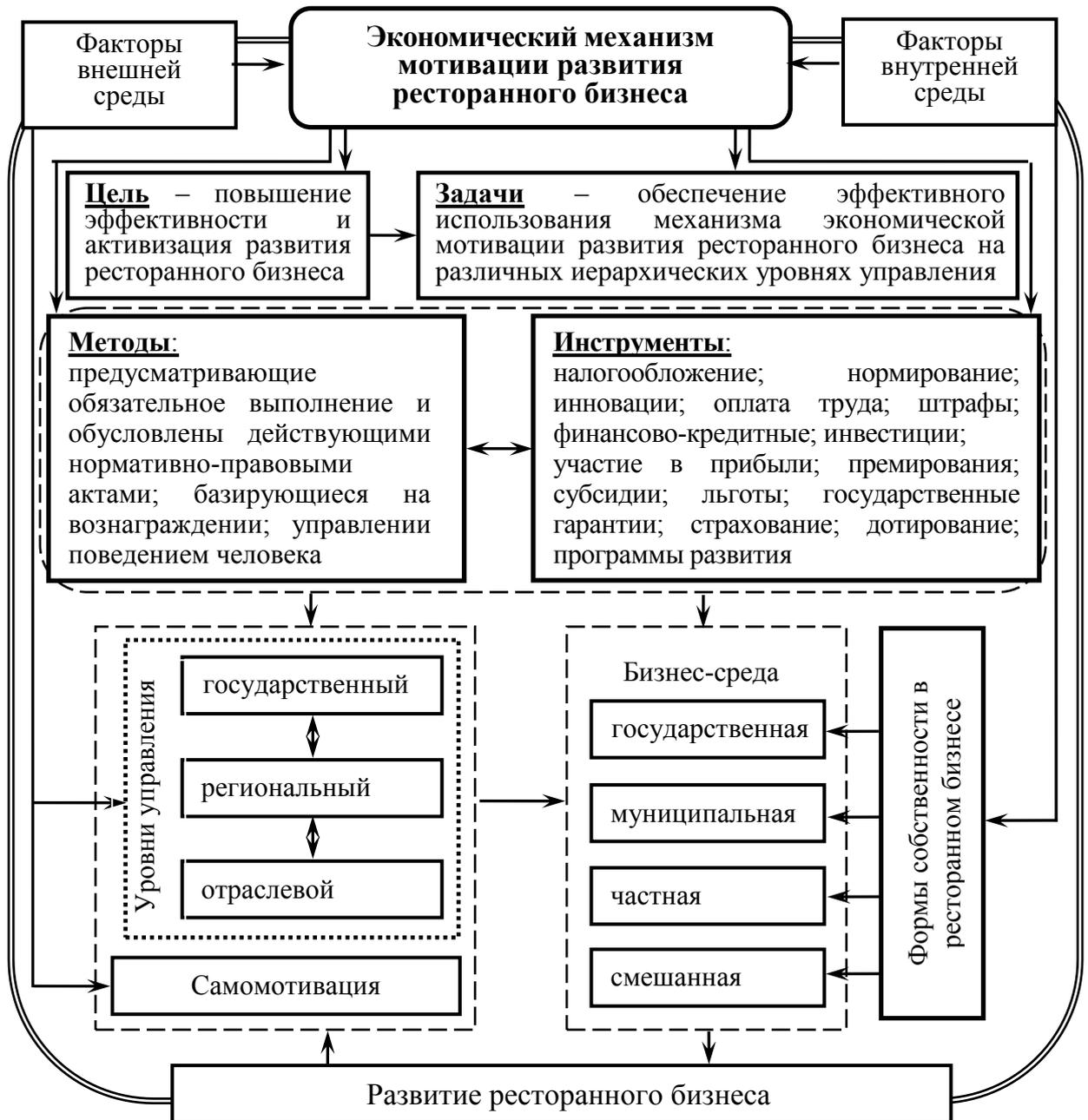


Рисунок 4.17 – Экономический механизм мотивации развития ресторанного бизнеса

Мощным мотивообразующим рычагом развития ресторанного бизнеса выступают налоги и льготы. Поскольку основное количество предприятий ресторанного бизнеса – микро и малые, то в большей степени актуальным является вопрос налогообложения именно данных групп предприятий. Это обуславливает необходимость совершенствования налогового законодательства в стране для развития и поддержки конкретно малого предпринимательства.

Исследования показывают, что в развитых странах размер ставок налога на прибыль и на добавленную стоимость используется дифференцированно и зависит от размера годового дохода. Более низкие налоговые ставки используются для привлечения предпринимателей в слаборазвитые районы и сферы деятельности, а повышенные – для сдерживания предпринимательской инициативы.

Широко применяются налоговые рычаги для стимулирования развития инновационного бизнеса и создания новых крупных фондов венчурного капитала. Например, в США мелкие инновационные фирмы для инвестиций рискованного капитала пользуются налоговыми льготами, льготными кредитами, предоставляемыми специальными фондами в обмен на часть акций. Затраты предприятий, используемые на развитие науки и техники, освобождаются от налогов до 65%.

Существуют также льготы в виде создания резерва необлагаемой налогом прибыли. В странах дальнего зарубежья это разрешено в ремесленном производстве, торговле, промышленности, секторе свободных профессий, а также в сфере деятельности, связанной со сдачей имущества в наем и аренду. Резерв устанавливается как в абсолютном, так и в относительном размерах.

Г. Т. Пятницкой осуществлен анализ и сформирована сравнительная таблица фискальных льгот, которые предоставляются малым предприятиям в отдельных странах мира, в том числе и в Украине (прил. П, табл. П.1). Анализ позволяет утверждать, что в разных странах используются определенные средства, упрощающие налогообложение малого бизнеса, и те, которые могут надлежащим образом активизировать мотивацию его развития. Однако, несмотря на разницу в системах налоговых льгот в странах, в основном она включает следующее: снижение налога на прибыль предприятий в размере части капиталовложений в новое оборудование, строительство; снижение налога на прибыль в размере части расхода на НИОКР; возможность создавать за счет части прибыли фонды специального назначения, не облагаемые налогом; обложение прибыли по сниженным налоговым ставкам; дифференцированный подход к обложению

налога на прибыль; создание не облагаемого налогом резерва; использование механизма ускоренной амортизации.

Однако в целом все представленные изменения порядка и условий налогообложения малых предприятий не затрагивают принципиальной основы действующей налоговой системы Украины. Современная отечественная налоговая система базируется на отношениях подчинения. Нормативные акты, регулирующие отношения по уплате налогов гражданами, не предусматривают всего разнообразия возможных ситуаций, при возникновении которых предприятие должно платить тот или иной налог. В связи с этим возникает потребность в универсальной и гибкой налоговой системе, которая минимальным количеством норм будет качественно регулировать большую область отношений. Одновременно такая система должна в полной мере отвечать законодательству, которое регулирует область гражданских и предпринимательских отношений.

Об эффективности действий со стороны государства в направлении совершенствования налогообложения в Украине свидетельствуют статистические данные об изменении количества малых предприятий, объемах реализации ими продукции и услуг, созданных рабочих мест и др. (рис. 4.14, 4.15, 4.16). Однако налоговая система может действовать целенаправленно только тогда, когда существуют государственные программы, определяющие приоритеты промышленной и научной политики, с учетом которых предоставляются налоговые льготы и бюджетные субсидии. При неопределенности, налоги действуют бессистемно и только усиливают положение дел.

Необоснованное усиление налогового пресса вовсе не увеличивает поступлений в бюджет, а наоборот – сокращает их. Это объясняется тем, что предприниматель определяет благоприятные и неблагоприятные с точки зрения налогообложения виды хозяйственной деятельности и гражданско-правовых договоров. И свою деятельность развивает именно в выгодном для себя, с точки зрения налогов, направлении.

В существующей сегодня системе налоговых льгот в Украине обнаруживает себя эффект «сообщающихся сосудов». Если нагрузка снимается с одних предприятий, то она обязательно переносится на другие. Данный факт свидетельствует о несовершенстве налоговой системы и подталкивает предпринимателей вести двойной учет и уходить в «теневую» экономику.

Таким образом, становятся актуальными следующие действия – выделение в Налоговом кодексе Украины отдельного раздела по налогообложению малых предприятий как отдельной группы налогооблагаемой базы; осуществление систематизации и оптимизации налоговых изъятий и неналоговых отчислений с субъектов малого предпринимательства в разные фонды.

Не менее важным, чем налоги, элементом системы мотивации выступают инвестиции. Направления их использования характеризуют решаемые на их базе задачи. Так в 2008 г. из общей суммы средств, инвестированных в основной капитал предприятий группы Н «Гостиницы и рестораны», 37,9% было направлено непосредственно на техническое перевооружение и реконструкцию действующих предприятий, зданий и сооружений [253, с. 207]. Причем, наибольший удельный вес занимают собственные средства предприятий и организаций (56,7%), кредиты банков и другие займы (17,3%) [252, с. 206]. На 0,2% в общей структуре увеличились инвестиции за счет средств госбюджета, тогда как по всем другим источникам отмечается снижение удельного веса (при сохраняющейся тенденции к росту в фактических ценах). Темпы изменения инвестиций в основной капитал свидетельствуют о том, что в течение всего периода с 2004 г. количество средств постоянно сокращалось (базовым принят 2000 г.) (рис. 4.18).

Динамика изменений индекса вложения средств в основной капитал ресторанного бизнеса носит скачкообразный характер, как в Украине, так и в Донецкой области, что объясняется, с одной стороны, объективными процессами развития рыночной экономики (рис. 4.9).

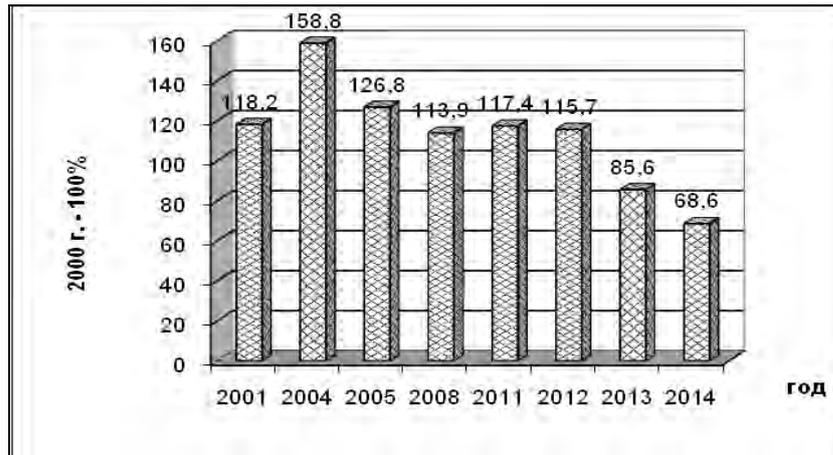


Рисунок 4.18 – Темпы изменения индекса инвестиций в основной капитал

Доля кредитов и других займов в общей сумме инвестиций в основной капитал к 2015 г. составила достаточно большой процент – 13,0%, доля бюджетных средств постоянно снижается (3,9% в 2014 г.), увеличивая долю собственных средств предприятий и организаций (70,5%). Из этого следует, что система кредитования развития ресторанного бизнеса может и должна выступать мощным мотиватором. Так, предоставляя кредиты на льготных условиях, можно в Донецкой области добиться интенсификации развития ресторанного бизнеса. Однако, в современных условиях кредитная политика такова, что малые предприятия или предприниматели просто не в состоянии пользоваться обозначенными услугами (*когда конечная сумма, подлежащая возврату, возрастает практически вдвое и более!!!*).

В силу того, что в ресторанном бизнесе основная масса предприятий – малые и микро, то они, как правило, не идут на прямое финансирование исследовательских работ, хотя испытывают большую потребность в их результатах. Поэтому сегодня государство должно взять на себя функцию обеспечения ресторанного бизнеса одним из важных ресурсов инновационного процесса – научными знаниями и идеями. Инновационная деятельность выступает необходимым элементом мотивации, который повышает эффективность развития ресторанного бизнеса.

По опыту ведущих стран мира целями научной и инновационной политики, как правило, являются: увеличение вклада науки и техники в развитие экономики страны; обеспечение прогрессивных преобразований во всех сферах деятельности; повышение конкурентоспособности национального продукта на мировом рынке; улучшение экономической обстановки; сохранение и развитие сформированных научных школ (в том числе и в сфере ресторанного бизнеса). Для этого в Украине на уровне государства должны формироваться целые перспективные инновационные политики, разрабатываться принципы, на основе которых она будет реализовываться в науке и инновационной сфере, а также механизм их реализации. Принципы будут определяться сформированной хозяйственной системой страны, глубиной влияния государственных институтов на экономическую деятельность.

На законодательном уровне государство должно закреплять отдельные рычаги мотивации развития, как экономики страны, так и ресторанного бизнеса. Унификация экономических правил государственной политики должна корректироваться их дифференциацией на региональном и муниципальном уровнях.

Экономический механизм мотивации в современных условиях выступает формой проявления уже осознанной потребности, которая сформировалась под влиянием внешних условий и одновременно выступает стимулом к деятельности ресторанного бизнеса по всестороннему его развитию. Действие мотивации может быть представлено соответствующим алгоритмом (рис. 4.19). И если потребность – исходный элемент производственных отношений, а интересы выражают именно направленность движения, то мотив – это и то, и другое, но идет от человека; как первичного элемента производственных отношений, содержится в самом человеке и уже от него и через него формируется на других уровнях. Таким образом, мотивы представляют собой диалектическое единство потребностей и стимулов. Без потребности нет мотива, но и без стимула мотив также не возникает из-за отсутствия условий реализации самой потребности. Такие мотивы, как желание к самоутверждению, самовыражению, самореализации представляют в своем единстве с некоторыми другими сторонами деловой активности стремление к бизнес-деятельности

(предпринимательству), то есть к развитию, что заложено в саму сущность предпринимательства изначально.

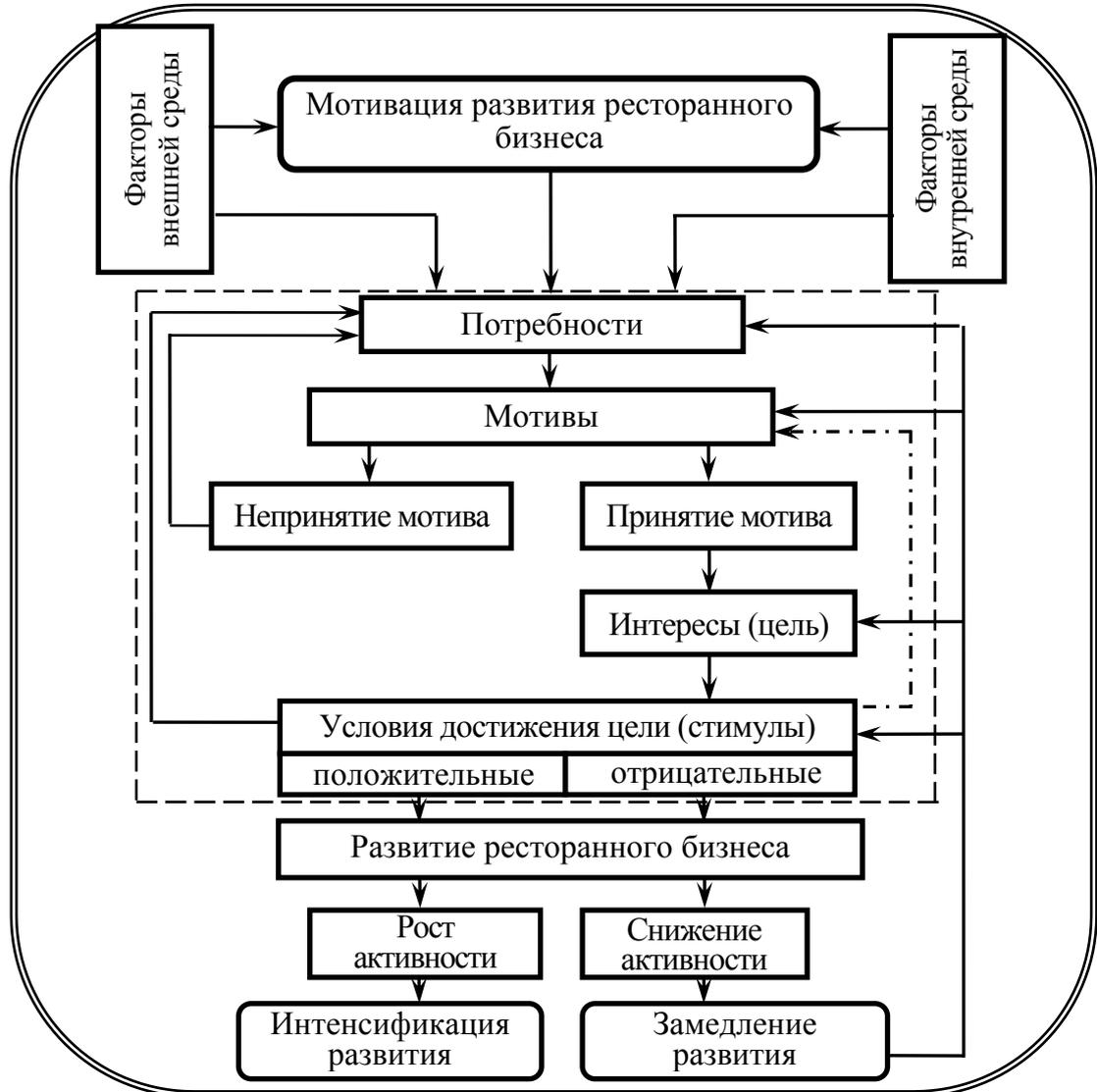


Рисунок 4.19 – Алгоритм действия мотивации к развитию ресторанного бизнеса

Потенциальные бизнесмены в ресторанном бизнесе все больше испытывают потребность в успехе и желают доказать всем свои способности, что возможно в результате победы в конкурентной борьбе. Деньги интересуют их только как свидетельство успеха, а не как средство завоевания власти [124, с. 48, 82]. И хотя речь идет об эволюции сдвига акцентов с собственности на дело, очевидным является

общность авторских взглядов на проблемы мотивации предпринимательства с экономистами Г. Вебером и Б. Карлофом [73; 120]. Тожественность заключается в конституировании механизма мотивации предпринимательской деятельности в следующем: потребность в деле как средстве реализации экономической активности.

По мнению М. Вудкока и Д. Френсиса решение современных проблем мотивации должно быть осуществлено путем приведения в соответствие регуляторов мотивации. И именно здесь мы сталкиваемся с объективными трудностями. И, прежде всего, с тем, что в условиях отсутствия законодательства, которое поощряет добросовестную конкуренцию, сложно говорить об эффективности мотивации развития ресторанного бизнеса. При этом даже антимонопольное законодательство является само по себе абстрактным, тяжело применимым и не в состоянии перекрыть отмеченные недостатки.

В целом, мотивация в современных условиях базируется не только на управленческом воздействии на процессы развития, но и в большей степени обуславливается действием механизма самоуправления на разных иерархических уровнях и характеризует успешность и эффективность менеджмента в целом.

#### **4.3. Экономический механизм регулирования развития ресторанного бизнеса**

Проблема взаимоотношений государства и экономики являются одной из центральных в обществе, потому что государство выполняет самые важные и разноплановые функции в хозяйственной системе.

Рыночная экономика, исходя из опыта развития зарубежных стран – это регулируемая экономика. Однако, совсем иное дело – как она регулируется, какими методами и в каких формах [157, с. 59]. Системы, полностью основанной на невмешательстве государства, не существовало ни в XIX в., ни до. В XX в. важной

составляющей успеха стран с развитой и развивающейся экономикой была регулирующая роль государства.

Опыт развития многих государств свидетельствует о том, что во время экономического кризиса большинство из них (в частности США и Великобритания) стараются усиливать государственное влияние на экономику, стимулировать прогрессивные сдвиги и ослаблять это воздействие в период стабилизации и роста.

В условиях рынка вмешательство государства в экономику обусловлено целями, направленными на корректирование «несовершенства» рыночного механизма. В целом, реализуя политические, экономические и социальные принципы сообщества граждан, государство принимает активное участие в формировании макроэкономических рыночных процессов.

Основными функциями государства в рыночной экономике являются:

- а) создание правовой основы для принятия эффективных экономических решений;
- б) стабилизация экономики путем использования усовершенствованных бюджетно-налоговой и кредитно-денежной политик;
- в) социально-ориентированное распределение ресурсов для создания условий развития различных сфер деятельности;
- г) обеспечение социальных гарантий и социальной защиты;
- д) защита конкуренции, являющейся стимулом развития во всех сферах экономики.

Однако даже основные функции настолько переплетены между собой, что невозможно просто говорить об их отдельном влиянии. Действительная оценка возможна только путем учета их синергетического эффекта на экономическую ситуацию (рис. 4.20).

Социально-экономическая трансформация, происходящая в Украине, поставила комплекс теоретических и практических вопросов об экономическом регулировании народного хозяйства. Политические и экономические изменения за последние годы (последние 20 лет) привели к тому, что реально остро встала необходимость формирования нового подхода к оценке роли государства и его функций в процессе управления развитием и ресторанным бизнесом в том числе.

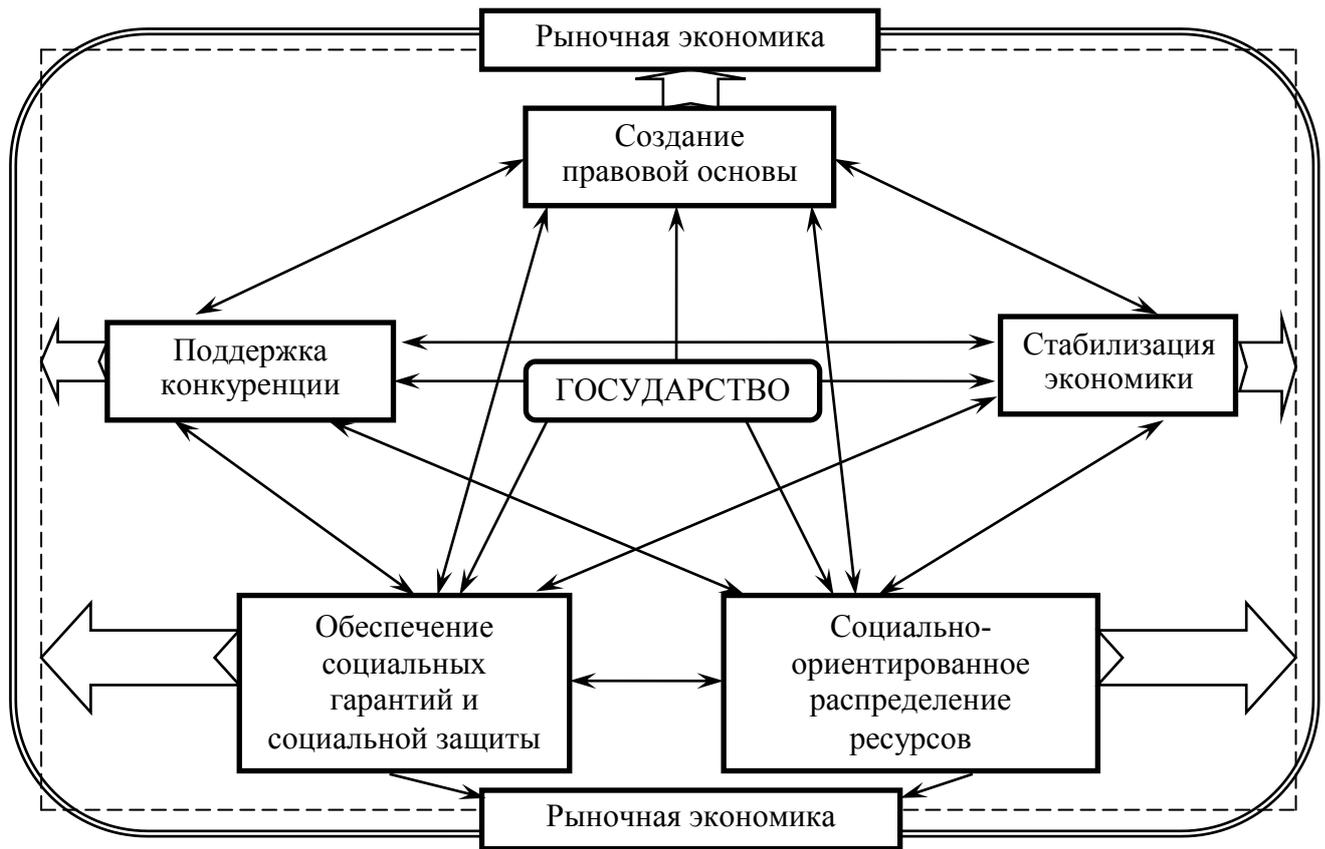


Рисунок 4.20 – Функциональное комплексное государственное влияние на экономику в рыночных условиях

Отрицательные черты административно-командной экономики были доведены до крайней черты и проявились в следующем: отсутствие инновационной активности, стимулов для предпринимательской деятельности, роста производительности труда; в инвестиционной непривлекательности экономических сфер, неэффективности и нерациональности использования различных видов ресурсов, процветании безответственности, безынициативности и иждивенчества. Такой тип экономики и общества, такая роль государства оказались полностью несовместимыми с рыночной экономикой.

В самом начале этапа формирования рынка в Украине ставились задачи:

1. Переход от административно-командной, директивно управляемой экономики к современному социально ориентированному рыночному хозяйству с конкретными регулируемыми функциями со стороны государства;

2. Обеспечение идеологического плюрализма, условий для свободного соревнования, свободы научной мысли и слова, отказ от принудительного насаждения единой идеологии, в том числе и с использованием государственных методов воздействия;

3. Демонтаж тоталитарной политической системы, разделение власти, обеспечение действительной выборности, демократического контроля за государственными органами, свободы деятельности различных политических сил и партий.

Что касается 2-й и 3-й задач – украинское общество определилось сразу (по образу Российской Федерации и других стран бывшего СССР). А вот в плане экономических преобразований выбор осуществлялся между двумя диаметрально противоположными подходами. Первый предусматривал постепенную трансформацию административно-командной экономики путем разгосударствления и приватизации большинства предприятий с целью повышения эффективности их деятельности и адаптации к рыночным условиям, создания рыночной инфраструктуры и эффективных стимулов развития производства при одновременном сохранении у государства возможности прямого и постепенного влияния на жизненно важные сферы экономики и социальные процессы. Второй подход предполагал так называемое «революционное» разрушение административно-командной системы путем любой приватизации объектов государственной собственности, как можно более полный отход государства или минимизация его регулирующей роли в экономическом развитии.

С конца 1991 г. в осуществлении экономических реформ преобладающую роль занял второй подход. Однако он не отвечал ни современным мировым рыночным тенденциям, ни учитывал специфические особенности украинской национальной экономики, что и обусловило впоследствии глубокий экономический кризис во всех сферах деятельности.

Общая приватизация и разгосударствление ощутимых изменений в технологию, организацию и управление согласно требованиям рынка достаточно

продолжительный период не приносило. Административно-командная система управления была в основном разрушена, но эффективного механизма рыночного регулирования создано не было.

Некоторое развитие предпринимательской деятельности наблюдалось в сферах малого и среднего бизнеса, финансово-банковской деятельности и торговли; промышленных отраслях, которые работают на внешний рынок. В современных условиях в отдельных отраслях экономики на уровне предприятий рыночные стимулы заработали в плане их развития и восстановления. В институциональном плане современная экономика Украины все еще сохраняет остаточные черты бывшей так называемой «советской» экономики и монополизации, и одновременно содержит некоторые рыночные компоненты.

Позиция полного невмешательства государства в экономику привела Украину к кризису, который проявился развалом промышленности, резким и продолжительным спадом производства, снижением объемов выпуска продукции, ростом внутреннего и внешнего долга, гиперинфляцией и последующей нестабильностью национальной валюты, кризисе неплатежей, невыплате зарплат и пенсий, коррупции во всех эшелонах власти, значительном теневом обороте капитала, росте преступности и безработицы, потере моральных ценностей в обществе и т.п.

Отсутствие эффективного организационно-экономического механизма управления развитием ресторанного бизнеса стало причиной ухудшения состояния в данной сфере, переходное состояние в которой перманентно наблюдается уже достаточно продолжительное время. Особенно это стало ощущаться в последние годы, когда трансформация экономических отношений обусловила усиление децентрализованных начал во всех сферах деятельности. В условиях плановой экономики государство разными методами обеспечивало необходимый уровень развития ресторанного бизнеса. В современных условиях, когда идет процесс развития рыночной экономики, такие меры использовать нельзя, а некоторые из них просто недостаточны.

В связи с этим, без повышения роли государства, его активного участия в процессе развития ресторанного бизнеса (восстановление управляемости экономики) преодолеть сложившееся состояние не возможно [12]. Здесь необходимо целенаправленное движение с 2-х сторон: 1) к современным механизмам самоуправления, адаптированных к условиям рыночной экономики; созданию конкурентной среды, полноценных рынков товаров и услуг, труда, недвижимости, ценных бумаг, интеллектуальной собственности и др., а также разветвленной рыночной инфраструктуры; 2) разработка на основе мирового опыта оптимальных форм и методов экономического регулирования.

Дословно термин «регулировать» (лат. *regulare*) означает «подчинять определенному порядку, правилу, упорядочивать» [227, с. 432]. Необходимость конкретно государственного регулирования теоретически обоснована была еще Дж. Г. Кейнсом. Основная цель заключалась в обеспечении доходности капитала, предупреждении социальных взрывов, которые могут происходить вследствие безработицы, снижения (падения) уровня жизни, инфляционных процессов и других явлений. Сегодня термин «регулирование» в широком понимании отождествляется с государственным вмешательством в экономику, а в более узком – с административно-правовой регламентацией предпринимательской деятельности. Но это не отрицает необходимость регулирования процесса развития экономики и ресторанного бизнеса, что обусловлено вполне объективными причинами, а именно: наличием монополизма во многих сферах народного хозяйства; отсутствием совершенной конкуренции; слабой адаптацией к современным условиям хозяйствования таких рынков как рабочей силы, капитала, интеллектуального продукта и др.; несовершенством ценового механизма, в том числе и в ресторанном бизнесе, что делает производство неэффективным.

Экономисты единодушны в плане необходимости выполнения отмеченных выше функций в сфере экономики. Однако по вопросу, в каком соотношении должно осуществляться рыночное и государственное регулирование, каковы границы и направления экономического вмешательства, существует достаточно большое

разнообразие теоретических точек зрения и соответствующих им практических подходов. Наряду с крайними вариантами (в форме полного государственного монополизма или крайнего экономического либерализма в управлении национальным хозяйством, отраслями или предприятием) существует ряд промежуточных в виде китайского совмещения обеих видов регуляторов, так называемое социально ориентированное хозяйство Германии и Австрии, шведская модель смешанной экономики и др.

Выполнение экономических функций государством обуславливает острую необходимость формирования экономического механизма регулирования, включая цели и приоритеты развития, а также экономические и правовые способы их достижения. В современных условиях для Украины основной целью экономического регулирования является обеспечение перехода от хаотичных к регулируемым процессам с помощью соответствующих рычагов.

Экономическое регулирование призвано координировать экономические интересы и согласовывать общественную и частную заинтересованность. Но экономическими рычагами следует пользоваться предельно осторожно, не ослабляя и не замедляя рыночные стимулы. Поэтому прежде, чем использовать тот или иной экономический рычаг необходим прогноз в плане того, как его действие отразится на рыночном механизме. Если же государство игнорирует эти требования, то последний, в конце концов, просто может дать сбой.

Экономическая рыночная система является системой, где субъекты приспособливают свои действия к условиям, опираясь на информационный поток и стимулы непосредственного окружения. Она является системой свободных, равноправных по горизонтали и основанных на разных формах собственности отношений. Движущей силой здесь выступает личная заинтересованность субъекта бизнес-деятельности, что определяет целеустремленность в функционировании рынка. Свобода выбора реализуется в форме стремления получить для себя лично определенную выгоду, служащая движущей силой развития и конкуренции и выполняющая роль регулирующего и контролирующего механизма рынка, в котором организующая функция рыночных отношений выполняется спросом, предложением

и ценой. Однако все это характеризует в идеале свободный рынок с совершенной конкуренцией. В реальности же он просто не может существовать по ряду причин, поэтому сегодня мы имеем функционирующий рынок с несовершенной конкуренцией (раздел 3.3). И именно государство должно выступать гарантом порядка, обеспечения наибольшей возможности реализации экономической свободы для всех рыночных субъектов (раздел 3.2).

Практика жизнедеятельности способствовала выделению трех взаимозависимых и взаимообуславливающих уровней регулирования рынка, а именно: а) экономическое регулирование в соответствии с основными функциями; б) саморегулирование рынка; в) регулирование рынка различными общественными организациями, обеспечивающими цивилизованные взаимоотношения между всеми участниками рыночных отношений. Подобная трех уровневая система призвана обеспечить достижение определенного оптимального баланса интересов всех участников рыночных отношений.

Практика проведенных социально-экономических реформ свидетельствует о том, что экономическое регулирование становится неотъемлемым структурным элементом системы управления в целом и управления развитием в частности. Основными признаками такой системы выступают: общая информационная обеспеченность, высокая наукоемкость, международная интеграция, единое экономическое пространство, социализация системы, регулируемая обществом. При этом высокую значимость приобретают предлагаемые экономистами современные методологические и организационные подходы в управлении, прогнозировании и планировании социально-экономических процессов. Важный выбор адекватных моделей управления и хозяйствования с учетом сложившихся условий в стране, изменений в планировании под влиянием рыночных механизмов. Однако именно потому, что концепция саморегулирования рынка сводится к значительным деформациям и провалам в экономических и социальных процессах, государство, опираясь на возможности прогнозирования, планирования и экономического регулирования, способно возвращать рыночные отношения в режим цивилизованной

конкуренции, экономику – в состояние динамической сбалансированности, потребление незащищенных слоев населения – на уровень общественно признанного прожиточного минимума.

Экономическое регулирование деятельности ресторанного бизнеса отображает процедуры объединения и взаимовыгодного сотрудничества бизнесменов, потребителей, государства и других субъектов рыночных отношений в процессе производства, реализации и организации потребления продукции и услуг ресторанного бизнеса путем выбора оптимальных решений и соответствующей экономической политики, которые способны наиболее полно удовлетворить различные потребности в услугах питания при имеющихся вполне определенных ограничениях. Влияние государства на процесс развития ресторанного бизнеса должен осуществляться с помощью всего многообразия методов регулирования.

Административные методы могут использоваться в тех сферах, которые не охватываются рынком, но зависят от него: использование национального богатства, борьба с монополизмом, решение проблем экологии, помощь безработным, выплаты многодетным семьям, гарантированный минимальный заработок, защита национальных интересов во внешнеэкономической деятельности, обеспечение соблюдения правил предпринимательства и кредитно-финансовой деятельности. Административные методы регулирования представлены разными «мероприятиями» контроля за законностью доходов, ценами, лицензированием и др. Отнесение их к административным обусловлено тем, что они не базируются на экономических интересах и стимулах, которые их реализуют, а опираются на силу приказа.

Государственное правовое регулирование осуществляется на основе хозяйственного законодательства через систему устанавливаемых им норм и правил.

Экономическое регулирование развития является искусством достижения желаемого результата в пределах возможного, потому что экономическая политика всегда осуществляется в условиях более или менее жестких ограничений: степени освоения экономических ресурсов, наличия общественных структур, моральных ценностей, представлений людей, способа их действий и др. [296].

Экономические методы регулирования адекватны природе рынка. Они оказывают непосредственное влияние на конъюнктуру рынка и через нее, соответственно, на производителей и потребителей продукции и услуг ресторанного бизнеса. Именно экономические методы воздействуют путем стимулирования или торможения деятельности предприятий питания. В условиях спада государство должно применять методы, которые повышают экономическую активность. И, наоборот, в условиях чрезмерной активности сдерживать эту активность. Экономические методы регулирования развития предполагают прямое или косвенное воздействие на рыночных субъектов, ориентированное на выполнение соответствующих задач и достижение прогнозируемых результатов.

Использование экономических методов регулирования развития ресторанного бизнеса в определенной степени связано с формированием прогнозов, разработкой программ и планов развития на разных уровнях управления, а также контролем за их реализацией. Одновременно выявляется тесная взаимосвязь между всеми методами, вне зависимости от уровня, на котором они применяются, и их взаимообусловленность (рис. 4.21).

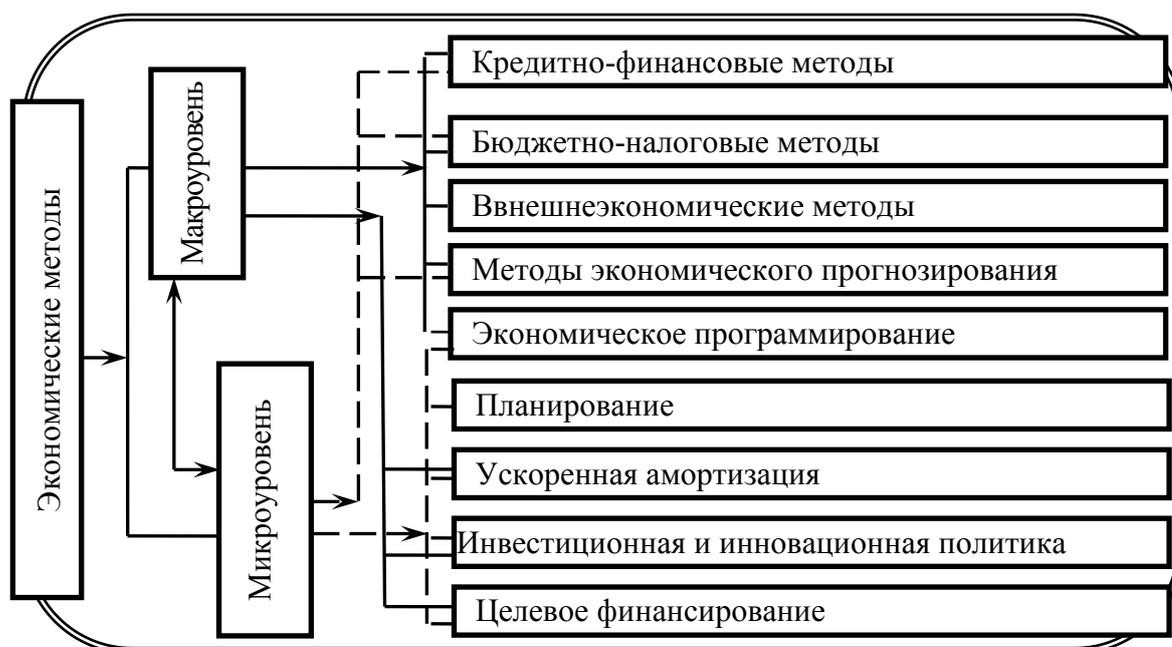


Рисунок 4.21 – Взаимодействие методов государственного экономического регулирования развития ресторанного бизнеса

Степень воздействия экономических методов регулирования на процесс развития ресторанного бизнеса сводится к определенному влиянию на режим функционирования в целом. Это осуществляется через экономические интересы рыночных субъектов с помощью различных рычагов, по возможности без прямого вмешательства местных органов управления, но в пределах установленных ими и государственными органами границ. Многообразие экономических рычагов регулирования развития ресторанного бизнеса представлено на рисунке 4.22, где показана их взаимосвязь, состав и комплексное влияние на развитие ресторанного бизнеса.

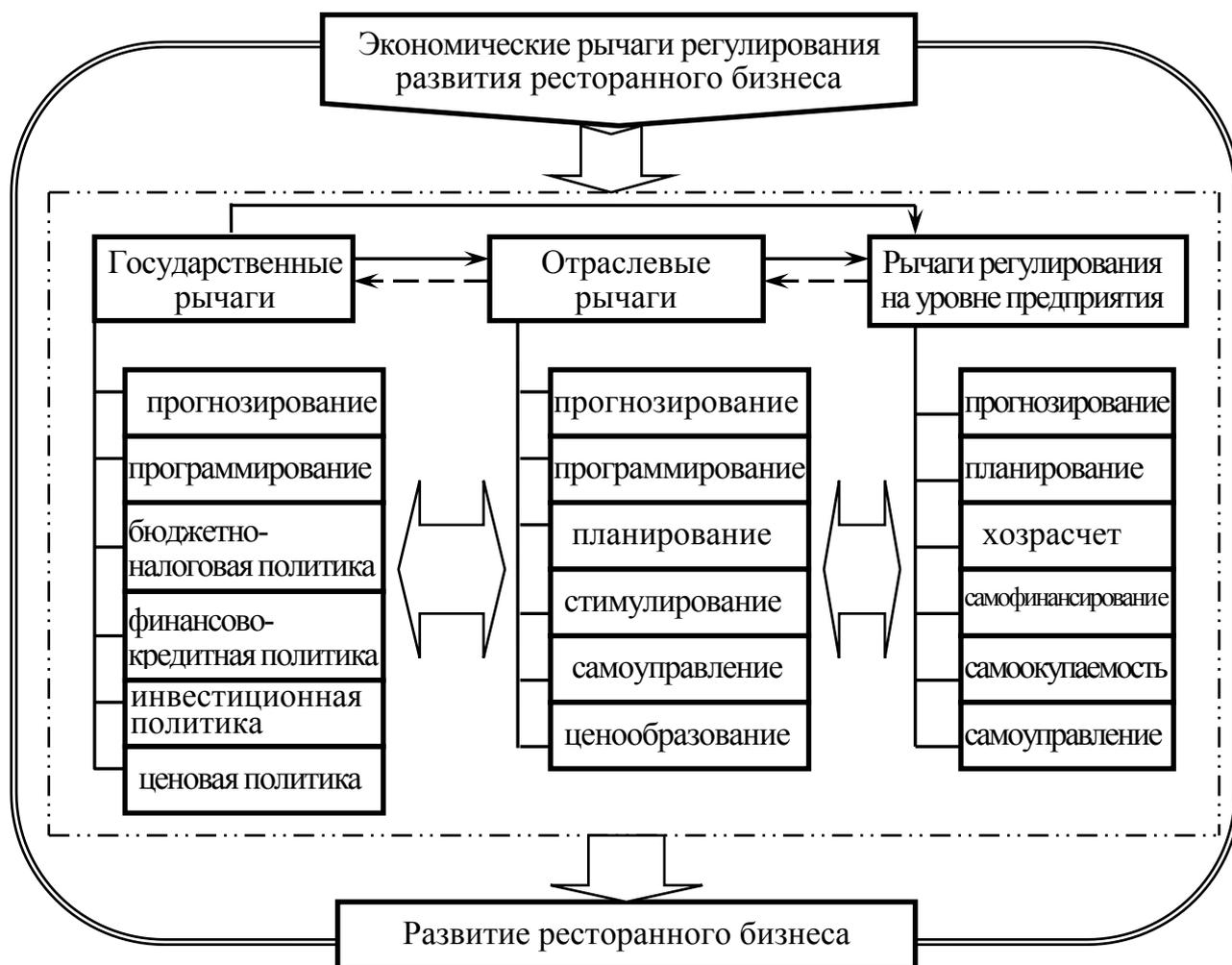


Рисунок 4.22 – Взаимосвязь экономических рычагов регулирования развития ресторанного бизнеса

В основе экономических методов регулирования лежат экономическая заинтересованность и ответственность ресторанного бизнеса за последствия принятых решений, участие в выполнении задач комплексного социально-экономического развития региона и страны в целом. Рычаги воздействия на субъект могут быть прямыми и косвенными. Прямое экономическое регулирование предполагает многообразие безвозвратного целевого финансирования территорий (в числе которых должен быть и ресторанный бизнес). Особое место занимают субвенции, прямые субсидии и займы, которые включают разного рода дотации, помощь, доплаты из специальных бюджетных или внебюджетных фондов разных уровней. Сюда же следует отнести льготные кредиты, формирование государственных фондов, создание специальных финансовых учреждений.

Учитывая интересы субъектов ресторанного бизнеса различных уровней, рычаги регулирования позволяют выравнивать их финансовое положение, защищать наиболее уязвимые рыночные сегменты и группы населения, реализовать приоритетные цели экономического развития. Одновременно, будучи встроенными в рыночные отношения, они тем или иным образом формируют структуру цен и затрат, реальную конкурентоспособность ресторанного бизнеса (раздел 3.3), а с ним и всей сферы услуг, торгово-производственного комплекса, а значит и функцию рынка.

Косвенными формами экономического регулирования развития ресторанного бизнеса выступают политика, реализуемая государством в области кредитно-финансовых отношений, используемых систем налогообложения, амортизации имущества и др. Косвенные формы экономического регулирования влияют на производство и потребление опосредованно, автоматически и носят безадресный характер. Западные эксперты рассматривают косвенное экономическое регулирование намного шире, включая разнообразные дополнительные мероприятия по созданию конкурентной среды. С. А. Хавина [283, с. 16-55] подчеркивает, что, по мнению М. Портера, правительство должно создавать для фирм такую экономическую ситуацию, которая поощряет и «подталкивает» их к более высоким степеням конкурентного развития. Наиболее эффективными рычагами косвенного влияния

являются: создание соответственно современному уровню технологий и факторов производства, формирование национальных приоритетов НТР, поощрение конкуренции и спроса на продукцию и услуги высокого качества.

Среди всего многообразия экономических рычагов воздействия на ресторанный бизнес особое место занимает прогнозирование и планирование. Однако вследствие того, что в Украине была ликвидирована вертикальная связь экономических служб, отсутствуют, соответственно, и горизонтальные связи между ними. Поэтому в современных условиях важной проблемой стало создание общей системы экономического прогнозирования и планирования. Планирование вместе с предварительным и обосновывающим его, прогнозированием и экономическим анализом представляет составную часть процесса управления экономикой и процесса управления развитием ресторанного бизнеса как неотъемлемой самостоятельной системы торгово-производственного комплекса. Накопленный опыт развития показывает, что государственные и рыночные механизмы не противоречат и не вытесняют друг друга. Наоборот, они объединяются, перераспределяют свои функции, интегрируясь в целостную развивающуюся систему управления, адекватную определенному этапу развития экономики. Это было охарактеризовано одним из американских ученых-экономистов как синтез двух типов хозяйственных механизмов – плана и рынка [149].

Сравнение экономики с кораблем часто использовал В. В. Леонтьев: частная инициатива, как ветер в парусах, сообщает экономике свой импульс, планирование же, как руль, направляет экономику в нужную сторону. Стратегическое планирование, отмечал он, направлено на получение внутренне согласованных описаний разных состояний, в которых экономика может оказаться после применения альтернативных комбинаций различных средств экономической политики [150, с. 20-21].

Прогнозирование выступает научно обоснованной гипотезой о вероятностном будущем состоянии экономической системы и экономических объектов с показателями, характеризующими это состояние. Прогнозы опережают составление планов и программ, являясь предварительной стадией их разработки.

Источниками информации для прогнозов выступают накопленный опыт, экстраполяция. Процесс разработки прогноза носит итеративный характер (итерация – метод последовательных приближений), то есть на основе данных, последовательно уточняемых и корректируемых. При этом переход к новым принципам не исключает наличия соответствующих центральных структур в управлении народным хозяйством. Вместе с тем их функции также должны измениться коренным образом. В результате чего господствующей становится направляющая и координирующая роль, а не полное подчинение.

На уровне страны и региона должна разрабатываться концепция-прогноз развития ресторанного бизнеса, предоставления услуг и обслуживания в целом с учетом желаемых в будущем территориальных и структурных изменений, достижения определенного уровня обслуживания и предоставления услуг по сравнению со средними по Украине данными или конкретным регионом. То есть, разработка прогноза на уровне ресторанного бизнеса отталкивается от общих (макроэкономических) показателей. Одновременно разрабатывается встречный прогноз (начиная с уровня предприятия и заканчивая сферой деятельности). Путем сопоставления встречных данных формируется единый приемлемый и реальный вариант, который и принимается за основу плана, программы или стратегического решения. На «верхнем уровне» определяются наиболее общие показатели, которые характеризуют основную сущность развития ресторанного бизнеса, а на «низшем» они конкретизируются со стороны потребностей (спроса) и возможностей их удовлетворения за счет имеющихся ресурсов на конкретном предприятии. Обоснование концептуальных положений и прогнозных расчетов должно базироваться на научном познании процессов производства, реализации и организации потребления услуг ресторанного бизнеса как важной самостоятельной системы торгово-производственного комплекса, которая формирует уровень, условия и обуславливает качество жизни населения, то есть играет важную социальную роль. Таким образом, на основе прогнозов должно осуществляться плановое регулирование, которое выступает инструментом реализации экономической и социальной политики.

Планирование, как один из рычагов экономических методов регулирования, выступает основным средством реализации экономических законов в процессе хозяйственной деятельности, рычагом регулирования и управления социально-экономическими процессами на различных уровнях управления. Планирование – завершающий этап прогнозирования, в процессе которого принимаются решения на основе выбора вариантов и направлений развития. Плановое регулирование выступает основной и решающей формой планомерности.

И прогнозирование, и планирование как экономические рычаги регулирования развития преследуют следующие основные цели: 1) развитие экономической деятельности, при которой потребители всех регионов и областей будут иметь одинаковые возможности достичь желаемого благосостояния; 2) повышение эффективности, что требует рационального и оптимального использования потенциала региона или области с целью общенационального благосостояния. В экономическом развитии «перевешивает», как правило, первая цель, в период кризисного состояния на первый план выходит вторая.

С точки зрения экономики регулирование развития ресторанного бизнеса механизм является специфической совокупностью элементов, состояний и процессов, представленных в некоторой последовательности, которые пребывают в определенных отношениях и связях, что определяет порядок конкретного вида деятельности. Тогда для ресторанного бизнеса экономический механизм регулирования развития будет иметь вид структурно-логической схемы, в которой взаимосвязаны экономические рычаги и результаты развития ресторанного бизнеса на разных уровнях управления. Экономический механизм регулирования развития ресторанного бизнеса включает цели, задачи, субъект и объект регулирования, условия, взаимозависимые группы рычагов разных уровней, которые предполагают использование разных форм, методов и мероприятий по экономическому регулированию развития с целью достижения стабилизации состояния, интенсификации темпов развития и повышения эффективности деятельности (рис. 4.23). Данный механизм в отличие от известных, благодаря комплексному действию

инструментов, обеспечивает соответствующее влияние рыночных факторов на бизнес-среду независимо от формы собственности субъекта хозяйствования.



Рисунок 4.23 – Экономический механизм регулирования развития ресторанного бизнеса

Таким образом, экономический механизм является сложной структурой, базирующейся на основных экономических рычагах, таких как прогнозирование, планирование, налоговая, инновационно-инвестиционная, финансово-кредитная и ценовая политики; хозрасчет, стимулирование, самоуправление, а также включает результат развития ресторанного бизнеса.

Мощным рычагом реального экономического воздействия на развитие ресторанного бизнеса выступает бюджетно-налоговая система. Масштабы государственного бюджета, которые определяются объемом его доходной части, долей в ВВП, создают реальные возможности воздействия на социально-экономические процессы. На основе формирования структуры затратной части бюджета реализуется государственное влияние на различные сферы деятельности и экономику в целом. Источником доходной части бюджета являются в основном налоговые поступления. Система налогообложения призвана стимулировать развитие или ограничивать деятельность. Развитию экономики может способствовать сокращение государством своих доходов, то есть снижение, в первую очередь, налогов для предприятий и населения. Это обуславливает необходимость совершенствования налоговых ставок, механизма определения объектов льготного налогообложения и др.

Маневрируя налоговыми ставками, льготами, штрафами, изменяя условия налогообложения, вводя одни и отменяя другие налоги, государство создает условия для интенсификации развития ресторанного бизнеса и способствует решению актуальных и важных в целом для общества задач. С помощью налогов и льгот государство должно стимулировать технический прогресс, увеличение количества рабочих мест, капитальные вложения в расширение производства продукции и услуг ресторанного бизнеса. С помощью налогов в государственном бюджете концентрируются средства, которые направляются на решение важных народнохозяйственных проблем, финансирование крупных межотраслевых и комплексных целевых программ. То есть, с помощью налогов государство старается перераспределять часть доходов предприятий и предпринимателей, доходов граждан, направляя их на развитие, инвестирование и капиталовложение. Эта функция налоговой системы подчеркивает ярко выраженный социальный характер.

Таким образом, экономическое регулирующее воздействие может быть реализовано путем повышения или снижения налоговых ставок, их дифференциации для различных категорий налогоплательщиков или объектов налогообложения, расширения или сужения налоговой базы и необлагаемых налогом минимумов,

освобождения от налогов определенных групп плательщиков, предоставления налоговых льгот или налоговых кредитов, изменения периодичности уплаты налога, распределения налогов по уровням бюджетной системы и т.п.

Поскольку налоговая система базируется на соответствующих законодательных актах (декреты Кабинета Министров, Законы, Инструкции, разъяснения государственных налоговых актов Украины и др.), то необходим их пересмотр и корректировка с целью совершенствования и стимулирования развития ресторанного бизнеса как составного элемента торгово-производственного комплекса.

Ресторанный бизнес в основном представлен предприятиями частной формы собственности, микро или малыми по количеству работников и объемам деятельности, поэтому как субъекты малого предпринимательства они пользуются чаще всего упрощенной системой налогообложения, учета и отчетности. Субъектам предпринимательской деятельности (юридическим лицам) предоставлено право самостоятельного выбора ставки единого налога. Ставки налога для физических лиц устанавливаются местными советами по месту регистрации субъекта предпринимательской деятельности. Однако существующая сегодня система налогообложения в ресторанном бизнесе пока что ведет только к вымыванию оборотных средств предприятий, очень часто к свертыванию производства и предпринимательской деятельности, банкротству, утаиванию действительных сумм выручки и полученного дохода. Все это совсем не способствует стабилизации деятельности данной сферы экономики и не стимулирует ее развитие.

Осуществление регулирования развития ресторанного бизнеса с помощью системы государственных затрат выступает основой кейнсианской экономической политики. Она может осуществляться путем изменения объемов финансирования, направлений затрат государственных средств, периодичности финансирования, организации и контроля за системой распределения государственных средств, доведения их до конкретного получателя.

Согласно кейнсианской теории, государственные расходы увеличивают совокупный спрос и приводят к мультипликативному росту национального продукта,

а, соответственно, занятости. «Государственные затраты, также как и частные инвестиции, оказывают мультиплицированное (умноженное) воздействие на доход вследствие того, что непосредственно за этим имеют место производные потребительские расходы со стороны тех, чей труд оплачивается государством» [229, с. 293]. Дж. Г. Кейнс считал, что если государство финансировало бы организацию общественных работ, пусть даже неэффективных, это «привело бы к значительному увеличению как реального дохода общества, так и его капитального богатства по сравнению с существующими размерами» [125, с. 326.]. Однако сегодня такая позиция не является бесспорной. Возможный негативный эффект увеличения бюджетных затрат связан с тем, что они финансируются не за счет налоговых поступлений, а за счет роста бюджетного дефицита, из-за чего возникают инфляционные тенденции (что и наблюдается сегодня в экономике Украины).

Таким образом, одним из основных экономических рычагов регулирования развития ресторанного бизнеса выступает система налогообложения, которая предоставляет возможность стимулировать или сдерживать определенные виды деятельности, влиять на переход с одного вида на другой и т.п. В данной сфере для поддержки малых и микро предприятий с помощью налоговой системы на определенных этапах целесообразно использовать протекционистскую политику (а именно, ограничение иностранной конкуренции, хотя иностранные инвестиции желательны в ресторанном бизнесе по многим причинам) или осуществлять их поддержку путем государственного страхования риска, кредитования, субсидий и др.

Финансово-кредитная политика и ее инструменты используются как эффективные рычаги воздействия государства на хозяйственные процессы [89; 295; 307]. Денежно-кредитная политика государства должна быть направлена на обеспечение устойчивого денежного обращения, непосредственно связанного с потребностями процесса производства, реализации и организации потребления продукции и услуг ресторанного бизнеса. При этом в процессе реализации финансово-кредитных способов регулирования выявляется тесное переплетение прямых и косвенных инструментов. Среди рычагов прямого экономического влияния наиболее

весомыми выступают: целевое кредитование, установление кредитных ставок и прямой контроль над их уровнем. Инструментами косвенного экономического регулирования являются: регулирование минимальных резервных требований к ресурсам, осуществление дисконтной политики (регулирование учетных ставок по кредитам) и т.п. Финансово-кредитным рычагам присуща большая подвижность и оперативность по сравнению с бюджетно-налоговыми. Это обусловлено тем, что изменения в бюджетных расходах и налогах предполагаются только на этапе формирования государственного бюджета и недопустимы после его утверждения.

Использование в комплексе бюджетно-налоговых и финансово-кредитных рычагов дает возможность государству достаточно эффективно регулировать экономическое развитие ресторанного бизнеса, как самостоятельной системы торгово-производственного комплекса. Но из-за недостаточной развитости кредитной системы в Украине и несовершенства законодательной базы для большинства предприятий питания сегодня ставки процента оказались слишком велики, что привело к практически полному отсутствию внешних инвестиций. Финансовое обеспечение ресторанного бизнеса требует привлечения большого количества денежных ресурсов, потребность в которых возрастает по мере расширения и увеличения масштабов производства продукции и услуг, роста уровня и масштабов инфляции. Потребность в значительных денежных ресурсах в ресторанном бизнесе обусловлена также мизерностью недостаточностью собственных накоплений, быстрым их обесцениванием из-за высокой инфляции и др.

Для ресторанного бизнеса в большей степени подошла бы система кредитования, базирующаяся на гибком, выборочном подходе. Использование индивидуальной схемы для предприятий питания в процессе регулирования развития ресторанного бизнеса в целом будет способствовать повышению эффективности развития экономики страны (рис. 4.24). Такой подход позволяет максимально учесть специфику деятельности предприятий, выделение в их структуре социально ориентированных и коммерческих, и осуществление кредитования по следующей

схеме: кредиты – успешным, сильным и прибыльным; государственные дотации – социально ориентированным (не прибыльным).



Рисунок 4.24 – Гибкая система регулирования развития ресторанного бизнеса

Для стабилизации финансового состояния ресторанного бизнеса целесообразно кредитование текущей деятельности предприятий под товарооборот, исходя из сложившейся экономической ситуации, что для предприятий было бы вполне реальным согласно уровню их прибыльности.

Как уже отмечалось выше, в качестве рычагов регулирования может использоваться ценовая политика. Несмотря на действие принципа свободного установления цен в условиях рынка, роль государства должна сводиться к прямому их регулированию на продукты и товары первой необходимости, или к контролю

цен в условиях конкуренции. В условиях рынка цена выступает стихийным регулятором развития производственной деятельности предприятий, а, соответственно, и ресторанного бизнеса в целом. Сокращая производство непопулярных продукции и предоставление услуг, имеющиеся в наличии ресурсы направляются на расширение производства тех, спрос на которые является реальным или повышенным. Через цены государство может нивелировать циклические колебания процессов воспроизводства. Тогда в зависимости от конкретной хозяйственной конъюнктуры регулирование будет носить антикризисный или антиинфляционный характер.

Одновременно цена выступает рычагом, уравнивающим спрос и предложение, стимулируя увеличение предложения при повышении спроса и снижая – при его падении. Однако он эффективен тогда, когда используется в согласовании с бюджетно-налоговым и финансово-кредитным регулированием.

Опыт зарубежных стран показывает, что вместе с прямым установлением и регулированием цен, государственные органы разного уровня осуществляют также и контроль над ними. Так, в развитых странах со смешанной экономикой сфера контролируемого государством ценообразования составляет 10-30% общего объема выпускаемой продукции.

Таким образом:

1. Государство, используя экономические интересы и стимулы, воздействует на экономическое поведение субъектов хозяйствования, выступающих в качестве производителей и потребителей.

2. Экономическое регулирование финансово-кредитной системы рынка продукции и услуг ресторанного бизнеса должно осуществляться следующим образом: а) влияние государства на установление кредитных ставок с целью дифференцированного подхода к кредитованию предприятий исходя из уровня их успешности, прибыльности и способности к развитию; б) участие государственных органов наряду с коммерческими в обосновании размеров кредитных ставок по краткосрочным и долгосрочным кредитам для предприятий питания, которые находятся в разных условиях хозяйствования; в) предоставление коммерческим

предприятиям государственных долгосрочных кредитов, направляемых на капитальные вложения.

Государственный риск при этом не большой, вытекающий из специфических особенностей деятельности ресторанного бизнеса. А именно: продукция и услуги предприятий, специфические по своим потребительским качествам, не подлежат длительному хранению или хранению вообще, реализуются и потребляются сразу после производства или в момент производства, ориентированы на спрос и изменяются согласно индивидуальным, конкретным на данный момент времени запросам. Перечисленное обуславливает быстрое обращение вложенного капитала.

3. Предоставление государством дотаций предприятиям, которые занимаются удовлетворением потребностей в услугах питания социально незащищенных слоев населения, что позволит поддерживать надлежащее воспроизводство рабочей силы.

4. Осуществление государственной поддержки в ресторанном бизнесе возможно путем разработки мероприятий по содействию созданию специальных инвестиционных банков, которые специализируются на финансировании развития предприятий сферы услуг, а также малого и микро бизнеса (торговля, ресторанный бизнес и т.п.).

5. Весомым рычагом экономического регулирования развития ресторанного бизнеса должна стать инициализация инвестиционной активности, где в современных условиях наблюдается минимальная предприимчивость по вполне объективным причинам. Необходимость обусловлена отсутствием конкретных региональных программ развития малого и микро- бизнеса и конкретно – ресторанного бизнеса. А государственное вмешательство добавит этому процессу комплексности и завершенности решения вопросов, возникающих при развитии ресторанного бизнеса в сложившихся социально-политических условиях. Необходимость регулирования инвестиционной деятельности в ресторанном бизнесе вызвана сегодня необходимостью равномерного и обоснованного размещения сети в похожих регионах.

6. Экономическое регулирование должно быть направлено на недопущение инфляционного роста цен, монополизма производителей, способствовать формированию

условий для нормальной конкуренции, что ориентирует на широкое использование достижений науки и техники в ресторанном бизнесе и других сферах экономики.

В целом же решение проблем развития ресторанного бизнеса подразумевает обязательное осуществление целого комплекса мероприятий, позволяющих реализовать экономический механизм регулирования развития ресторанного бизнеса. Среди всего многообразия форм и методов экономического регулирования не существует абсолютно непригодных или полностью неэффективных. Основная задача заключается в том, чтобы определить, где целесообразно их использовать в конкретный момент времени для оптимизации процесса развития. Разного рода недоразумения и хозяйственные убытки начинаются в тот момент, когда регулируемые рычаги «выходят за пределы разумного», преимущество отдается только какому-то одному или нескольким методам в ущерб другим.

Таким образом, используя экономические интересы и стимулы, осуществляется влияние на экономическое поведение субъектов хозяйствования путем выбора ими оптимальных решений и соответствующей экономической политики, которая позволяет наиболее полно удовлетворить разные потребности в услугах питания при имеющихся вполне определенных ограничениях на базе взаимосвязанной совокупности рычагов разных уровней, предполагающих использование разнообразных методов, форм и мероприятий по экономическому регулированию развития для стабилизации, интенсификации темпов развития и повышения эффективности деятельности предприятий ресторанного бизнеса.

Обоснованные методические положения по формированию эффективного механизма экономического регулирования развития ресторанного бизнеса базируются на согласовании общественной и частной заинтересованности через взаимодействие соответствующих методов прямого и косвенного действия микро и макроуровней и под влиянием рыночной ситуации на формирование материально-финансовых рычагов, повышение инвестиционной и инновационной активности. Механизм включает адаптированные рычаги согласно предложенной структуре, учитывает экономическую заинтересованность и предусматривает ответственность предприятий

за последствия принятых решений, участие в выполнении задач комплексного социально-экономического развития региона и страны в целом. Основная задача состоит в целесообразности выбора места, времени и продолжительности их воздействия. Предложенный экономический механизм регулирования способствует формированию реальных прогнозов и действующих программ развития и направлен на оптимизацию условий устойчивого развития ресторанного бизнеса, повышение эффективности воспроизводства главной производительной силы общества – человека.

## Выводы по разделу 4

Установлено, что в современных трансформационных экономических условиях самоуправление неотделимо от управления и предполагает расширение самостоятельности предприятия. Субъект хозяйствования самостоятельно выбирает эффективные направления развития и решает более широкий круг вопросов своей деятельности.

Усовершенствован экономический механизм самоуправления развитием ресторанного бизнеса, который состоит из целей, принципов, функций, методов, логической модели, средств воздействия субъекта-объекта управления. В отличие от существующих сущность его заключается в комплексно-факторном подходе к управлению предпринимательской деятельностью субъектами бизнес-процессов в пределах их компетенции и полной ответственности за конечные результаты, что позволит повысить качество и эффективность труда, деловую активность в управлении ресторанным бизнесом, оперативно реагировать на изменения, происходящие в социальных отношениях субъектов ресторанного бизнеса. Сформированная логическая модель экономического самоуправления развитием объединяет взаимозависимые и взаимоопределяющие составляющие, такие как спрос и предложение, производство и потребление продукции и услуг с учетом экономической эффективности управления системами, является саморегулируемой, самоорганизующейся и самоконтролируемой.

В процессе исследования определено, что процесс развития ресторанного бизнеса обуславливается использованием различных систем мотивации, эффективность которых может быть различной и определяться сектором, в котором они используются – государственным, муниципальном, частном или смешанном, поставленной целью, используемыми методами и инструментами. Сформирован усовершенствованный экономический механизм мотивации развития ресторанного бизнеса, который содержит методы и инструменты регулирования разного уровня, финансового и материального обеспечения, и благодаря комплексному действию составляющих

обеспечивает соответствующее влияние рыночных факторов на бизнес-среду независимо от формы собственности субъекта хозяйствования. Это позволяет активизировать бизнес-деятельность, а также определяет направления развития на основе оптимизации ресурсного, информационного и инновационного обеспечения с согласованием интересов рыночных субъектов для активизации развития ресторанного бизнеса, что и отличает его от существующих механизмов регулирования.

## РАЗДЕЛ 5

### НАУЧНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА

#### 5.1. Научно-методический подход к обоснованию эффективности управления развитием ресторанного бизнеса

Становление экономики на принципах рынка благоприятно влияет на формирование организационно-экономического механизма управления развитием ресторанного бизнеса, основу которого составляет системный и комплексный подход с ориентацией на наиболее полное удовлетворение запросов потребителей в услугах питания. Методологические принципы развития ресторанного бизнеса свидетельствуют о том, что это сложная иерархическая система (раздел 2).

Однако действенность любого направления развития характеризуется в конечном итоге эффективностью. Поэтому характерной особенностью современной экономической политики должен быть поиск путей повышения эффективности во всех сферах деятельности, и в ресторанном бизнесе в том числе, на основе ускорения социально-экономического развития, интенсификации производства и т.п.

Развитие и эффективность находятся в закономерной и устойчивой связи. Формирование системы показателей эффективности развития ресторанного бизнеса базируется на основном целевом назначении его деятельности. Повышение эффективности развития ресторанного бизнеса будет характеризоваться увеличением потребления услуг, то есть положительным изменением социальной полезности у потребителей.

Одним из главных требований современного подхода к проблеме эффективности является то, что затраты на интенсификацию роста и развития ресторанного бизнеса, а вместе с этим и на повышение качества продукции и услуг,

должны увеличиваться в меньшей степени, чем возрастает полезный эффект. Иначе рост стоимости будет обгонять рост потребительной стоимости в общественном масштабе, а рост производительности общественного труда будет замедляться. Так, если в одной из отраслей, связанных между собой производством какой-либо продукции и предоставлением услуг, повысится качество, то в другой это должно привести к сокращению суммарных производственных затрат, а у потребителя – к более полному удовлетворению потребностей.

Методы определения экономической эффективности развития разработаны более полно для производственной инфраструктуры, чем для социальной. В экономической науке сложилось в целом положительное отношение к возможности измерения экономической эффективности конкретно отраслей сферы услуг. Оно было сформировано в основном благодаря работам академика С. Г. Струмилина, где обозначенный вопрос рассматривался относительно образования и здравоохранения [260; 261]. Однако и ранее, и сегодня встречаются отрицательные оценки таких измерений.

Относительно ресторанного бизнеса в последнее время новых методических инструкций по вопросу определения эффективности развития не появилось, что обуславливает применение бенчмаркинга и целесообразность исследования тенденций, которые уже сложились в решении данного вопроса в других сферах народного хозяйства для применения в ресторанном бизнесе.

Предлагаемые методы определения экономической эффективности в ряде случаев достаточно противоречивы. При использовании эффект от внедрения одного и того же мероприятия может резко отличаться. Это снижает их практическую ценность, а иногда и дискредитирует самую систему управления. Так, эффективное развитие любого предприятия ориентировано на достижение оптимального соотношения между доходностью и стабильностью, на создание необходимых условий для достижения такого баланса. Поэтому эффективность может рассматриваться с позиций: эффективность от повышения качества деятельности предприятия; эффективность от роста конкурентоспособности предприятия;

эффективность производственного, финансового и социального развития и т.п. Отмеченные элементы являются основными, потому что формируют процесс развития в целом и являются системообразующими для него. Исходя из этого, эффективность развития ресторанного бизнеса может определяться интегрированным показателем:

$$\mathcal{E}P = E_{я} \times E_{кс} \times E_{в} \times E_{с} \times E_{ф}, \quad (5.1)$$

где  $E_{к}$  – качественная составляющая эффективности деятельности;

$E_{кс}$  – эффективность конкурентоспособности (от роста конкурентоспособности);

$E_{в}$  – эффективность производственного развития (включает производство, реализацию и организацию потребления);

$E_{с}$  – эффективность социального развития;

$E_{ф}$  – эффективность финансового развития.

Характеристика каждого составного элемента определяется как отношение показателей за текущий и базовый периоды соответственно. Учитывая то, что приведенные виды эффективности являются комплексными величинами, для их расчета использована методика А. И. Амоши, согласно которой она формализуется следующим образом:

$$E = \sum_{i=1}^n E_i \pm \sum_{i=1}^n E_{ni} \quad (5.2)$$

где  $E_i$  – эффективность, полученная за счет  $i$ -го фактора определенного характера (качественного, конкурентоспособности, производственного, финансового или социального);  $E_{ni}$  – эффективность, которая получена за счет социально-психологического фактора, обусловленного  $i$ -м фактором определенного характера (качественного, конкурентоспособности, производственного, финансового или социального);  $n$  – количество факторов, принятых при определении эффективности.

На примере выборочных исследований для предприятий ресторанного бизнеса Донецкой области были рассчитаны показатели, которые характеризуют эффективность их развития в современных условиях:

$$E_{Ркафе3} = 1,015 \times 1,01 \times 10,918 \times 0,9 \times 1,021 = 0,87,$$

$$E_{P_{\text{кафе6}}}=1,019 \times 1,015 \times 1,02 \times 0,9 \times 1,034=0,98,$$

$$E_{P_{\text{ресторан3}}}=1,02 \times 1,031 \times 1,025 \times 0,97 \times 1,041=1,088,$$

$$E_{P_{\text{ресторан4}}}=1,015 \times 1,019 \times 1,01 \times 0,91 \times 1,03=0,97.$$

Полученные расчетные данные свидетельствуют о том, что эффективность деятельности кафе «Бейт Шмуэль» (№ 3) и «Уголек» (№ 6) не выросла, а даже снизилась на 0,13 и на 0,02 единицы под воздействием факторов внешней среды. И это при том, что кафе «Уголек» имеет прибыль по результатам деятельности за исследуемый период (2008-2014 гг.). Среди ресторанов эффективность развития характеризуется положительным результатом только в ресторане «L'Opera» (№ 3), имеющего прибыль с положительным знаком, и снизилась в ресторане «Африка» (№ 4), результаты деятельности которого характеризуются полученными убытками за аналогичный период.

Произведенные расчеты показывают ограниченность оценок эффективности развития по приведенной формуле (формула 5.1). Фактически, эффективность охватывает гораздо более широкий спектр ее составных элементов. Поэтому необходимо в условиях рынка выявить наибольшее количество показателей, которые тем или иным образом влияют на социально-экономическую эффективность развития ресторанного бизнеса.

Расхождения наблюдаются уже при выборе и обосновании самих показателей эффективности. Так, из всего многообразия методических подходов условно выделяют следующие, связанные с повышением качества конечных результатов труда:

1. Определение величины экономического эффекта при повышении качества конечных результатов труда (продукции и услуг) по методике расчета годового эффекта от производства и использования новых средств труда длительного пользования (машины, механизмы, оборудование, приборы и др.) с улучшенными качественными характеристиками (производительность, долговечность, затраты эксплуатации и др.) [147] согласно действующей Методике определения экономической эффективности [171, 172].

Данный подход отличает то, что абсолютная (общая) экономическая эффективность рассматривается относительно всей суммы капитальных вложений [268]; при выборе вариантов решения различных задач за основу принимается сравнительная эффективность; определяется фактическая эффективность внедрения новой техники с целью обеспечения адекватности расчетов эффективности без разделения по сферам деятельности и рекомендован единый нормативный коэффициент капитальных вложений ( $K_{\text{ЕК.вл.}} = 0,14$ ) [186].

2. Методические рекомендации по комплексной оценке эффективности мероприятий, направленных на ускорение научно-технического прогресса, предполагают расчеты экономического эффекта с обязательным использованием приведения разновременных затрат и результатов к единому для всех вариантов мероприятий научно-технического прогресса моменту времени – расчетному году путем использования коэффициента приведения. Как правило, за расчетный год принимается наиболее ранний из всех рассмотренных вариантов календарный год, который предшествует началу выпуска продукции или использования в производстве новой технологии, новых методов организации труда или управления [172].

3. Существуют и разрабатываются самостоятельные методики, которые сводятся к определению экономического эффекта качества продукции [150, 169, 302, 314, 326]. Однако анализ экономической литературы последних лет показывает, что фактически авторы пользуются методиками определения эффективности прошлых лет. В них нашли отражение рекомендации общего характера и касаются различных отраслей, которые производят средства труда; продукцию для удовлетворения потребностей населения в виде предметов народного потребления и т.п. Среди них следует отметить исследования, где величина экономического эффекта определяется как сумма абсолютного эффекта в производстве и относительного эффекта в потреблении товаров повышенного качества. Абсолютный эффект рассматривается как разница между результатами и затратами на производство. Первый показатель выражается в объемах реализации продукции и услуг; второй – в народнохозяйственных затратах по производству продукции и услуг высокого качества. Отдельные

методики предлагают дополнительно учитывать изменение капитальных затрат у потребителя в связи с использованием новых продукции и услуг вместо прежде используемых [170, 172]. В отличие от более ранних, встречаются также работы, в которых рассматривают эффективность как экономию общественного труда, которую получают благодаря совершенствованию и повышению качества продукции и услуг.

Различия отмеченных выше методов заключаются в выборе показателей, которые составляют экономический эффект. В расчет принимается экономия: получаемая от снижения производства продукции низкого качества; от ликвидации или сокращения дополнительных видов работ по доработке и доведению товара, обусловленных дефектным производством на разных стадиях производственного процесса; на затратах, вызванных рекламациями потребителей при получении ими некачественных продукции или услуг; на заработной плате, на стоимости материалов и других производственных затрат; из-за улучшения использования основных фондов предприятия и т.п.

Основными показателями, характеризующими сравнительную экономическую эффективность, являются приведенные расходы базового и нового варианта организационно-технического решения по производству продукции или предоставлению услуг. Для промышленной продукции (услуг) производственного назначения в качестве показателя полезного эффекта при определении удельных текущих затрат принимается объем выпущенной продукции или предложенных услуг. Для товаров народного потребления эффект выражается через обобщенный показатель полезности для потребителя.

4. Определение экономической эффективности внедрения систем управления качеством продукции базируется на сопоставлении экономии живого и овеществленного труда с затратами, необходимыми на внедрение организационно-технических мероприятий, предусмотренных системой. Однако ее приверженцы свои расчеты сводили или к первому, или ко второму из рассмотренных выше вариантов. Отличие заключалось главным образом в выборе показателей. Основными показателями экономической эффективности внедрения и функционирования

комплексной системы управления качеством продукции (КСУК П) на предприятии являются: показатели ее хозрасчетной экономической эффективности внедрения и функционирования; показатели экономической эффективности затрат на ее разработку и внедрение.

К первой группе показателей относятся: годовой прирост прибыли и годовая экономия средств. Ко второй – коэффициент экономической эффективности затрат на разработку и внедрение КСУК П и срок их окупаемости. В целом же, в методическом плане определения экономической эффективности КСУК П как частный случай рассматривается определение эффективности внедрения новой техники и капитальных вложений. Однако такое различие недопустимо, потому что способствует только увеличению количества рекомендаций, а, соответственно, и способов расчета итоговых экономических показателей. В результате чего полученные данные становятся полностью несравнимыми.

5. При распространении в практике хозяйственной деятельности системы бездефектного труда была сформулирована еще одна методика [104]. Так, Б. А. Дубовиков рекомендовал учитывать два основных источника экономии: 1) экономию общественного труда, получаемую в народном хозяйстве благодаря повышению качества, надежности и долговечности изделий, эквивалентную соответствующему увеличению количества этих изделий; 2) экономию капиталовложений за счет тех, которые нужны были бы для выпуска дополнительного количества продукции [107]. Таким образом, данная методика полностью дублирует рассмотренные выше. Определить же роль, которую в повышении качества продукции, а потом и эффективности этих мероприятий, сыграла именно система бездефектного труда, в действительности не представляется возможным.

Отмеченная методика и рекомендации позволяют относительно полно рассчитать экономический эффект, полученный предприятием вследствие повышения именно качества выпускаемой продукции, сокращения потерь от недостатка и сокращения числа рекламаций. Но при попытке из общего эффекта выделить тот, который получен вследствие применения системы бездефектного труда и систем

управления качеством продукции, искусственно вводилось большое количество коэффициентов, а методики становились громоздкими и трудоемкими. Расчеты по предложенным методикам усложнены еще и тем, что учет многих показателей на предприятиях как не велся, так и не ведется. Также не подвергается элиминированию действие таких факторов, как внедрение новых, более материало- и энергоемкой и высокопроизводительной техники и технологий, реконструкция предприятий, а также другие организационно-технические мероприятия.

Несравнимость расчетных данных сегодня характеризуется также тем, что согласно отдельным существующим методикам в капитальных расходах отражаются только затраты, связанные с производством продукции [69; 154]; другие авторы рекомендуют коэффициенты, значения которых не известны [61], третьи – эффективность рассматривают только на стадии производства [152]. Также встречаются предложения по расчету коэффициента народнохозяйственной эффективности, в котором учтены эффект и затраты не только в сфере производства, но и в сфере потребления [71, 153]. Но без раскрытия экономической сущности каждого из этих показателей и без примера расчетов подобные подходы не могут принести никакой пользы ни теории, ни практике управления качеством продукции и услуг, а, соответственно, и управлению развитием определенной сферы деятельности.

Социально-экономическая эффективность выступает важной категорией, которая характеризует интенсивность управления развитием ресторанного бизнеса. При этом данной категории присуща динамичность и историчность. Эффективность характеризует разные уровни развития производительных сил всех сфер деятельности (производственной и социальной) каждой общественной формации. Потому что на всех без исключения этапах исторического развития общество всегда интересовало вопрос, какой ценой достигается конечный результат.

Исходная модель количественной оценки эффективности представляет собой традиционное соотношение между экономическими результатами и затратами, ресурсами.

$$E = \frac{e}{\text{в}}, \quad (5.3)$$

где  $E$  – эффективность;  $e$  – эффект (результат);  $\text{в}$  – затраты.

Максимизация конечных результатов на единицу затрат и ресурсов, или минимизация затрат и ресурсов на единицу конечного результата – такова первичная цель общества, коллектива предприятия, отдельной личности (работника).

Эффективность по отношению к экономической деятельности рассматривается в плане эффективности производственного процесса, а именно – как отношение того, что сделано к тому, что необходимо для производства, в частности, отношение выпуска продукции (услуг) к затратам различных видов ресурсов. Эффективность экономической деятельности подчеркивает оценочный характер категории «эффективность», которая непосредственно связана с отношением величины полученного или ожидаемого результата к величине затрат, изменяющаяся с изменением оценок.

Социальная переориентация экономики в условиях рыночных отношений обуславливает новый подход к концепции эффективности. При этом на первый план выходит принцип приоритетности решения социально-экономических проблем.

Поскольку эффективность измеряется соотношением результата и затрат, то она будет тем выше, чем больше обусловленное улучшением качества определение роста полученного конечного совокупного результата над ростом затрат. Но закономерность связи качества и эффективности в ресторанном бизнесе не проявляется автоматически.

Повышение качества деятельности ресторанного бизнеса выступает важным резервом роста его эффективности и ускорения темпов развития, использование которого возможно при соблюдении некоторых ограничений: повышение качества должно сопровождаться стабилизацией количественного роста или параллельным его увеличением; затраты, связанные с повышением качества, должны увеличиваться в меньшей степени, чем возрастает полезный эффект.

Результат сопоставления показателей эффекта с затратами чаще всего зависит от того, на каком уровне управления определяется эффективность. Это

позволило сформировать иерархическая структура эффективности развития согласно уровням управления (рис. 5.1).

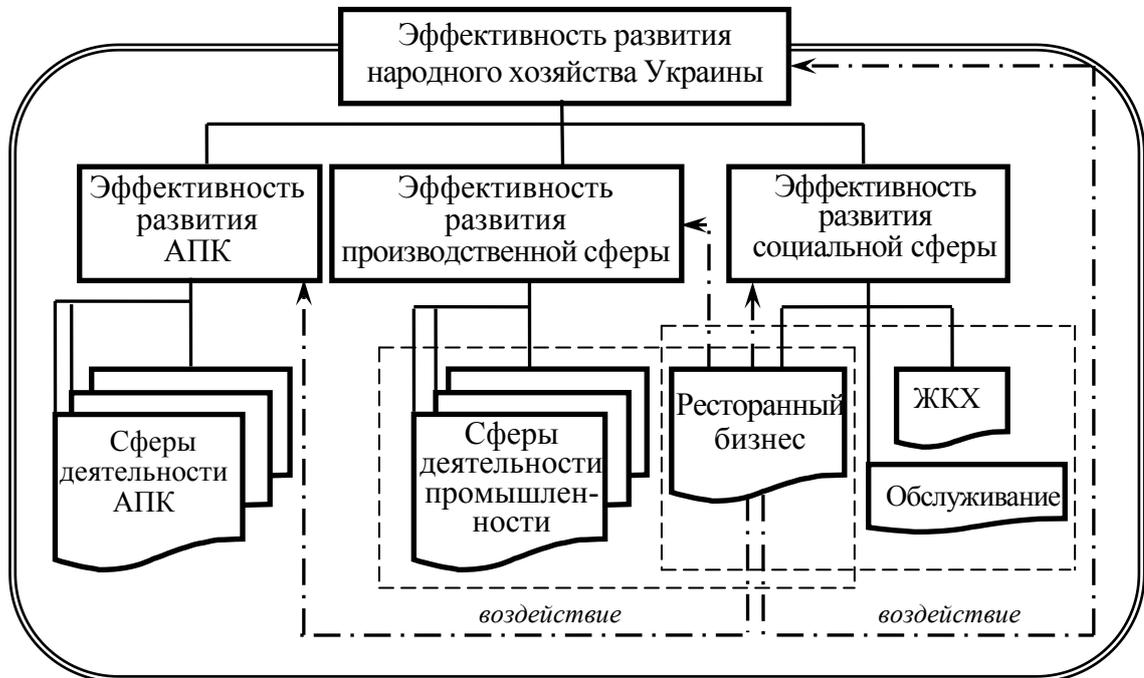


Рисунок 5.1 – Схема формирования эффективности развития народного хозяйства с учетом развития ресторанного бизнеса

В рыночной экономике первичным критерием эффективности выступает доход, полученный на единицу затрат или ресурсов при высоком качестве продукции и услуг с обеспечением их конкурентоспособности.

Эффективность управления развитием ресторанного бизнеса проявляется в единстве аспектов двух уровней – звена организованного общественного производства (социальный аспект) и относительно обособленного производителя (экономический аспект). Социальный аспект эффективности отвечает, в целом, народнохозяйственному, а экономический – отраслевому уровню ее проявления. Этим и определяется приоритетность в рыночных условиях социального аспекта данной сферы экономики. Соответственно, показатели социально-экономической эффективности развития ресторанного бизнеса будут характеризовать результативность управления развитием при выполнении основного назначения сферы деятельности – наиболее полного

удовлетворения потребностей в разнообразных продукции и услугах питания при одновременном обеспечении высокой народнохозяйственной эффективности. То есть результаты социальной деятельности ресторанного бизнеса (его социальная эффективность) получают экономическое подтверждение.

Соответственно уровням должны использоваться соответствующие показатели социально-экономической эффективности. Однако это не означает, что все они должны определяться на основе разных исходных данных. Как правило, это вызвано простым отсутствием необходимой экономической информации. Прежде всего, в систему закладывается идея преемственности и взаимосвязи показателей различных уровней. Используются исходные социально-экономические критерии (эффекты и затраты), которые базируются на предложенной системе показателей результативности управления развитием ресторанного бизнеса (раздел 2.2). При этом экономическая эффективность будет количественной, а социальная – качественной характеристиками.

Проанализировав существующие подходы и учитывая особенности ресторанного бизнеса, сформированная авторская система показателей социально-экономической эффективности развития ресторанного бизнеса (рис. 5.2), которая позволяет определять эффективность на уровне предприятия, отрасли, региона, страны и включает следующие группы: специальные показатели, показатели выпуска продукции и услуг, показатели затрат и показатели результативности деятельности. В отличие от существующих, предложенная система показателей социально-экономической эффективности развития ресторанного бизнеса одновременно характеризует специфические условия его функционирования, фактическую результативность деятельности, решение стратегических и тактических задач на стадиях мониторинга, оценки и анализа на разных уровнях управления с учетом влияния факторов среды в современных условиях и способствует комплексной оценке статичности и динамики изменений эффективности развития ресторанного бизнеса. Кроме того, предложенная система удовлетворяет следующим требованиям:

достоверность результатов определения фактической социально-экономической эффективности обеспечивается показателями, учет которых ведется на предприятии; показатели и используемые методики просты и понятны, опираются на действующие положения и инструкции, учитывают специфику деятельности ресторанного бизнеса.

Определение социально-экономической эффективности развития ресторанного бизнеса является процессом, который постоянно осуществляется на базе мониторинга, оценки и анализа. При этом объектами могут выступать отдельное предприятие, заведения конкретного рыночного сегмента или ресторанный бизнес в целом, что определяется целями и задачами исследования.

Цель мониторинга состоит в постоянном и систематическом наблюдении за развитием ресторанного бизнеса (включая предприятия и рыночный сегмент) на основе доступных (имеющихся на предприятии, без дополнительных расчетов) показателей для своевременного выявления отклонений от намеченных направлений деятельности. Основным требованием мониторинга является простота, доступность и достоверность данных (показателей).

Задача оценки заключается в получении ясных, наглядных, по возможности однозначно определяемых критериев социально-экономической эффективности, на основании которых принимаются обоснованные решения по управлению развитием ресторанного бизнеса.

Целью анализа выступает всестороннее и комплексное изучение различных аспектов эффективности функционирования ресторанного бизнеса. Поэтому аналитический блок показателей является наиболее многоуровневым и сложным по сравнению с другими.

Деление показателей на мониторинговые, оценочные и аналитические носит в некоторой степени условный характер. Потому что контроль изменения эффективности в ресторанном бизнесе (на любом уровне управления) должен быть постоянным. В рамках мониторинга предполагается использовать показатели, которые отличаются легкостью обобщения, простотой расчетов и высокой репрезентативностью.



Рисунок 5.2 – Система показателей социально-экономической эффективности развития ресторанного бизнеса

Оценка эффективности развития будет осуществляться с использованием показателей, которые являются однозначными, что сводит к минимуму возможность противоречивости результатов. Это позволяет сформировать систему определенных ограничений при принятии управленческих решений относительно развития ресторанного бизнеса.

Поскольку анализ социально-экономической эффективности развития ресторанного бизнеса направлен на всестороннее и комплексное изучение различных аспектов эффективности, то показатели, которые использованы для этой цели являются наиболее сложными по расчетам и многоуровневыми по сравнению с мониторинговыми и оценочными.

Специальные показатели оценки социально-экономической эффективности развития ресторанного бизнеса указывают на особые условия функционирования и подчеркивают специфику данного сектора экономики. Показатели выпуска продукции и услуг характеризуют непосредственно результаты производственной деятельности предприятий ресторанного бизнеса. Показатели конечных результатов деятельности отражают степень выполнения задач с точки зрения влияния на общее благосостояние потребителей и развитие экономики Украины. Однако не все предложенные показатели отображаются в статистической отчетности. Некоторые из них учитываются только на уровне предприятия и далеко не каждого, что и представляет определенную сложность для исследования. Отмеченное вызывает необходимость совершенствования системы отчетности, предоставляемой в статистические управления, и обуславливает многоуровневость в оценке социально-экономической эффективности развития ресторанного бизнеса.

Подчеркивают специфику деятельности ресторанного бизнеса и характеризуют результативность управления его развитием следующие показатели: увеличение численности потребителей, которые пользуются услугами предприятий; рост свободного времени населения вследствие пользования услугами ресторанного бизнеса; повышение производительности труда работников различных сфер деятельности при увеличении объема предлагаемых услуг ресторанного бизнеса,

объемы деятельности ресторанного бизнеса в торгово-производственном комплексе, динамика изменения соотношения темпов изменения сети и уровня здоровья населения (численности населения, свободного времени и т.п.) и др.

Так, увеличение численности населения, пользующегося услугами ресторанного бизнеса, характеризует процесс его перехода к организации питания вне дома (то есть способствует сокращению времени на домашнее приготовление пищи), что повышает социально-экономическую эффективность. Абсолютный показатель выражается количеством населения, которое пользуется услугами ресторанного бизнеса. Относительный – характеризует степень охвата населения услугами ресторанного бизнеса и рассчитывается по формуле:

$$O = N_0 * 100 / N, \% , \quad (5.4)$$

где  $N_0$  – численность населения, которое пользуется услугами ресторанного бизнеса;  $N$  – общая численность населения всего (страна, регион, область, город).

В современной статистике отсутствует показатель, позволяющий определить численность населения пользующегося услугами ресторанного бизнеса. Поэтому с определенной долей условности о нем можно судить по доле товарооборота ресторанного бизнеса в розничном товарообороте продовольственными товарами (табл. 5.1).

Таблица 5.1 – Динамика изменения показателей, характеризующих охват населения услугами ресторанного бизнеса

Годы	Население, млн. чел.	Уд. вес товарооборота ресторанного бизнеса в товарообороте торговли продовольственными товарами, %	Численность населения, пользующегося услугами ресторанного бизнеса, млн. чел.*
1	2	3	4
2000	48,5	14,0	6,79
2001	48,5	14,7	7,13
2002	48,0	14,5	6,96
2003	47,6	13,1	6,24
2004	47,3	11,9	5,63
2005	46,9	10,9	5,11

Продолжение таблицы 5.1

1	2	3	4
2006	46,6	10,5	4,89
2007	46,4	10,5	4,87
2008	46,1	10,0	4,61
2009	46,0	8,8	4,05
2010	45,8	8,6	3,94
2011	45,6	8,3	3,79
2012	45,6	7,8	3,56
2013	45,4	7,3	3,31
2014	42,9	6,0	2,57

\* Рассчитано по данным [217, с. 9; 252, с. 171, 152; 255, с. 271-273; 257, с. 255, 259, 320]

Приведенные данные свидетельствуют о том, что охват населения услугами ресторанного бизнеса за исследуемый период имеет стабильную тенденцию к снижению. Это характеризует сохраняющуюся тенденцию перехода населения от питания в ресторанном бизнесе к организации питания в домашних условиях, то есть полученный социально-экономический эффект имеет отрицательное значение. Однако рассчитанный показатель охвата населения услугами ресторанного бизнеса, как уже отмечалось, имеет некоторую условность, обусловленную объективными причинами – отсутствием соответствующей статистической информации.

Важным показателем социально-экономической эффективности развития ресторанного бизнеса является время, затрачиваемое на приготовление пищи в домашних условиях. Так, согласно расчетам С. Г. Струмилина в 20-е гг. XX ст. в среднем все работающие в семье тратили на приготовление пищи в сутки 1,37 ч. [260]. В общественной столовой эти затраты намного меньше (в среднем они составляют  $\approx 21\%$  времени, затрачиваемого в домашних условиях), т.е. немногим более 20 мин. По расчетам В. М. Ройзмана благодаря организованному питанию ежегодно экономия общественного времени в 1970-1974 гг. составляла около 5 млрд. ч. или 19,56 ч. на 1 человека в год [215, с. 13].

В 1987 г. расходы на домашнее приготовление пищи составляли 0,97 ч. в год в среднем на одного человека [рассчитано автором по данным 98]. В 1990 г.

в Донецкой области в целом затраты на домашнее приготовление пищи возросли на 16,0% и достигли 1,13 ч. [рассчитано автором по данным 272, с. 90].

Сегодня просчитать затраты времени на домашнее приготовление пищи не представляется возможным по причине отсутствия каких-либо данных. Тем не менее, исходя из авторских наблюдений в современных экономических условиях ситуация по-прежнему не в пользу ресторанного бизнеса. Развитие данной сферы деятельности не способствует увеличению потребления населением услуг ресторанного бизнеса по вполне объективным социально-политическим и экономическим причинам. Что, соответственно, увеличивает затраты на домашнее приготовление пищи и не высвобождает время на саморазвитие человека. Основной причиной является высокая стоимость этих услуг на фоне отсутствия среднего класса потребителей и наличие небольшого количества потребителей с высоким уровнем доходов. Последние же совсем не спешат отказываться от домашнего питания из-за несоответствия качества и количества услуг, предлагаемых предприятиями ресторанного бизнеса, запросам и цене. И даже не смотря на полное отсутствие информации о бюджете времени населения в официальной статистике, по социологическим опросам, проведенным автором лично на предприятиях ресторанного бизнеса в период 2005-2014 гг., можно с уверенностью утверждать о сокращении численности потребителей, которые пользуются услугами ресторанного бизнеса, что, соответственно, свидетельствует о снижении социально-экономической эффективности этих предприятий. Отмеченное, безусловно, подтверждает недостаточно интенсивное развитие данной сферы экономики.

Преимуществом приведенного показателя следует считать его возможность применения, как на уровне предприятия, так и на уровне объединения или всего ресторанного бизнеса в целом.

Одним из проявлений социально-экономического эффекта развития ресторанного бизнеса выступает рост производительности труда. Эффективность процесса развития ресторанного бизнеса характеризуется также и другими расчетными показателями (табл. 5.2). Как видно из таблицы 5.2, в современных социально-

политических условиях наблюдается тенденция роста таких показателей как товарооборот на одного человека, выработка на одного работника предприятия и других. Однако на этом фоне эффективность развития ресторанного бизнеса в соотношении с произведенным ВВП после 2005 г. характеризуется постоянным снижением. Сокращение удельного роста ВВП на одного человека в Украине наблюдается несколько позже – с 2008 г., но по состоянию на 01.01.2015 г. оно достигло 37,1%. Все сказанное объясняется в целом сложной социально-политической и экономической ситуацией в стране и, соответственно, не высокой социально-экономической эффективностью развития ресторанного бизнеса.

Таблица 5.2 – Динамика изменения показателей социально-экономической эффективности развития ресторанного бизнеса \*

Годы	Товарооборот на 1 чел. (сопост.), тыс. грн.	Товарооборот на 1 работника (сопост.), тыс. грн.	ВВП на человека (сопост.), тыс. грн	Уд. рост ВВП на 1 чел., %	Эффективность развития ресторанного бизнеса (сопост.) (ВВП/товарооборот) %
2000	43,2	28,8	2,7	100,0	12,0
2001	52,2	31,9	3,8	140,7	13,2
2002	57,7	29,3	4,7	123,7	16,0
2003	63,1	30,9	5,3	112,8	18,1
2004	74,5	35,8	6,7	126,4	20,3
2005	92,3	70,5	8,3	123,9	26,2
2006	111,7	85,4	10,6	127,7	16,5
2007	141,2	105,8	13,8	130,2	14,7
2008	181,8	126,8	16,4	118,8	16,2
2009	176,2	142,8	17,1	104,3	13,9
2010	207,6	177,4	21,6	126,3	13,3
2011	249,4	220,3	26,4	122,2	12,9
2012	275,4	269,7	30,7	116,3	11,5
2013	284,9	291,6	32,1	104,6	11,0
2014	253,7	230,1	29,9	93,1	14,5

\* Рассчитано по данным [255, с. 30, 265; 257, с. 31, 243]

Степень эффективности развития ресторанного бизнеса характеризует и показатель – доля товарооборота ресторанного бизнеса в розничном товарообороте торговли (рис. 5.3). Наблюдается постепенное снижение эффективности ресторанного

бизнеса, особенно в 2014 г., когда темп сокращения удельного веса товарооборота ресторанного бизнеса в товарообороте торговли продовольственными товарами достиг (-17,8%), против (-6,4)% и (-6,0)% в 2013 и 2012 гг. соответственно. Это объясняется тем, что сегодня доля населения, пользующегося услугами ресторанного бизнеса, постоянно сокращается. При этом в расчете на 1 чел. в год товарооборот ресторанного бизнеса в сравнимых ценах планомерно увеличивается (исключение составил 2014 г. по вполне объективным причинам). При необходимости данный показатель можно рассматривать в разрезе городов, областей, регионов и страны в целом.

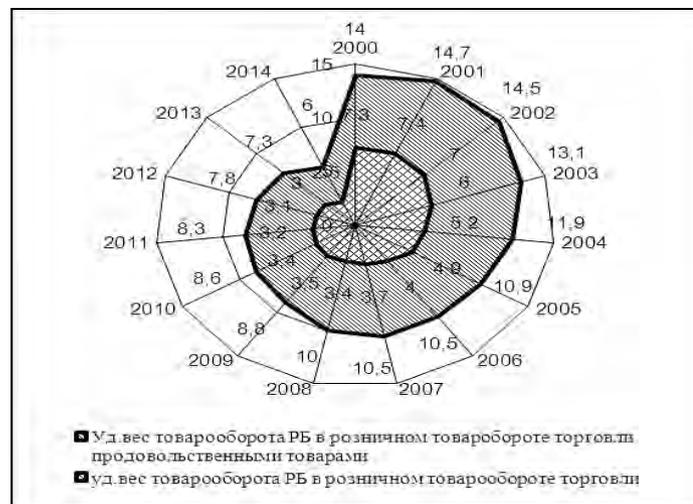


Рисунок 5.3 – Динамика изменения удельного веса товарооборота ресторанного бизнеса в товарообороте торговли

Наряду со сложившейся ситуацией, еще одной причиной сокращения количества потребителей, пользующихся услугами ресторанного бизнеса, является постоянный рост цен на продукты питания, что, соответственно, увеличивает себестоимость произведенной продукции и предлагаемых услуг.

Анализ динамики изменений потребительских цен позволяет констатировать стабильность тенденции роста индекса цен (рис. 5.4). За период 2000-2014 гг. рост цен составил 133,6% (в среднем более 8% в год), что, естественно, не могло не сказаться на эффективности деятельности ресторанного бизнеса и уровне его развития.

Также эффективность процессов развития ресторанного бизнеса в некоторой степени отображается соотношением динамики темпов изменения доходов населения и товарооборота ресторанного бизнеса (рис. 5.5).

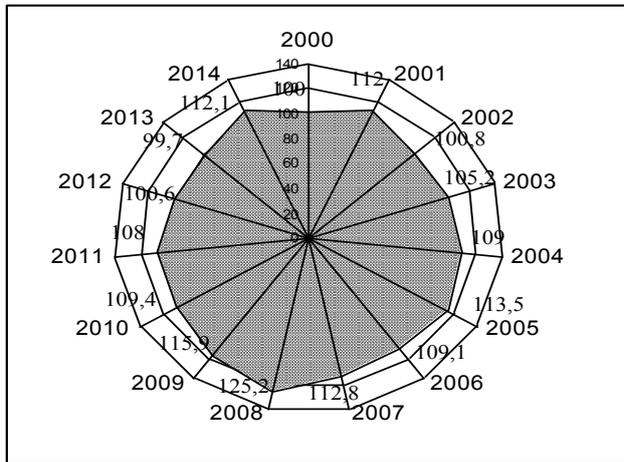


Рисунок 5.4 – Динамика изменения уровня потребительских цен в Украине

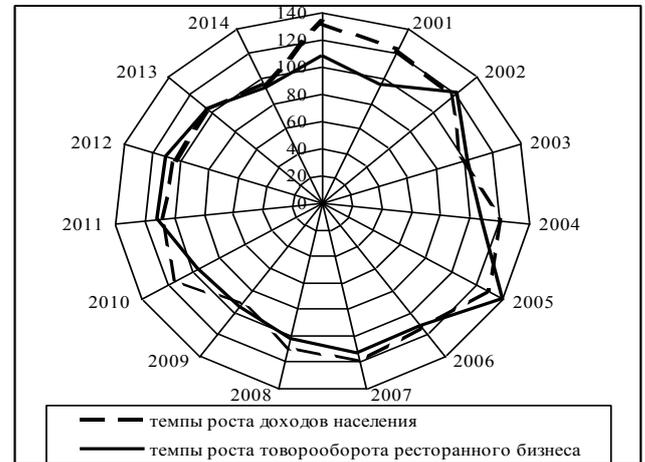


Рисунок 5.5 – Темпы изменения доходов населения и товарооборота ресторанного бизнеса

Диаграмма на рис. 5.5 иллюстрирует изменение доходов населения более быстрыми темпами, чем изменение товарооборота ресторанного бизнеса. Это свидетельствует о том, что население отдает предпочтение домашней организации питания вследствие высоких темпов роста цен на продукты питания. И как следствие, эффективность развития ресторанного бизнеса характеризуется соответствующими низкими значениями. Одновременно снижаются совокупные расходы населения на приобретение продовольственных товаров (включая питание на предприятиях ресторанного бизнеса, алкогольные напитки и табачные изделия) (табл. 2.4). Однако пока эти расходы достаточно велики и составляют более 50% в общих доходах населения. Удельный вес товарооборота ресторанного бизнеса в совокупных доходах населения также снижается по сравнению с ростом удельного веса заработной платы в совокупном доходе, а ежегодные темпы прироста имеют отрицательное значение. Это подчеркивает, что ресторанный бизнес за период

перестройки и становления нового государства потерял свои приоритеты и «сдал» позиции, которые были заняты в период до 1986 г. включительно.

На современном этапе ресторанный бизнеса пытается активно «включиться» в процесс ускоренного развития, но пока еще не достигнут уровень 1986 г. Основная причина заключается в том, что пока нет достаточно весомых аргументов у потребителей в пользу замены домашнего питания питанием на предприятиях ресторанного бизнеса. Вместе с тем возрастает доля товарооборота розничной торговли в ВВП, что подчеркивает факт увеличения реализации товаров через торговую сеть, и сокращение объемов реализации через сеть ресторанного бизнеса (рис. 5.6).

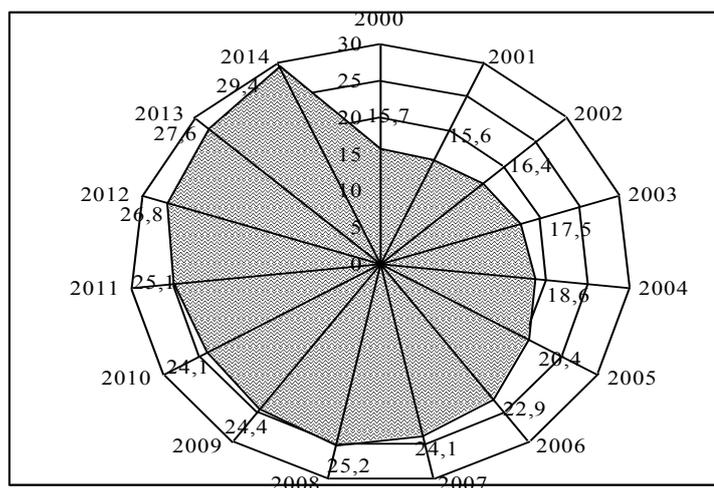


Рисунок 5.6 – Изменение удельного веса товарооборота розничной торговли в ВВП

В определенной степени иллюстрирует социально-экономическую эффективность развития ресторанного бизнеса динамика изменения товарооборота на одного человека, в целом подтверждает ее положительную тенденцию, как в стране, так и в Донецкой области (прил. Д, табл. Д.2). Разная скорость изменений в Донецкой области и в Украине свидетельствует о более интенсивных трансформационных процессах в промышленно развитом регионе не только в производственной инфраструктуре, но и в ресторанном бизнесе.

Показатель охвата услугами выступает показателем, который характеризует уровень привлекательности ресторанного бизнеса, степень удовлетворения спроса потребителей, а также подчеркивает его постоянное развитие. Изменение уровня охвата населения услугами ресторанного бизнеса отображает процесс перехода населения от индивидуально организованной формы приготовления и потребления пищи к обобществленной. Степень охвата населения услугами питания чаще всего оценивается показателем доли потребителей, которые пользуются его услугами в общей численности населения.

Вместо показателя охват населения услугами в современных условиях целесообразно использовать следующие показатели: обеспеченность населения сетью и местами на одного жителя, подчеркивающие изменение социальной значимости предприятий питания среди населения. Увеличение данных показателей на конкретное число жителей является подтверждением положительного результата – развития ресторанного бизнеса.

Период становления нового государства и до настоящего времени еще продолжается и характеризуется активными трансформационными изменениями. Отдельные ошибки в развитии вызвали тенденцию сокращения численности населения, количества предприятий ресторанного бизнеса и числа мест на них. Установившаяся тенденция обусловила дальнейший рост нагрузки на одно предприятие и на одно место, а в связи с этим возникновение определенной напряженности в процессе предоставления услуг в ресторанном бизнесе и снижение их качества.

При сохраняющейся тенденция сокращения численности постоянного населения в стране, а также уменьшения количества предприятий и числа мест на них, темпы изменения и сети, и мест остаются достаточно существенными. Эти показатели в современных условиях характеризуют происходящие изменения в ресторанном бизнесе, подчеркивают наличие определенных сдвигов в сознании потребителей по вопросу целесообразности замены домашнего питания питанием в ресторанном бизнесе. Таким образом, уже сегодня в наличии есть реальные

свидетельства роста социальной значимости предприятий ресторанного бизнеса (табл. 5.3).

Таблица 5.3 – Динамика показателей, влияющих на социальную эффективность развития ресторанного бизнеса\* (% к предыдущему году)

Годы	Темпы роста				
	численности населения	количества предприятий	числа мест на предприятиях	нагрузки на одно предприятие	нагрузки на одно место на предприятии
2000	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
2001	100,0	96,7	96,6	108,9	111,9
2002	99,2	95,6	96,4	123,4	119,7
2003	99,2	94,4	96,3	146,5	143,4
2004	99,4	96,5	98,6	112,3	109,5
2005	99,2	97,8	99,9	112,3	110,0
2006	99,6	98,2	99,3	123,7	122,0
2007	99,4	97,9	99,6	129,3	127,5
2008	99,6	95,4	97,7	133,4	130,2
2009	99,8	96,0	99,0	112,8	109,4
2010	99,6	97,5	98,5	107,1	106,1
2011	99,6	97,9	97,7	122,6	122,7
2012	100,0	94,4	97,6	117,2	113,4
2013	99,6	99,9	96,7	111,2	105,8
2014	94,5	95,4	94,2	90,7	89,7

\* Рассчитано по данным [217, с. 152, 154; 221, с.113-115; 222, с. 250, 320, 340; 251, с. 291, 292, 327; 253, с. 285, 338;]

Показатели социально-экономической эффективности развития ресторанного бизнеса будут иметь практическое значение, если они непосредственно будут связаны с системами учета, прогнозирования и планирования. Из-за ограниченности показателей системы учета в рыночных условиях приходится исходить из тех, которые отражаются в официальной статистике. Так, подтверждают эффективность развития ресторанного бизнеса такие показатели, как товарооборота ресторанного бизнеса на одну грн. заработной платы работников в сравнении с ВВП на одну грн. заработной платы и интенсивность изменений отмеченных показателей (табл. 5.4).

Таблица 5.4 – Изменение показателей экономической эффективности развития ресторанного бизнеса\*

Годы	ВВП на одну грн. заработной платы, млн. грн	Товарооборот РБ на одну грн. заработной платы, млрд. грн.	Интенсивность изменения ВВП на одну грн. заработной платы, единиц	Интенсивность изменения товарооборота РБ на одну грн. заработной платы, единиц
2000	739,4	9,1	0,74	0,44
2001	656,4	8,1	0,88	0,89
2002	600,0	7,4	0,94	0,9
2003	578,3	6,5	0,96	0,88
2004	585,3	6,0	1,01	0,91
2005	547,6	5,4	0,93	0,89
2006	522,5	5,0	0,95	0,93
2007	533,4	4,8	1,02	0,96
2008	524,9	4,6	0,98	0,96
2009	479,2	4,3	0,91	0,91
2010	500,4	3,9	1,04	0,91
2011	512,4	4,0	1,02	1,02
2012	472,2	3,8	0,94	0,96
2013	466,3	3,9	0,96	1,02
2014	450,2	3,1	0,96	0,79

\* Рассчитано по данным [217, с. 99; 251, с. 25, 277, 387, 392; 253, с. 26, 285, 402; 257, с. 31, 250]

Данные таблицы 5.4 свидетельствуют о том, что по состоянию на 01.01.2011 г. темпы роста ВВП на одну грн. заработной платы сохраняли лидирующую позицию по сравнению с темпами изменения товарооборота ресторанного бизнеса на одну грн. заработной платы. Однако на 01.01.2014 г. ситуация меняется в сторону увеличения скорости изменений последнего. Это подчеркивает то, что эффективность развития остается по-прежнему низкой, несмотря на некоторые наметившиеся положительные тенденции в развитии, что обусловлено объективными изменениями, происходящими в экономике страны и степенью влияния факторов внешней среды.

Таким образом, эффективность процесса развития ресторанного бизнеса обеспечивается соответствующим функционированием организационно-экономического механизма управления его развитием, направленного на интеграцию всех параметров роста, целенаправленное влияние на разно уровневые и разнонаправленные

факторы развития, создание внешних и внутренних условий, которые позволяют обеспечить долгосрочный и устойчивый рост показателей.

В авторскую систему показателей эффективности развития ресторанного бизнеса включены показатели, которые отображают социальные и экономические условия формирования интенсивности и характера развития в условиях выполнения основных функций управления на основе прогнозирования, планирования, мотивации, моделирования и контроля, сопоставимых в разных временных периодах.

Предложенная система показателей социально-экономической эффективности развития ресторанного бизнеса отвечает следующим условиям: учитывает наиболее реальные социально-экономические результаты деятельности ресторанного бизнеса, что способствует комплексной оценке; показатели достаточно просты и репрезентативны, максимально отображают исследуемое явление; система сбалансирована по спектру анализируемых результатов деятельности предприятия и не содержит дублирования показателей; предоставляет возможность определения социально-экономической эффективности ресторанного бизнеса по информации, которая есть в наличии. Система кроме показателей эффективности производства продукции и услуг, включает показатели, подчеркивающие особые условия функционирования ресторанного бизнеса и конечную результативность деятельности.

## **5.2. Экономико-математическое моделирование управления развитием ресторанного бизнеса**

Процесс моделирования предполагает получение и обработку информации об объектах, которые взаимодействуют между собой под влиянием внешнего окружения. Объект изучения выступает оригиналом, а объект, исследуемый вместо оригинала для изучения определенных свойств, представляет собой непосредственно модель.

Модель объекта исследования способна замещать его таким образом, что ее изучение позволяет получить новую информацию об объекте. Математическая модель, соответственно, представляет совокупность математических соотношений. Изучая систему как объект рассматривают, как правило, модель системы, которая ее описывает (оригинал объекта исследования), и которая отображает определенную группу ее свойств. Детализация модели обуславливает углубление ее описания до нужной степени.

В процессе моделирования осуществляется использование сформированных моделей для определения или уточнения характеристик и оптимизации способов построения объектов, которые вновь конструируются.

Идея моделирования лежит в основе любого метода научного исследования. При этом в теоретических методах используют разнообразные знаковые, абстрактные модели, а в экспериментальных – предметные модели [282, с. 9]. Процесс моделирования выступает процессом перехода из реальной области в виртуальную (модельную) с помощью формализации, дальнейшего изучения модели (собственно моделирование) и, в конце концов, интерпретации результатов как обратный переход из виртуальной области в реальную. Этот путь заменяет прямое исследование объекта в реальной области, то есть интуитивное решение задачи. Таким образом, базовый вариант технологии моделирования имеет в виду существование 3-х основных этапов: формализация, моделирование, интерпретация (рис. 5.7).

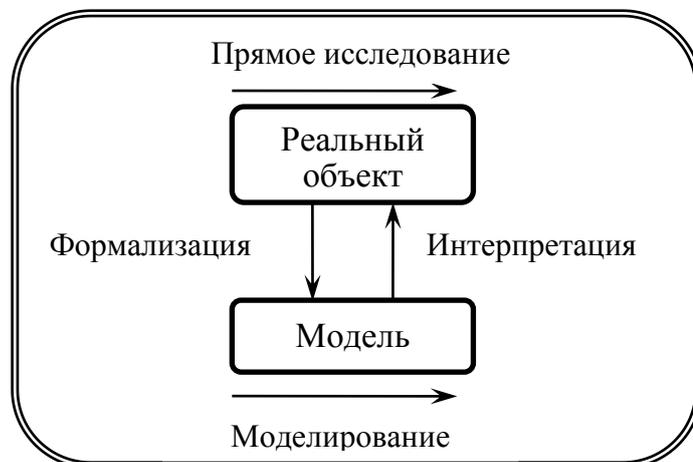


Рисунок 5.7 – Процесс моделирования (базовый вариант)

Становление и развитие рыночных отношений побуждает субъектов ресторанного бизнеса перестраивать свою производственно-торговую деятельность с целью выживания, стабилизации и последующего устойчивого развития. При этом для подавляющего большинства субъектов хозяйствования актуальным является поиск рыночных возможностей развития, поскольку ориентация на традиционную продукцию и услуги, традиционные методы организации их производства, реализации и организации потребления в условиях быстрых изменений среды функционирования является бесперспективным и не может обеспечить устойчивого роста.

Решение данной проблемы невозможно без создания системы целенаправленного поиска и выбора наиболее благоприятных для конкретных предприятий ресторанного бизнеса в существующих условиях направлений устойчивого развития. Для ориентации спроса на обеспечение в конечном итоге целей устойчивого сбалансированного развития, необходимо учитывать место факторов, которые оказывают влияние на развитие в общем представлении потребителей о товаре и осуществлении ими соответствующего выбора. На уровне предприятий ресторанного бизнеса для этого уместно использование для прогнозирования многомерных регрессионных моделей, которые позволяют установить зависимость по статистическим данным, которые имеются в наличии на конкретный момент времени. Выбор факторов, которые принимают участие в процессе развития предприятия питания для управления самим процессом развития, определяется степенью зависимости. Чем ближе коэффициент корреляции к 1 или (-1), тем сильнее эта зависимость и тем ближе последняя к линейной.

Так, корреляционная матрица, составленная с использованием данных выборки принятых для исследования предприятий ресторанного бизнеса Донецкой области показывает, что наиболее тесная линейная зависимость существует между товарооборотом ( $x_1$ ), оборотом по продукции собственного производства ( $x_2$ ), численностью работников ( $x_3$ ), себестоимостью продукции и услуг ( $x_5$ ) (прил. Н, табл. Н.1).

Исходя из результатов произведенных расчетов удельный вес значимых коэффициентов составляет только 19%, при критическом значении коэффициента корреляции равным 0,691. Другие же значения корреляции, которые приближаются к нулю, свидетельствуют о зависимости нелинейного характера. При рассмотрении зависимости параметра не от одного, а от нескольких факторов (что в нашем случае более всего целесообразно), уравнение регрессии будет иметь вид:

$$y = a_1x_1 + a_2x_2 + a_3x_3 + a_4x_4 + a_5x_5 + a_6x_6 + b \quad (5.5)$$

С учетом рассчитанных чисел  $a_1, a_2, \dots, a_6$  и  $b$  с помощью Демо-версии программного продукта STADIA 7.0 уравнение приобретает вид:

$$y = 1,052x_1 - 0,7929x_2 - 0,3282x_3 + 0,6491x_4 + 0,1356x_5 + 0,4106x_6 - 1,962 \quad (5.6)$$

где  $x_1, x_2, x_3, x_4, x_5, x_6$  – переменные (уровень качества продукции и услуг, товарооборот на одно место, товарооборот на одного работника, товарооборот на одно предприятие, средняя заработная плата на одного работника, уровень продукции собственного производства в товарообороте предприятия соответственно).

Для подтверждения реальности каузальных методов прогнозирования для исследуемых предприятий ресторанного бизнеса Донецкой области с использованием программных продуктов рассчитаны экономико-математические модели, которые представлены в прил. Н, табл. Н.2.

Используя регрессионные модели, реальным становится оптимизация взаимозависимых показателей развития предприятий ресторанного бизнеса Донецкой области, выбранных для нашего исследования (табл. 5.5).

Таблица 5.5 – Прогнозные данные основных показателей развития предприятий ресторанного бизнеса Донецкой области в 2008 г. и на 2016 г.

Предприятие	Товарооборот предприятия питания, тыс. грн.		Удельный вес оборота по продукции собственного производства, %	Оборот по продукции собственного производства, тыс. грн.	
	2008 г.	2016 г.		2008 г.	2016 г.
1	2	3	4	5	6
Ресторан «Африка»	983,0	1059,0	54,98	540,5	582,2

## Продолжение таблицы 5.5

1	2	3	4	5	6
Ресторан «Корсар»	1027,0	1133,0	58,52	601,0	663,0
Кафе «Кактус»	667,0	893,4	54,83	365,7	489,9
Кафе «Этуаль»	363,7	392,3	60,61	220,4	237,8
Кафе «Розовая пантера»	1100,0	1111	57,47	632,17	638,5
Кафе «Буфет»	416,5	549,5	56,9	237,0	312,7
Ресторан «Малиновка»	454,5	457,5	47,58	216,3	217,7
Кафе «Латинский квартал»	1736,9	1811,6	50,32	874,0	911,6

Аналогичным образом произведены расчеты валового дохода и чистой прибыли для выбранной совокупности предприятий (табл. 5.6).

Таблица 5.6 – Прогнозные данные для предприятий ресторанного бизнеса Донецкой области по валовому доходу и чистой прибыли в 2008 г. и на 2016 г.

Предприятия	Удельный вес ВД в товарообороте, %	Удельный вес чистой прибыли в товарообороте, %	тыс. грн.			
			валовой доход		чистая прибыль	
			2008 г.	2016 г.	2008 г.	2016 г.
Ресторан «Африка»	79,78	22,57	784,2	820,0	221,9	239,0
Ресторан «Корсар»	78,66	24,24	807,8	891,2	248,9	274,6
Кафе «Кактус»	87,83	19,06	585,8	784,7	127,1	170,3
Кафе «Этуаль»	77,03	24,87	280,2	302,2	90,5	97,6
Кафе «Розовая пантера»	76,8	16,07	844,8	853,2	176,8	178,5
Кафе «Буфет»	83,6	16,6	348,2	459,4	69,1	91,2
Ресторан «Малиновка»	81,66	19,98	371,1	373,6	90,8	91,4
Кафе «Латинский квартал»	77,74	24,61	1350,3	1408,3	427,5	445,8

Можно использовать метод скользящей средней в прогнозировании развития ресторанного бизнеса, тогда для общего случая расчетная формула будет иметь вид:

$$f_k = \frac{x_{k-N} + x_{k-N+1} + \dots + x_{k-1}}{N}, \quad (5.7)$$

или

$$f_k = \frac{1}{N} \sum_{i=1}^N x_{k-i}, \quad (5.8)$$

где  $x_{k-i}$  – реальное значение показателя в момент времени  $t_{k-i}$ ;

$N$  – число предыдущих моментов времени, используемых в расчетах;

$f_k$  – прогноз на момент времени  $t_k$ .

Выполненные таким образом расчеты представлены в табл. Р.1, прил. Р. Полученные результаты характеризуются ростом товарооборота достаточно высокими темпами, чем реальные данные, при условии наиболее полного учета действия факторов среды. Это подтверждает возможность применения данного метода при прогнозировании и планировании результатов деятельности ресторанного бизнеса и обуславливает поиск путей учета влияния непостоянных факторов среды.

Характер изменений реальных и рассчитанных прогнозных данных отличается относительно параллельным их ростом. Причем большие значения рассчитанных прогнозных результатов объясняются объективными причинами, а именно: динамизмом факторов внешней среды, которые влияют на текущую деятельность и корректируют, соответственно, реальные результаты, но они не были учтены во время организации фактической деятельности предприятий ресторанного бизнеса в конкретный период времени.

Содержание прогнозирования с применением скользящей средней основано на том, что влияние принятых в расчетах показателей окажется более сильным для «последних» (наиболее близких к прогнозному периоду) данных. И, наоборот, слабее при использовании наиболее отдаленных.

Метод экспонентного сглаживания позволяет учесть отклонение предварительного прогноза от реального показателя и рассчитывается по формуле:

$$f_k = f_{k-1} + \alpha(x_{k-1} - f_{k-1}), \quad (5.9)$$

где  $\alpha$  – постоянная сглаживания.

Современная ситуация в экономике обуславливает необходимость корректировки расчетных данных и введения коэффициента, который учитывает стабильность системы развития с учетом факторов среды. Для чего рекомендован к применению коэффициент интенсивности развития ( $I_p$ ), который рассчитывается по формуле:

$$I_p = \Delta RДП / \Delta RДРБ \quad (5.10)$$

где  $\Delta RDP$  – изменение конечных результатов деятельности предприятия питания (ресторанного бизнеса в конкретном временном периоде по регионам);

$\Delta RDRB$  – изменение конечных результатов деятельности ресторанного бизнеса.

С учетом данного коэффициента формула для расчета прогноза методом экспонентного сглаживания будет иметь вид:

$$f_k = I_p (f_{k-1} + \alpha(x_{k-1} - f_{k-1})). \quad (5.11)$$

Таким образом, учитывая уже рассчитанные прогнозные показатели и их отклонение от реальных, получаем несколько иную, чем в предыдущем методе, картину поведения (прил. Р., табл. Р.2) и скорость роста товарооборота оказалась выше, чем в предыдущем методе. Наблюдается постепенный рост конечных результатов деятельности ресторанного бизнеса Донецкой области с учетом степени влияния факторов внешней среды и фактической интенсивности развития.

Выявление весомых факторов развития ресторанного бизнеса целесообразно осуществлять на основе системной динамики, а именно: с помощью средств имитационного моделирования. Последние позволяют наиболее полно отразить сущность финансово-инвестиционных процессов, определяя накопление в виде уровней; финансовые и товарные потоки, которые перемещают содержимое от одного уровня к другому в виде темпов, а также возможности задания множества параметров, которые характеризуют состояние внешней и внутренней среды [282, с. 159-162].

Построение имитационной модели предполагает: 1) содержательное описание объекта моделирования; 2) разработку концептуальной модели объекта моделирования; 3) формализацию концептуальной модели; 4) описание собственно имитационной модели; 5) программирование и настройка модели; 6) испытание и исследование модели; 7) эксплуатацию модели; 8) интерпретацию результатов моделирования.

С целью наиболее адекватного построения модели был дополнительно проведен анализ финансово-инвестиционных процессов предприятий ресторанного бизнеса, что и определило вид концептуальной модели моделируемого объекта. В процессе анализа выделены основные уровни и вспомогательные переменные,

представленные на рис. 5.8. Для построения модели необходимо также определить значение ряда переменных (прил. Р, табл. Р.3).



Рисунок 5.8 – Концептуальная модель анализа динамики развития предприятий ресторанного бизнеса

Формирование уровней имитационной динамической модели описывается следующими дифференциальными уравнениями [311]:

1. Для модели прогнозирования уровня накопления капитала предприятий ресторанного бизнеса:

а) динамика накопления капитала исследуемых предприятий ресторанного бизнеса:

$$\frac{dK}{dt} = P(t) - Z(t), \quad (5.12)$$

где  $P(t)$  – изменение прибыли во времени, тыс. грн.,

$Z(t)$  – изменение расходов во времени, тыс. грн.

б) динамика изменения уровня жизни, как фактор влияния на спрос на услуги предприятий ресторанного бизнеса:

$$\frac{dYZ}{dt} = D(t) - R(t), \quad (5.13)$$

где  $D(t)$  – интенсивность накопления доходов населения во времени, тыс. грн.,

$R(t)$  – интенсивность затрат населения во времени, тыс. грн..

2. Для модели прогнозирования характера развития предприятий ресторанного бизнеса:

а) динамика накопления капитала при условии осуществления инвестирования в развитие ресторанного бизнеса:

$$\frac{dK_{inv}}{dt} = P(t) - Z^*(t), \quad (5.14)$$

где  $P(t)$  – изменение прибыли во времени, тыс. грн.,

$Z^*(t)$  – изменение затрат во времени, учитывая вложенные инвестиционные ресурсы, тыс. грн.

б) динамика изменения уровня жизни, как фактор влияния на спрос на услуги предприятий ресторанного бизнеса (формула 5.8).

в) динамика увеличения уровня товарооборота предприятий ресторанного бизнеса при условии возвращения сумм, вложенных в инвестирование исследуемых предприятий:

$$\frac{dTo_{dop}}{dt} = INV\_return = k_{5\_1} * Inv^{(t)}_{5\_1} + k_{5\_2} * Inv^{(t)}_{5\_2} + k_{5\_3} * Inv^{(t)}_{5\_3} + k_{5\_4} * Inv^{(t)}_{5\_4} + k_{5\_5} * Inv^{(t)}_{5\_5} + k_{5\_6} * Inv^{(t)}_{5\_6} \quad (5.15)$$

где  $INV\_return$  – прирост дополнительного товарооборота в текущем периоде вследствие инвестирования в развитие предприятий, тыс. грн.,

$Inv^{(t)}_{5\_1-5\_6}$  – затраты на реализацию мероприятий, направленных на развитие предприятий ресторанного бизнеса, тыс. грн.,

$k_{5\_1-5\_6}$  – доля затрат на конкретное мероприятие в текущем периоде от общего объема инвестиционных ресурсов.

г) накопленный уровень инвестиционных ресурсов, направленных на развитие предприятий ресторанного бизнеса:

$$\frac{dINV_{old}}{dt} = INV_{-}(t) = Inv^{(t)}_{5\_1} + Inv^{(t)}_{5\_2} + Inv^{(t)}_{5\_3} + Inv^{(t)}_{5\_4} + Inv^{(t)}_{5\_5} + Inv^{(t)}_{5\_6} \quad (5.16)$$

Определение основных переменных динамической модели в формульном виде приведено в табл. Р.4 (прил. Р). Значение параметров модели, которые задаются, представлены в табл. Р.5 (прил. Р).

Как видно из алгоритма, приведенного на рис. 5.9, процесс имитации начинается с задания начальных значений уровней и параметров. Все действия, которые выполняются дальше в процессе имитации, реализуются в каждый момент модельного времени, а именно: генерирование случайных величин, построение функций решений, расчеты значений уровней и их занесение в базу данных. После расчетов и сохранения значений уровней осуществляется проверка на выход за рамки модельного времени, и если оно не закончено, то цикл имитации повторяется, в противном случае процесс прекращается.

Существует класс бизнес-процессов, которые не подвергаются автоматизации с помощью традиционных транзакционных систем принятия решений (класса ERP). Транзакционные системы не позволяют учитывать многовариантность решений задач, рассматривать множество допустимых значений возможных решений, учитывать риски и вероятности, осуществлять сценарное планирование, строить заключения об устойчивости систем, выявлять неочевидные зависимости между исследуемыми характеристиками. В этом случае успешно используются системы поддержки принятия решений, которые создаются на базе теории системной динамики.

При использовании теории системной динамики деятельность предприятия описывается в виде математической модели, в которой все: бизнес-задача и процессы представляются как система взаимозависимых рассчитываемых показателей. Создание подобной визуализированной модели позволяет выявлять и анализировать возможные направления развития тех или иных процессов на предприятиях ресторанного бизнеса.

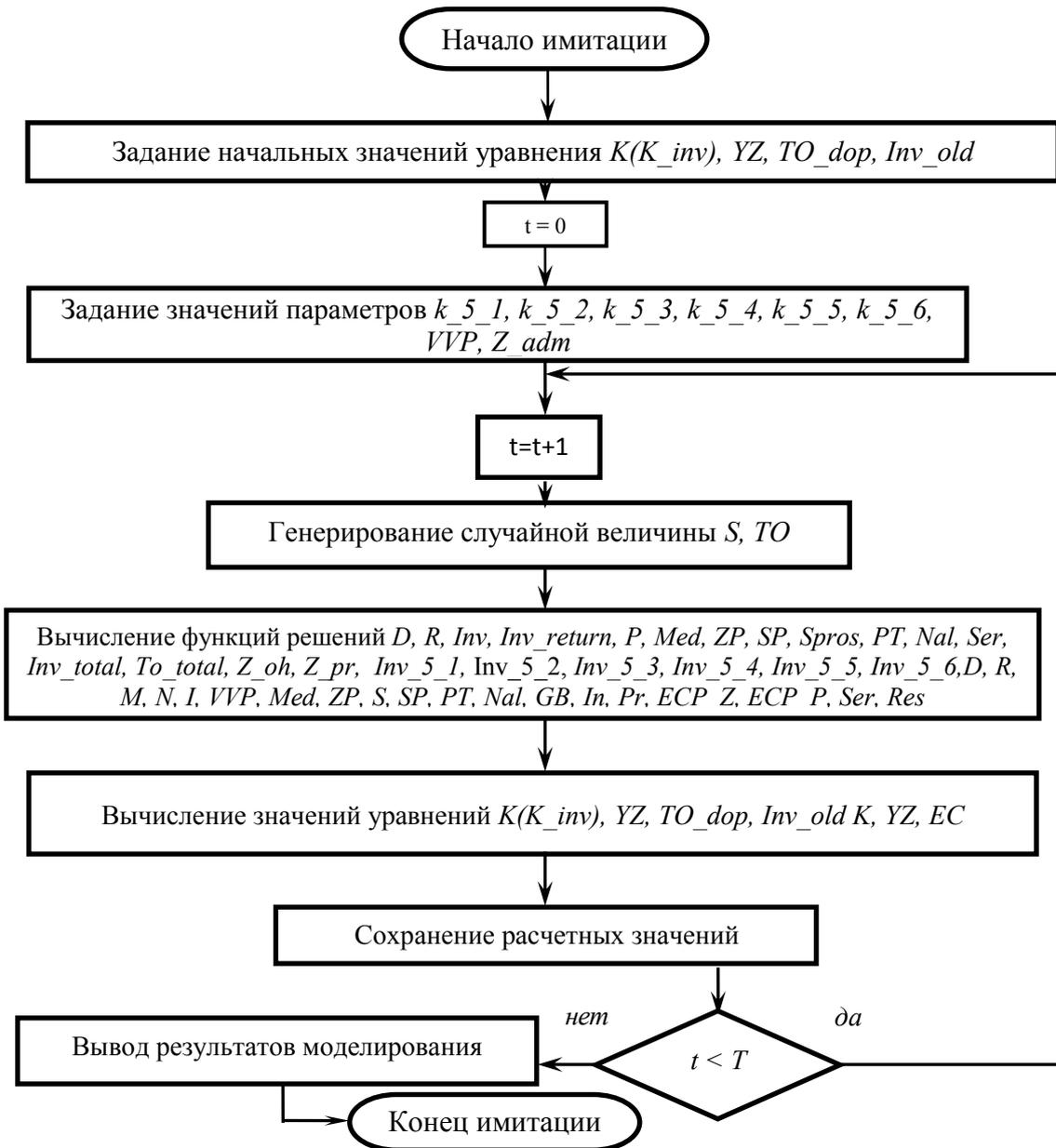


Рисунок 5.9 – Алгоритм имитации процесса управления развитием предприятий ресторанного бизнеса

Оптимизация управления развитием ресторанного бизнеса предусматривает выявление и оценку воздействующих факторов среды, установление причинно-следственных связей между факторами с указанием усиливающегося или ослабевающего действия, а также оценку интенсивности влияния соответствующих процессов на развитие предприятий ресторанного бизнеса. Динамическая модель управления

развитием, которая демонстрирует влияние инвестиций на основные уровни модели – изменение объема реализации и объема затрат как основных, формирующих уровень капитала для исследуемых предприятий, позволяет осуществлять выбор оптимального варианта развития благодаря эффективным управленческим решениям.

С помощью динамического моделирования оценивается рентабельность инвестиционных проектов, выбираются приоритетные направления развития бизнеса, анализируется влияние внешних макроэкономических факторов на рентабельность проектов, оценивается влияние риск-эффектов на результаты деятельности. Также теория системной динамики позволяет создавать имитационные модели разнообразных производственных систем для оценки возможных последствий принимаемых управленческих решений. При этом имеется реальная возможность оптимизировать материальные, финансовые и информационные потоки предприятий (как на стратегическом, так и на оперативном уровнях), осуществлять их консолидацию по предприятиям и бизнес-сегментам.

Целью программного продукта Powersim Constructor является создание модели прогнозируемой или реальной системы. Результаты проигрывания модели и изучение ее поведения в Powersim могут быть использованы для разработки предположений о поведении моделируемой системы. Модель состоит из набора взаимозависимых элементов, которые входят в модель в качестве переменных. Конструирование модели осуществляется путем определения переменных и установления взаимосвязей между ними. Переменные представлены в виде графических объектов, которые могут быть объединены с использованием связей и потоков. Каждая связь определяет тип взаимосвязи между объединенными переменными (прил. С, табл. С.1).

Построенная модель представляет собой единую структурную схему системы, которая облегчает проведение последующего (после реализации модели) и текущего (во время реализации) количественного и качественного анализа. Динамические объекты могут быть расположены в любом месте диаграммы, и отображать

поведение модели во время процесса имитации. Очень удобной является методика присоединения подмоделей, которые описывают любой отдельный процесс, который является по определенным причинам важным, к главной модели.

Такая структурная организация позволяет сделать модель более точной и проблемно-ориентированной. Особенно это важно в случаях, когда интересует не поведение системы в целом, а какой-нибудь отдельной ее части, причем общая модель может использоваться как своеобразный генератор рабочей частоты для подмодели, то есть для более точного определения входящих влияний. Динамическая модель управления развитием предприятия ресторанного бизнеса с использованием программного продукта Powersim Constructor представлена на рисунке 5.10 (прил. С, рис. С.1, табл. С.2).

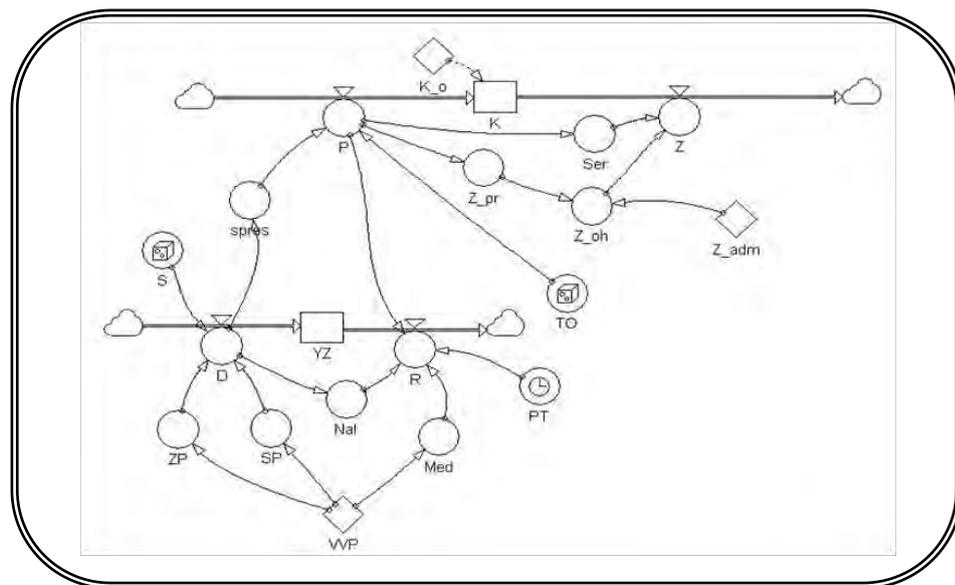


Рисунок 5.10 – Имитационная модель изменения уровня накопления капитала в ресторанном бизнесе при эффективных управленческих решениях

Однако из-за того, что основным предположением концептуальной модели была необходимость дать количественную оценку интенсивности влияния инвестиционных процессов на развитие предприятия ресторанного бизнеса, то второй вариант данной модели (рис. 5.11; прил. С, рис. С.2, табл. С.3) учитывал

дополнительно скорость увеличения товарооборота вследствие реализации шести мер в пределах имеющихся инвестиционных ресурсов (5.1 – на расширение сети, 5.2 – на повышение эффективности благодаря инновациям, 5.3 – на совершенствование качества и количества существующего ассортимента продукции и услуг, 5.4 – на улучшение материально-технической базы, 5.5– на увеличение количества потребителей за счет восстановления неиспользуемых мощностей и путем предоставления дополнительных услуг – 5.6.

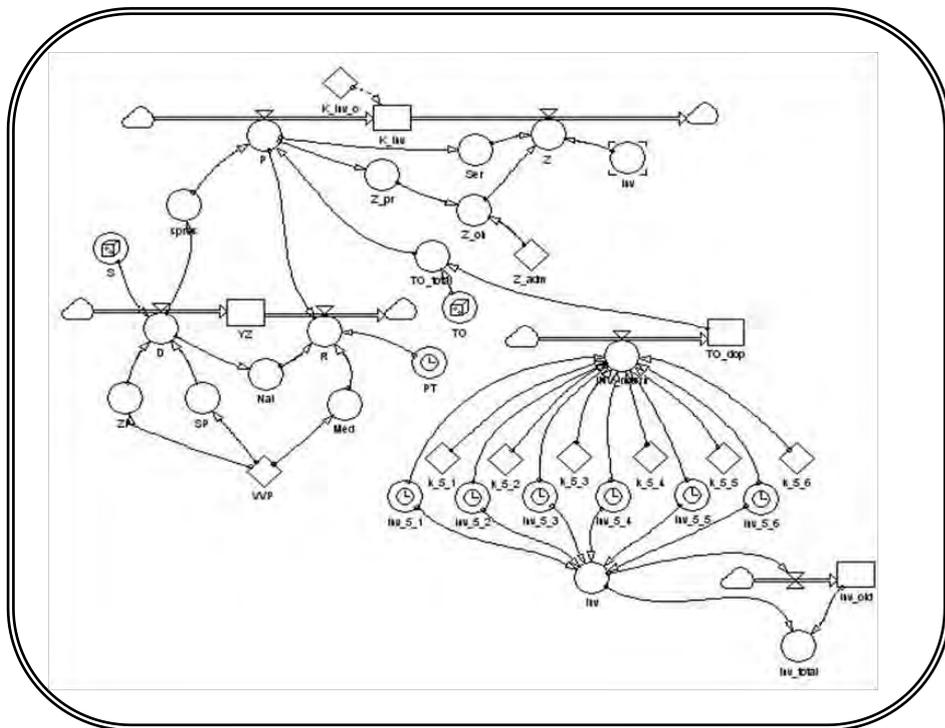


Рисунок 5.11 – Имитационная модель управления развитием предприятия ресторанного бизнеса при инвестировании финансовых ресурсов

Представленный подход демонстрирует влияние инвестиций на основные уровни модели изменения объема реализации и объема расходов как основных темпов, формирующих уровень капитала, который возможно использовать на развитие для исследуемых предприятий.

Графическая интерпретация результатов моделирования позволила выявить основные параметры развития принятых в исследовании предприятий ресторанного

бизнеса, установить динамику (на 5 лет вперед) основных показателей, характеризующих их развитие. А именно: размер товарооборота от реализации продукции и услуг; величину спроса как верхнюю границу рыночных возможностей; уровень дополнительного товарооборота как эффект от инвестирования средств в развитие предприятий, а также уровень выручки от реализации использования прибыли. Согласно полученным результатам при эффективном управлении при условии инвестирования сумма накопленного капитала увеличивается почти вдвое, что подтверждает роль вложения инвестиционных ресурсов как основного фактора, который влияет на развитие. Преимущество данной математической модели заключается в том, что при условии изменения соответствующих настроечных коэффициентов можно выяснить чувствительность изменения результативных показателей в зависимости от установления объема и варианта распределения имеющихся или привлеченных инвестиционных ресурсов.

Совокупный спрос на продукцию и услуги предприятий ресторанного бизнеса зависит от денежных доходов населения и уровня цен. Снижение цен равнозначно увеличению доходов и, наоборот, повышение цен ведет к снижению доходов и падению покупательной способности. На размеры и структуру спроса влияют также система налогообложения, экономического регулирования, мотивации, возможности и условия предоставления кредитов, состояние денежного обращения. Таким образом, изменение цен может привести к изменению доходов, поэтому в данной модели величина доходов населения принята определяющим фактором объема спроса на продукцию и услуги ресторанного бизнеса.

Чтобы проанализировать, каким образом реализация предусмотренных в модели мероприятий на развитие ресторанного бизнеса повлияет на функционирование каждого отдельного из рассмотренной группы предприятия, необходимо построить микроэкономическую модель управления развитием предприятия ресторанного бизнеса. Инвестиции реализуются относительно разнородных объектов питания. Для ресторанов и кафе актуальными являются направления 5.1, 5.2; для школьных столовых – направления 5.3, 5.4; для столовых, обслуживающих работников

промышленных объектов и студенческих столовых, как правило, актуальными являются направления 5.5 и 5.6 соответственно. Поэтому микроэкономическая модель будет учитывать инвестиции по направлениям, которые зависят от типа моделируемого объекта (ресторан, кафе, столовая и т.п.).

В качестве объекта моделирования разрабатываемой микроэкономической модели выбраны предприятия ресторанного бизнеса комплекса «Виктория» г. Донецка. Поэтому в модели учитываем инвестиции, предусмотренные в направлениях 5.1-5.2.

Следует отметить, что в макромоделе инвестиции учитываются в затратной части, а эффект от инвестиций (в виде дополнительного объема товарооборота) – в доходной части. В микромоделе инвестиции не учитываются затратной частью, потому что инвестирование осуществляется не за счет средств предприятий, рассмотренных в проекте, а за счет других источников.

Для построения модели используем целый комплекс переменных:

1) Накопленный капитал предприятия ресторанного бизнеса:

$$K\_restoran(t) = K\_restoran(0) - Z\_restoran + P\_restoran \quad (5.17)$$

2) Объем капитала на начальный момент моделирования:

$$K\_restoran(0) = K\_inv\_o / Kol\_vo\_restoranov \quad (5.18)$$

3) Доход от реализации товаров и услуг ресторанного бизнеса (в нашем случае товарооборот выбранного предприятия):

– без учета инвестиций (при этом величина SWICH=0):

$$P\_restoran = TO\_restoran \quad (5.19)$$

– с учетом инвестиций (величина SWICH=1):

$$P\_restoran = TO\_restoran + TO\_dop\_restoran \quad (5.20)$$

4) Общие затраты предприятия ресторанного бизнеса:

$$Z\_restoran = Z\_pr\_restoran + Z\_nepr\_restoran + Ser\_restoran \quad (5.21)$$

5) Затраты на лицензирование и сертификацию:

$$Ser\_restoran = 0.07 * TO\_restoran \quad (5.22)$$

6) Дополнительный товарооборот (увеличение товарооборота как результат осуществления мер 5.1 и 5.2):

$$TO_{dop} = k_{5\_1} * Inv_{5\_1} + k_{5\_2} * Inv_{5\_2} \quad (5.23)$$

7) Дополнительный товарооборот предприятия ресторанного бизнеса:

$$TO_{dop\_restoran} = TO_{dop} / Kol\_vo\_restoranov \quad (5.24)$$

Количество предприятий ресторанного бизнеса, задействованных в проекте, то есть в отношении которых планируется осуществление мероприятий 5.1 и 5.2:  $Kol\_vo\_restoranov = 15$  (прил. С, табл. С.4, С.5, С.6).

Разработанная модель функционирования предприятий ресторанного бизнеса комплекса «Виктория» имеет вид (рис. 5.12):

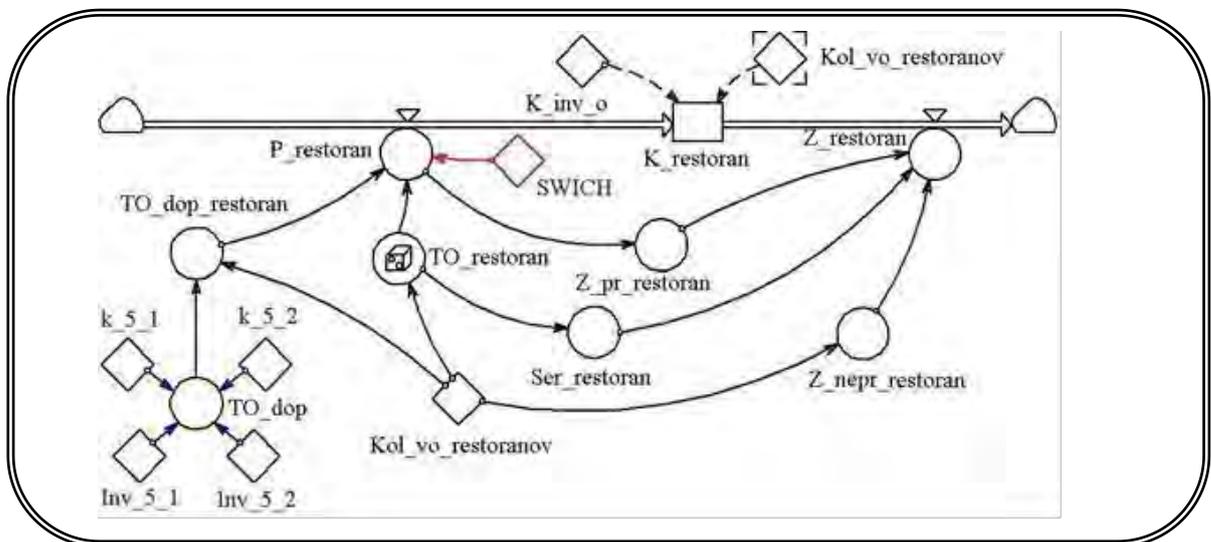


Рисунок 5.12 – Фрагмент имитационной модели управления развитием предприятия ресторанного бизнеса при использовании инвестиционных ресурсов

Графическая интерпретация результатов моделирования динамики товарооборота и затрат предприятий питания комплекса «Виктория» представлена на рисунке 5.13. Такой подход продемонстрировал влияние инвестиций на основные уровни модели изменения объема продаж и затрат, как основных темпов, которые формируют уровень капитала анализируемых предприятий.

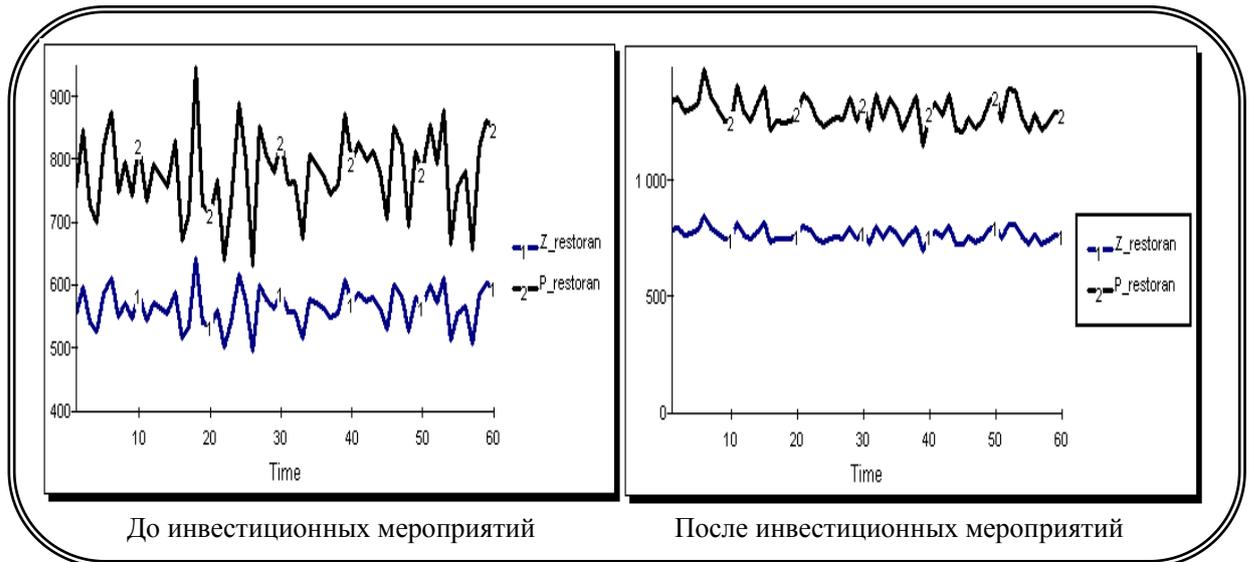


Рисунок 5.13 – Динамика изменения товарооборота и затрат предприятий ресторанного бизнеса комплекса «Виктория» г. Донецка

Апробация предложенной модели для предприятий питания комплекса «Виктория» г. Донецка подтвердила положительный эффект в результате осуществления инвестиционных мероприятий по развитию сети и внедрению инновационных технологий, что позволит получить доходы больше на 350-400 тыс. грн в месяц, а затратам расти более низкими темпами – в 1,6-2 раза (прил. С, табл. С.7, С.8).

Оптимизационная модель управления развитием ресторанного бизнеса позволяет оптимизировать размещение сети различных типов предприятий для наиболее полного удовлетворения разнообразных потребностей разных социальных групп потребителей [311]. Оптимизационная модель рационального размещения предприятий ресторанного бизнеса на основе минимизации функции совокупных затрат на их создание имеет вид:

$$\begin{aligned}
 g_k(x) &= s_1(x) + s_2(x) + \dots + s_k(x) \rightarrow \min \\
 x_1 + x_2 + \dots + x_k &= x, \\
 x_i &\geq 0, i = \overline{1, n},
 \end{aligned}
 \tag{5.25}$$

где  $x$  – общее количество предприятий на всей территории их возможного размещения;  $x_i$  – количество предприятий, которое рекомендуется разместить на  $i$ -й территории,  $i = \overline{1, n}$ ;  $s_i(x)$  – функция затрат при размещении  $x_i$  количества предприятий;  $g_k(x)$  – функция наименьших затрат при размещении  $x$  предприятий первыми  $k$  способами.

Оптимальное количество предприятий ресторанного бизнеса можно найти на основе рекуррентных соотношений Р. Беллмана (5), (6):

$$g_1(x) = \min_{0 \leq x_k \leq x} s_1(x_k) = s_1(x), \quad (5.26)$$

$$g_k(x) = \min_{0 \leq x_k \leq x} \{s_k(x_k) + s_{k-1}(x - x_k)\}, x_k = \overline{1, n}. \quad (5.27)$$

С помощью модели (5.25) было определено оптимальное размещение предприятий ресторанного бизнеса. Расчет оптимального размещения предприятий ресторанного бизнеса на основе предложенной модели проведен на примере кафе. Величина функции затрат  $s_i(x)$ , которая характеризует величину затрат в зависимости от их количества размещения на  $i$ -й территории Калининского района г. Донецка, приведена в табл. 1.

Таблица 5.8 – Величина функции затрат  $s_i(x)$

Территориальное разделение Калининского района г. Донецка	Функция затрат	Сумма затрат в зависимости от количества предприятий ресторанного бизнеса (кафе) ( $x$ ), тыс. у.е									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Территория 1	$s_1(x)$	350	693	1029	1341	1678	2020	2361	2698	3036	3387
Территория 2	$s_2(x)$	359	718	1051	1346	1681	2036	2365	2699	3040	3391
Территория 3	$s_3(x)$	375	741	1082	1368	1694	2056	2387	2702	3057	3402
Территория 4	$s_4(x)$	370	733	1081	1353	1687	2049	2380	2711	3048	3397
Территория 5	$s_5(x)$	364	729	1028	1347	1683	2042	2374	2704	3042	3392
Территория 6	$s_6(x)$	355	727	1036	1342	1680	2030	2360	2696	3039	3388

Поиск решения модели оптимального размещения предприятий ресторанного бизнеса был разбит на шесть шагов по количеству территорий, в которых планируется разместить кафе. Оптимальный план размещения кафе на шести территориях Калининского района г. Донецка, найденный на основе рекуррентных соотношений (5.26), (5.27) (Прил. Т), будет следующим: на территориях 2, 4, 6 предприятий следует размещать, на территориях 1, 3 и 5 следует разместить 3, 2 и 5 предприятий соответственно.

Таким образом, результаты исследования показывают, что ресторанный бизнес, включающий большое количество предприятий разных типов, видов и форм собственности, в условиях развивающейся экономики и достаточно непостоянной конкурентной среды, может рассматриваться как отдельная экономическая система. Для этой системы наиболее приемлемыми являются модели, которые выявляют наибольшее сходство с реальным объектом. При этом в предложенной модели комплексной системы управления развитием предприятий ресторанного бизнеса обеспечена взаимосвязь задач управления, основных функций и информационной системы, что подтверждено математическими моделями регрессий, адекватных экспериментальным данным, и динамической имитационной модели прогнозирования изменений накопления капитала на предприятиях ресторанного бизнеса благодаря эффективному управлению.

### **5.3. Методические рекомендации по совершенствованию управления развитием ресторанного бизнеса**

Формирование новых экономических отношений сопровождается углублением социально-политического и экономического кризиса в стране, обуславливает целый комплекс преобразований в ресторанном бизнесе, что определяет повышенный интерес к новым теориям и усилением их роли в управлении развитием.

Специфика ресторанного бизнеса и современные требования к развитию обуславливают необходимость подчинения деятельности маркетингу, его правилам и принципам для активизации и повышения эффективности управления развитием ресторанного бизнеса в целом.

Если вначале маркетинг был связан только с продажей физических продуктов (товаров), то в современных условиях он используется ко всему, что может быть продано на рынке [82, с. 7-9]. Таким образом, правила и принципы маркетинга должны быть приспособлены и к такому специфическому товару, каковым является процесс развития ресторанного бизнеса в виде стратегий его развития.

В течение достаточно продолжительного периода ученые опираются на традиционный подход у определении стратегии – это генеральный план. То есть стратегия выступает программой развития предприятия и ориентирует его на будущее. По высказыванию П. Друкера именно стратегия является способом реализации теории бизнеса в практической деятельности. Целью последней выступает обеспечение организации возможности достижения желаемых результатов, поиска и использования в своих интересах благоприятных возможностей [106, с. 67-68, 99]. Именно для того, чтобы иметь четкую перспективу будущих успехов, предприятие должно формировать перспективный план своего развития на конкретный период.

Вне зависимости от того, как трактуется стратегия, она предлагается рынку и, соответственно, имеет возможность удовлетворять конкретные потребности. Стратегия развития является экономическим товаром и выступает как предмет обмена на рынке между двумя или же большим числом контрагентов. А успех эффективного осуществления обменных операций в конкурентной среде невозможен без применения маркетинговых усилий. Стратегия развития, которая является специфическим товаром, не имеет вещественной формы, неуловима и может быть отнесена к услугам. Однако в отличие от услуги, которая неотделима от продавца, стратегия может быть потреблена покупателем без участия субъекта, который ее

продал. Если запас невостребованных услуг создать в принципе невозможно, то относительно стратегии развития такая операция вполне осуществима.

Ресторанный бизнес – специфическая сфера деятельности, где, с одной стороны, одновременно присутствуют процессы производства, реализации и организации потребления, с другой, предприятия выходят на рынок в течение одного производственного цикла как покупатели различных видов ресурсов и как продавцы собственной продукции и услуг. В этой связи в современных условиях вся деятельность ресторанного бизнеса подчиняется маркетингу, его правилам и принципам. Маркетинговая стратегия при этом способствует достижению рыночного согласия между производителем и потребителем, продавцом и потребителем при обоюдной выгоде и в наилучших условиях. Рыночная экономика и отсутствие дефицита порождают борьбу предприятий за потребителя, то есть конкуренцию. Что, в свою очередь, стимулирует производство продукции и услуг более высокого качества и широкого ассортимента.

Эволюция маркетинга свидетельствует о продолжительном пути его развития. Интересной в этом плане представляется разработка немецких специалистов, где анализируется эволюция маркетинговой концепции управления и маркетингового инструмента [324]. Благодаря развитию концепция маркетинга выделилась как особый подход к управлению производством и реализацией в начале XX ст., когда формировалось крупномасштабное производство, и резко обострилась конкуренция. Все это стимулировало поиск и разработку новых подходов к управлению рыночной деятельностью, стимулированию спроса на выпускаемую продукцию и предлагаемые услуги.

Конкретно стратегическая ориентация маркетинга начала формироваться в 80-х годах XX ст. Основателями этой концепции считаются по праву М. Портер, И. Ансоф, Б. Карлоф, Ж.-Ж. Ламбен и др. Обозначенная концепция направлена на развитие конкурентных преимуществ для определенного предприятия и наиболее полное удовлетворение потребностей потребителей.

Стратегический маркетинг выступает составным компонентом маркетингового и стратегического менеджмента. Его основная цель заключается в разработке и реализации маркетинговой стратегии для достижения конкретных маркетинговых целей с учетом рыночных требований и возможностей предприятия. Таким образом, относительно процессов, которые генерируются экономической деятельностью в ресторанном бизнесе и во взаимосвязи с потребностями и возможностями потребителей, маркетинг и менеджмент являются обуславливающими друг друга компонентами. Последний включает в себя маркетинг для максимизации эффекта удовлетворения потребностей, что определяет место маркетинговой стратегии в процессе формирования общей стратегии развития ресторанного бизнеса определено на рис. 5.14.

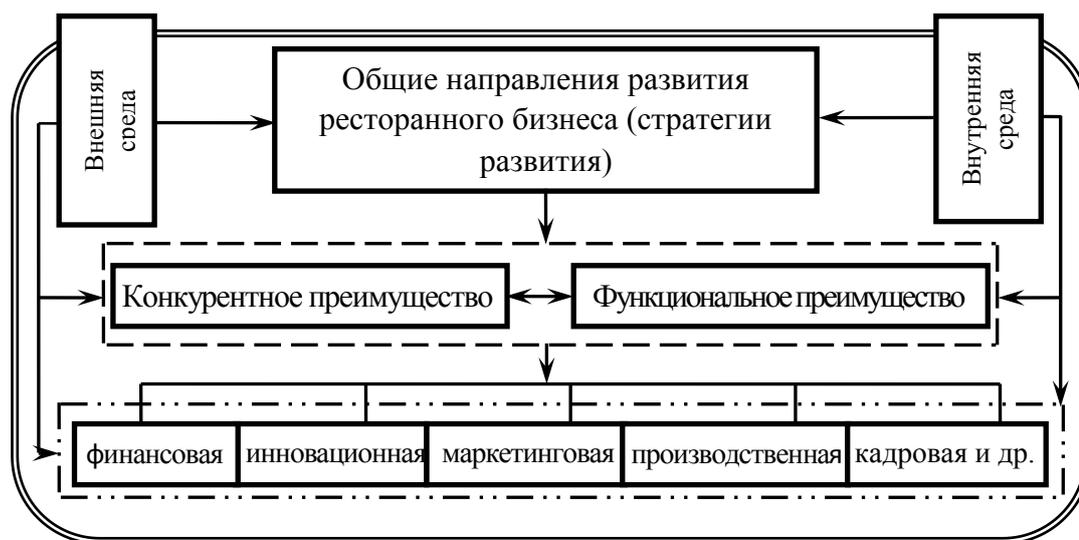


Рисунок 5.15 – Маркетинговая стратегия в процессе формирования направлений развития ресторанного бизнеса

Таким образом, маркетинговая стратегия выступает одним из элементов общего направления деятельности, направленная на разработку, производство и доведения до потребителя продукции и услуг, наиболее полно отвечающих его потребностям и возможностям. Вместе с тем маркетинговая стратегия является важной составляющей, которая определяется как формулировка основных

долгосрочных целей и задач, согласование последовательности действий, а также распределение ресурсов, необходимых для достижения этих целей и решения поставленных задач [38]. Также маркетинговая стратегия выступает стимулом к действию на рынке, оформленным в виде генеральной программы с четко сформулированными целями, намеченными основными путями их достижения, предусмотренными необходимыми ресурсами. Поэтому генеральный подход к маркетинговой деятельности позволяет: а) устанавливать обоснованные приоритеты распределения относительно ограниченных ресурсов; б) ориентироваться в большей степени на предвидение будущих изменений внешней среды; в) сдерживать свое желание к максимизации текущего дохода для решения долгосрочных задач в ущерб удовлетворению потребностей потребителей.

Маркетинговая стратегия развития в целом может быть охарактеризована как рациональное, логическое построение, руководствуясь которой ресторанный бизнес предполагает решить свои маркетинговые задачи на перспективу для обеспечения устойчивого развития. При разработке стратегии маркетинга решения принимаются по трем основным направлениям (рис. 5.15). Таковыми являются: а) сегментация рынка. Целевые рынки делят на четкие группы потребителей (сегменты, рыночные ниши), изучают их потребности, характеристики, процесс принятия решений; б) определение целевых рынков. Проводится анализ привлекательности различных сегментов рынка (рыночных ниш) согласно получаемому доходу и в соответствии с возможностями роста, выбираются те из них, которые представляют наибольший интерес для ресторанного бизнеса; в) рыночное позиционирование. Определившись с целевыми сегментами, предприятия разрабатывают отличительные преимущества, призванные помочь занять запланированное место в сознании определенной группы потребителей.

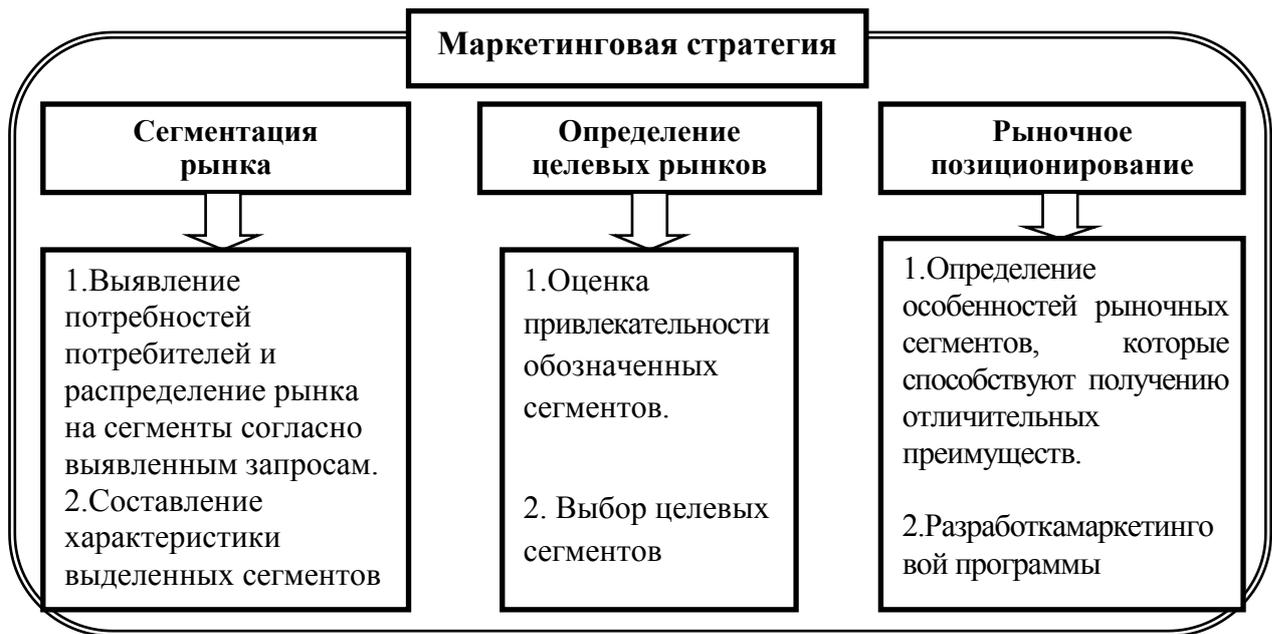


Рисунок 5.15 – Направления принятия решений при разработке маркетинговой стратегии

Отдельный рынок, как правило, включает совокупность потребителей с похожими потребностями. Однако эта совокупность никогда не бывает однородной. Она отличается по своим желаниям; уровню доходов; суммой, которую готовы заплатить за товар необходимого количества и определенного качества; источникам получения информации и др. С этой целью предприятия делят рынок на специализированные сегменты, а потом выбирают один или несколько для освоения. Рыночный сегмент, чаще всего, представляет определенная группа потребителей, которые имеют особые и важные для разработки маркетинговой стратегии развития характеристики. На рынке ресторанного бизнеса необходимость в разработке предложений по конкретным сегментам очевидна, поскольку одни и те же виды продукции и услуг не способны одновременно удовлетворять потребности различных социальных групп потребителей.

Например, обеспеченные потребители останавливаются на более дорогих, по сравнению с представителями среднего класса, предприятиях, с блюдами из изысканных продуктов и широким ассортиментом разнообразных услуг. Потребители

с низким уровнем доходов отдадут предпочтение предприятиям с ассортиментом блюд из традиционного сырья (чаще с ограниченным ассортиментом, удовлетворяющим жизненно важные потребности организма) и не широким ассортиментом услуг (недорогих) или без таковых. Таким образом, выбор маркетинговой стратегии развития ресторанного бизнеса определяется взаимодействием факторов среды.

Учитывая специфические особенности деятельности ресторанного бизнеса, процесс реализации стратегического маркетинга (как ключевой идеи) логически описывается алгоритмом (рис. 5.16).

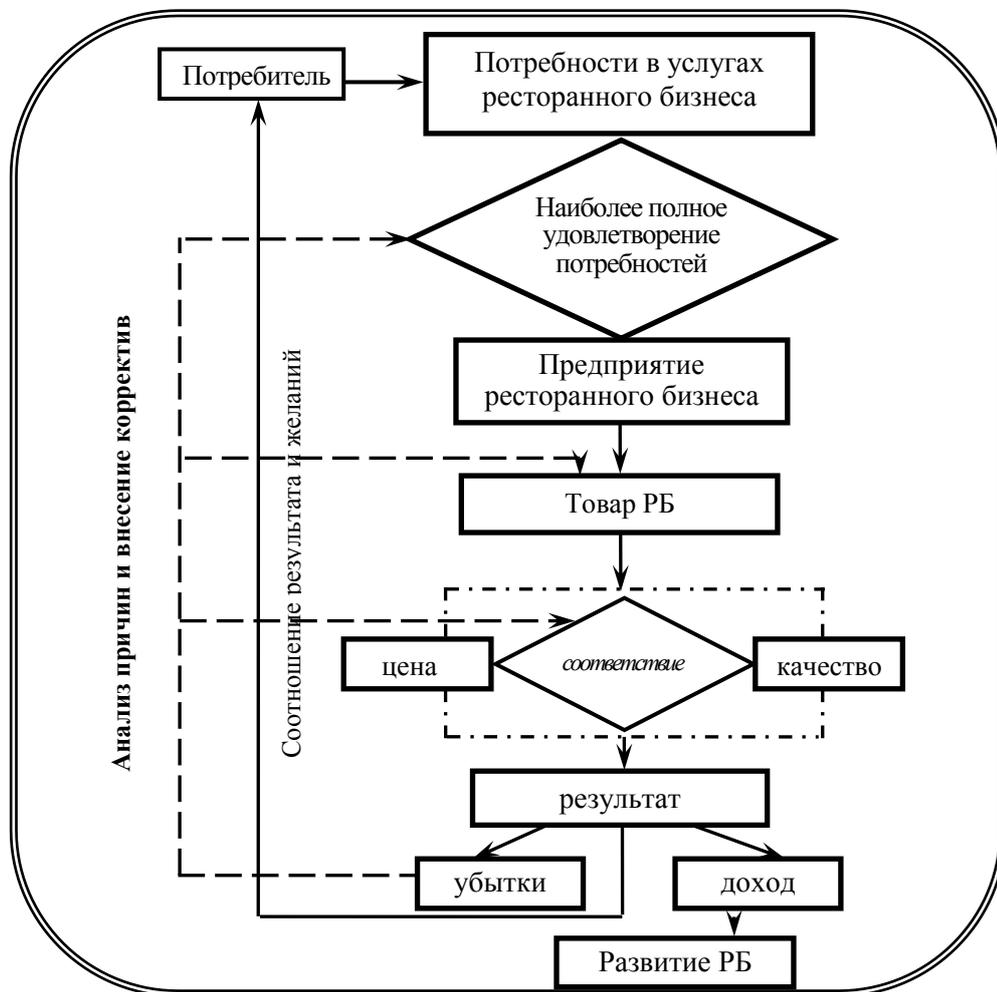


Рисунок 5.16 – Схема алгоритма реализации стратегического маркетинга в ресторанном бизнесе

Согласно представленному алгоритму цель деятельности ресторанного бизнеса состоит в получении прибыли в результате наиболее полного удовлетворения потребностей населения в услугах питания. Бизнес, ориентированный на долгосрочное развитие, предполагает постоянное получение прибыли в течение многих лет. Источником прибыли в ресторанном бизнесе выступает потребитель. За его деньги бизнес-партнеры вступают друг с другом в конкурентную борьбу на рынке. Современный потребитель, выбирая среди всего разнообразия предложенных ему услуг, в большей степени склонен ориентироваться на рациональное соотношение «цена – качество». Сохранение оптимальной пропорции «цена – качество» для услуг в ресторанном бизнесе гарантирует предприятию и отрасли в целом долгосрочное удержание стабильных позиций на выбранном рынке (рыночном сегменте, в рыночной нише).

На уровне формальной логики такая цепочка выглядит действительно достаточно идеально. Но это совсем не означает, что тем самым алгоритм решает все вопросы. Скорее он вплотную подводит к ключевой загадке и извечному вопросу бизнеса и маркетингового мышления. Загадка эта заключается внутри самого соотношения «маркетинг – качество». Услуга ресторанного бизнеса покупается потребителем только тогда, когда она может выступать в качестве «предмета потребности», то есть, когда она имеет для него определенную ценность, или потребительскую стоимость. Ценность – это именно то, что куплено на самом деле, и качество, которое, по мнению потребителя, в полной мере удовлетворит его потребности в услугах ресторанного бизнеса. Естественно, что в различных случаях ценностный порог также может быть различным.

Ресторанный бизнес выступает важной сферой, от организации и развития которой зависят в определенной степени результаты деятельности всех без исключения отраслей производственной и социальной инфраструктуры. Предприятия питания по своему целевому назначению призваны организовывать полноценное, научно-обоснованное рациональное питание и предоставлять услуги, связанные с этим, для обеспечения воспроизводства главной производительной

силы общества – человека. Только здоровый, в полном смысле этого слова, человек имеет объективные возможности для развития экономики страны, достижения соответствующих по количеству и качеству результатов труда, конкурентоспособных как на внутреннем, так и на внешнем рынках.

Таким образом, при выборе направлений развития ресторанного бизнеса необходимо, с одной стороны, по возможности определить сильные и слабые их стороны, а с другой стороны – тенденции развития условий внешней среды, которые влияют в комплексе на результативность деятельности предприятий ресторанного бизнеса. Опыт функционирования предприятий свидетельствует, что только после всестороннего мониторинга, оценки и анализа внешней и внутренней среды предприятия могут приступать к рассмотрению реальных вариантов действий по выбору стратегических альтернатив. При этом оценка только факторов окружающей среды редко приводит к определению оптимальной стратегии, однако этот анализ способствует исключению всех, кроме наиболее перспективных направлений деятельности.

При выборе стратегии развития в ресторанном бизнесе предприятия ориентируются на следующие основные стратегии: стратегия интенсивного роста; стратегия интеграционного роста; стратегия диверсификации. Выбор конкретной определяется возможностями конкретного предприятия, условиями осуществления деятельности и ограничениями, которые определяются в первую очередь факторами внешней среды. Причем выбор осуществляется на основании результатов SWOT–анализа (рис. 5.17): В современных социально-политических условиях предприятиям и следует опираться в первую очередь на разработку названных стратегий.

Оптимизация управления развитием ресторанного бизнеса предполагает выявление тенденций динамики процессов развития предприятий (разделы 1, 2, 3) и их влияния на стабильность и эффективность системы как таковой (разделы 4, 5). Для этого принимаются во внимание не только рассчитанные прогнозные параметры на основании предложенных моделей, но и осуществляется анализ сформированных приоритетных направлений развития страны, отдельных ее регионов, отраслей и

предприятий с целью внесения корректив в приоритетные направления и разработанные и разрабатываемые документы по перспективному развитию на всех уровнях управления.

Факторы внешней среды	Возможности	Угрозы
Факторы внутренней среды	Сильные стороны	Слабые стороны

Рисунок 5.17 – Матрица SWOT–анализа при выборе стратегии развития предприятиями ресторанного бизнеса

В контексте мирового опыта и на базе осуществленных в данной работе исследований, значение для общества развития ресторанного бизнеса очевидно. Становится возможным высвобождение определенного количества вне рабочего времени потребителей и направление их усилий на саморазвитие и самосовершенствование, что позволяет полнее реализовывать и использовать научно-технический потенциал страны и способствует эффективному преодолению кризисных явлений в экономике.

Правовой основой формирования и реализации приоритетных направлений развития ресторанного бизнеса в разные периоды времени выступал определенный пакет нормативных документов. Однако анализ существующих документов по развитию позволил выявить факт того, что ресторанному бизнесу в них уделено крайне незначительное внимание, а во многих – эта отрасль так и не нашла надлежащего отражения, а, соответственно, не является приоритетным направлением, которое должно получить активное развитие в будущем наряду с другими.

Исторический ракурс в развитие советской торговли и предприятий питания свидетельствует о том, что повышение эффективности и качества их работы с

момента образования СССР определялись как важная социально-экономическая и политическая задачи. Пути решения формулировались в соответствующих государственных документах (Декрет «Об организации общественных столовых, контроля за их деятельностью и распределения продовольственных фондов» (1917 г.); Постановление ЦК ВКП(б) «О мероприятиях по улучшению общественного питания» (1931 г.); Постановление ЦК КПСС и Совета Министров «О дальнейшем развитии и улучшении общественного питания» (1959 г.); Постановление ЦК КПСС и Совета Министров «О мерах для дальнейшего развития торговли» (1975 г.); «Основные направления экономического и социального развития страны» (1986 г.) и др.), начиная от урегулирования процесса распределения продуктов питания в условиях их недостаточного количества в период гражданской войны и иностранной интервенции (1917 г.) и заканчивая вопросами комплексной автоматизации процессов приготовления пищи и обслуживания населения (1986 г.). Государственные документы дополняли соответствующие документы республиканского уровня и отраслевого характера. Реализация Программы регламентировалась большим количеством нормативных актов Министерства торговли СССР и Министерства торговли соответствующих союзных республик. Нормативные документы в сфере питания в Украинской ССР были сгруппированы и позволяли решать широкий круг задач [231].

В 90-е гг. в период изменения планово-экономических отношений на рыночные, государство ослабило внимание к всестороннему развитию предприятий питания и ограничилось только документами, которые определяют процессы становления рыночных отношений (Приказ Президента Украины «О коммерциализации государственной торговли и общественного питания» (1992 г.) и др.). Такое отношение к ресторанному бизнесу сказалось на структуре сети, количестве предприятий и мест на них и других важных показателях (рис. 5.18).

В период 90-х гг. XX ст. в большей степени преимущество было отдано конкретно рыночным рычагам, а не оптимизации их действия вместе с экономическим регулированием. Речь шла, как правило, о том, что рынок и его инструменты

должны быть специфическими – ограниченными по охвату объектов товарного обмена или отличаться теми или иными особыми отношениями, которые сосуществовали бы с традиционными для Украины когда-то административно-плановыми методами управления.

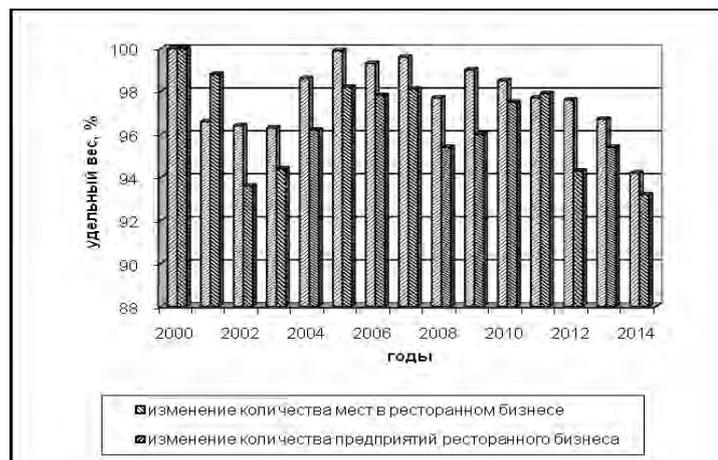


Рисунок 5.18 – Темпы изменения развития сети ресторанного бизнеса в Украине

Сегодня осознана объективность того, что рыночный механизм становится эффективным только тогда, когда он действует при минимальных ограничениях, согласно рыночным законам. Поэтому назрела необходимость повышения роли государства и его активного участия в процессе развития ресторанного бизнеса для восстановления управляемости экономики (раздел 4). При этом в действие вступают соответствующие рычаги воздействия со стороны государства и других уровней управления на развитие ресторанного бизнеса при одновременном влиянии рыночных инструментов.

Параллельно действует система самоуправления, которая выборочно использует методы и средства влияния с учетом всего многообразия сложности ситуации и изменения факторов внешней и внутренней среды. Повысить степень эффективности системы самоуправления возможно путем корректировки действующих, разработки и функционирования новых документов по развитию

ресторанного бизнеса в виде различных программ, концепций, стратегий развития, начиная с уровня предприятия и заканчивая уровнем государства [22].

Сегодня регулирование развития ресторанного бизнеса осуществляется согласно действующим Законам Украины («О предпринимательстве», «О защите прав потребителей» и др.), Декретами Кабинета Министров, Кодекса Украины, различными Правилами, Положениями, Инструкциями и т.п. (утвержденными Кабинетом Министров), Приказами МВЭС, Министерства финансов и Министерства экономики Украины, а также межгосударственными стандартами. И это далеко не весь перечень нормативных документов.

Открытым остается вопрос относительно Закона Украины «О внутренней торговле», который непосредственно должен был регламентировать деятельность и процесс развития внутренней торговли и ресторанного бизнеса. Исходя из объективной необходимости в таком документе творческим коллективом экономистов Донецкого национального университета экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского (*автор принимал самое непосредственное участие в его разработке по вопросам, которые касаются ресторанного бизнеса*) разработана и предложена новая структура Проекта Закона (прил. У, табл. У.1), оптимизировано его содержание (прил. Ф, дополнения и уточнения выделены курсивом). В отличие от предыдущей редакции, в новом Проекте Закона в разделе 1 «Общие положения» конкретизирован ресторанный бизнес как самостоятельная сфера деятельности и представлены определения терминов, используемых в данном секторе экономики с целью единого подхода к его организации и развитию. Раздел 2 «Виды и формы торговли» дополнен формами деятельности предприятий ресторанного бизнеса согласно ДСТУ 4281 : 2004 «Заведения ресторанного хозяйства. Классификация» и межгосударственному стандарту ГОСТ 30523-97 «Услуги общественного питания. Общие требования», а также с учетом особенностей каждой из представленных форм и спецификой ее реализации. В разделе «Государственное регулирование торговой деятельности» сформулированы основные цели с учетом деятельности ресторанного бизнеса и особенностей регулирования со стороны государства в динамичных

рыночных условиях. Определены соответствующие методы и инструменты регулирования. Особое внимание обращено на экономические методы, поддержку развития социально ориентированных предприятий питания. Определены возможности и границы участия общественных организаций и объединений субъектов ресторанного бизнеса в формировании и реализации государственной политики в данной сфере. Предложено оптимизированные конкретно к ресторанному бизнесу полномочия специально уполномоченного центрального органа власти и Совета Министров АР Крым; местных органов исполнительной власти и органов местного самоуправления. Дополнен требованиями к организации и осуществлению торговой деятельности предприятиями питания различных видов и типов, в зависимости от обслуживаемого контингента и места размещения заведения, третий раздел «Организация и осуществления торговой деятельности». Отдельной статьей выделены требования к кадровому обеспечению ресторанного бизнеса. Акцент сделан на вопрос подготовки и переподготовки специалистов с учетом специфики деятельности в данной сфере. Уточнены и дополнены особенностями и спецификой видов ответственности для торговых предприятий, где предприятия питания занимают особое самостоятельное положение, и др.

Принятие Закона в представленной редакции было направлено на повышение эффективности развития ресторанного бизнеса, в том числе: усиление ответственности за организацию деятельности всех субъектов рыночной бизнес-деятельности, рациональное использование профессиональных кадров, эффективную мотивацию к совершенствованию образовательно-профессиональной подготовки; активизацию механизмов мотивации развития и деятельности работников ресторанного бизнеса и т.п.. Выделение отдельной позицией ресторанного бизнеса в Проекте Закона подчеркивает его самостоятельность и обуславливает более пристальное внимание к этой отрасли народного хозяйства, оказывающей воздействие на экономическое развитие страны через главную производительную силу общества – человека.

Интенсивное и эффективное развитие ресторанного бизнеса открывает широкие возможности для активизации развития производственной и социальной инфраструктуры, а, соответственно, экономики страны и государства в целом. Но практически во всех действующих государственных Программных документах по-прежнему не отражена первостепенная важность и необходимость развития ресторанного бизнеса. Одним из примеров является национальная стратегия развития, представленная в Программе деятельности Кабинета Министров Украины: «Украинский прорыв: для людей, а не для политиков». Она базируется на двух фундаментальных принципах: технологии экономического прорыва и перестройке государственного управления [277]. Однако в любом процессе развития принимает активное участие человек. Его эффективная деятельность возможна только при условии организации качественного, разнообразного и полноценного питания. Чего мы не находим в представленной Программе деятельности Кабинета Министров Украины. В Программных документах отдельной позицией должен быть представлен ресторанный бизнес и направления его развития, как важного составного компонента торгово-производственного комплекса.

Исследование доказало, что ресторанный бизнес участвует в развитии страны в целом и сегодня, как никогда раньше, существуют условия для его эффективного развития. Этот процесс можно регулировать с помощью Программ развития на разных уровнях управления, руководствуясь при разработке Законом «О государственном прогнозировании и разработке программ экономического и социального развития Украины» (1602-14) и другими актами [186]. Законом определяются правовые, экономические и организационные принципы формирования целостной системы прогнозных и программных документов всестороннего развития Украины в целом, отдельных отраслей экономики и административно-территориальных единиц как составляющей части общей системы регулирования экономического и социального развития государства. Данным документом намечен общий порядок разработки, утверждения и выполнения, а также права и ответственность участников государственного прогнозирования и разработки программ развития страны.

Кроме государственных, на уровне области и регионов разрабатываются самостоятельные краткосрочные, среднесрочные и долгосрочные Программы развития, но все они опираются в определенной мере на действующие Законы и Программы развития государства. Вместе с тем программные документы по развитию и данного уровня не лишены недостатков.

Так, Программами развития Донецкой области до 2010 г. и научно-технического развития на период до 2020 г., деятельности Кабинета Министров Украины: «Украинский прорыв: для людей, а не для политиков» [273], Государственной стратегией регионального развития на период до 2015 г. [97] предусмотрено много мероприятий по развитию экономики. Отмечается факт недостаточно высокого уровня развития производственной и социальной инфраструктуры, в частности, жилищно-коммунального, гостиничного, дорожного, улично-дворового хозяйства, энергетического сектора, транспортных и информационных коммуникаций. Исходя из указанных недостатков предусмотрены направления развития государственной региональной политики: повышение инвестиционной привлекательности регионов и инновационной активности в них; развитие производственной и социальной инфраструктуры; сглаживание диспропорций в сфере социально-экономического развития регионов; укрепление межрегиональных связей; рационализация использования человеческого потенциала. Предложено много мероприятий по стимулированию добровольного накопления средств, включая налоговые льготы, государственные гарантии, применение долгосрочной системы амортизации. И это касается всех без исключения сфер деятельности. Однако акцента на важность развития ресторанного бизнеса ни в одном из документов сделано не было. Необходимость активизации развития ресторанного бизнеса актуализирует потребность в широком привлечении инвестиционных ресурсов, которые должны направляться на внедрение инноваций, прогрессивных технологий в производство продукции и предоставление услуг, обслуживание потребителей, модернизацию парка торгово-технологического оборудования, строительство

важных для эффективного развития региона предприятий питания и реконструкции существующей сети ресторанного бизнеса.

Несмотря на логически вытекающие выводы о необходимости и целесообразности более пристального внимания к ресторанному бизнесу, ни одно из программных направлений не связывает с совершенствованием и активизацией развития ресторанного бизнеса. Так же в задачах по развитию отдельных областей ресторанный бизнес не получил отражения с позиции приоритетности его развития. В этой связи отмеченные документы имеют потребность в уточнении и конкретизации положений, которые касаются ресторанного бизнеса, что в дальнейшем положительно скажется на развитии всех структурных элементов торгово-производственных комплексов, а также производственной и социальной инфраструктуры региона и страны в целом.

В Мероприятиях по развитию отрасли «Торговля и ресторанное хозяйство» Донецкой области на 2007 г. были предусмотрены отдельные позиции, которые касаются развития ресторанного бизнеса. Однако по сравнению с торговлей, на развитие ресторанного бизнеса планировалось выделить только немногим больше 25% от суммы средств, запланированных на эти же цели для розничной и оптовой торговли. На расширение сети ресторанного бизнеса эта сумма составила только 10,2% от общей суммы средств в торговле.

Структура внутреннего распределения расходов в торговле и ресторанном бизнесе также имеет значительные отличия. Так, если конкретно на расширение сети предприятий торговли за счет строительства и аренды предполагалось израсходовать 91,6% всех средств, которые предусмотрено на развитие отрасли, то в ресторанном бизнесе эта цифра почти в 3 раза меньше – 36,2%. Соответственно, на повышение эффективности работы предприятий торговли за счет реконструкции, модернизации, технического перевооружения закладывались средства в объеме 7,78%, тогда как для предприятий питания – только 6,5%. Всего же на развитие конкретно ресторанного бизнеса запланировано было израсходовать 80534,8 тыс. грн., причем более 50% этих средств – это средства самих предприятий и другие источники. 48,4% от общей суммы предполагалось

направить на организацию питания школьников общеобразовательных школ и 36,16% – на увеличение сети ресторанного бизнеса на 1450 единиц и 5032 места (за счет нового строительства, аренды помещений и др.).

Фактически же в 2007 г. сеть ресторанного бизнеса в Донецкой области сократилась на 3,86% по количеству предприятий и на 1,97% по количеству мест на них. Увеличился в общем количестве заведений рынок ресторанов на 11 единиц (или на 11,3%), а количество мест – на 1,4 тыс. мест (15,19%). Рынки других типов предприятий, соответственно, сокращались: баров – на 0,96%, кафе – на 2,59%, столовых – на 6,73%. Фактически, как следует из проведенного автором исследования, планы по увеличению сети не были реализованы.

Положительным моментом следует признать то, что основное внимание в Мерах уделено организации питания учащихся общеобразовательных школ. Однако и здесь отмечается однобокость в сторону организации питания только детей льготных категорий и учащихся 4-х классов. В современных условиях, когда минимальная стоимость относительно оптимального рациона школьников старших классов на момент разработки Мер составляла в среднем 5 грн., а 4-х классов – 3,75 грн., запланированных средств явно уже было недостаточно, чтобы обеспечить достаточным по всем параметрам питанием выделенные группы школьников. Фактически, на одного учащегося данных категорий в год заложена была сумма в 285,2 грн., что в день составляет менее одной грн. Таким образом, сознательно было запланировано в недостаточном объеме количество средств для реализации поставленной задачи, что свидетельствует о ненадлежащем отношении к организации питания подрастающего поколения и, соответственно, недооценка необходимости развития ресторанного бизнеса как такового.

Задачу по увеличению охвата горячим питанием рабочих промышленных предприятий Донецкой области в целом можно было на отмеченный момент времени считать реализованной (на 2007 г.). При планах для осуществления цели открыть три новых предприятия на 135 мест и восстановить работу трех законсервированных объектов на 285 мест, отмечалось увеличение сети в таких

промышленных населенных пунктах как Горловка (на 1,02%), Енакиево (на 3,17%), Красный Лиман (на 6,25%), Кировское (на 12,5%) [218, с. 52-53].

Однако, на фоне некоторых положительных тенденций развития в ресторанном бизнесе все еще сохраняется ряд проблем и нерешенных задач, которые еще более усугубились в 2014 г. (рис. 5.19): недостаточное развитие сети предприятий ресторанного бизнеса, которые бы отвечали современным требованиям дизайна, технологического оснащения, прогрессивным методам обслуживания, тематической направленности, ассортименту продукции и услуг; наличие определенных «перекосов» в территориальном размещении предприятий; не развитая сеть «адресных» предприятий, которая была бы ориентирована на различные слои потребителей, а также предприятий быстрого обслуживания; недостаточный уровень качества и ассортимента услуг, которые предоставляются потребителям на предприятиях ресторанного бизнеса различных типов.

Выявленные недостатки обусловили необходимость разработки новой Концепции, Программы развития внутренней торговли и ресторанного бизнеса, в частности, на ближайшую перспективу, а именно на период до 2012 года и Мероприятий по их реализации, что было реализовано автором в составе творческого коллектива Донецкого национального университета экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского применительно к ресторанному бизнесу (прил. X, Ц).

Для коренного изменения сложившейся ситуации в Концепции предусмотрено самостоятельной позицией развитие ресторанного бизнеса, являющегося важным составным элементом торгово-производственного комплекса. Данное положение должно найти обязательное дальнейшее отражение в принимаемых документах на всех уровнях управления и самоуправления.

Цель Концепции заключалась в обеспечении функционирования и стабильного развития потребительского рынка, удовлетворении потребностей населения в товарах и услугах ресторанного бизнеса, отвечающих мировым стандартам качества и безопасности (прил. X).

Программные положения	Направления действия механизма экономического регулирования
<p>совершенствование и принятие новых общегосударственных нормативно-законодательных документов по регулированию развития ресторанного бизнеса и, в первую очередь, Закона «О внутренней торговле»;</p> <p>трансформация системы учета показателей деятельности и развития ресторанного бизнеса;</p> <p>интеграция научных учреждений и ресторанного бизнеса для развития последнего в соответствии с требованиями ВТО и устранения противоречий по вопросам профессиональной подготовки кадров для осуществления предпринимательской деятельности.</p> <p>обеспечение снижения асимметрии информации путем разработки и мониторинга стандартов качества деятельности ресторанного бизнеса и разработка систем институционального обеспечения привлекательности инвестиционно-инновационных проектов развития данного сектора экономики и защиты прав собственности.</p>	<p>уточнение правовых принципов осуществления различных видов деятельности и их регулирование с четким разграничением разнообразных инструментов развития ресторанного бизнеса и определения порядка их использования</p> <p>разработка порядка предоставления разрешений на размещение объектов ресторанного бизнеса и установка требований к осуществлению деятельности дифференцированно, в зависимости от типа и вида предприятия ресторанного бизнеса путем обеспечения требований к формированию ассортимента продукции и услуг и уровня комфортности;</p> <p>разработка механизма приведения цен на продукцию и услуги в различных типах предприятий в соответствие с их экономическим обоснованием;</p> <p>установление порядка осуществления государственного контроля в ресторанном бизнесе и разграничение степени ответственности за нарушения правил торговли в ресторанном бизнесе и др.. нормативных требований между органами контроля и надзора и четкое определение их полномочий;</p> <p>четкое формирование требований к профессиональной подготовке кадров для ресторанного бизнеса и соответствие их образовательного-квалификационному уровню;</p> <p>совершенствование порядка государственной поддержки развития, порядка защиты прав и законных интересов субъектов деятельности и фиксирование видов юридической ответственности в ресторанном бизнесе;</p> <p>разработка нового Налогового кодекса с обязательным выделением отдельного раздела о статусе и налогообложении малых предприятий.</p>
<p>Первоочередное решение вопросов</p>	
<p>↓</p> <p>формирование надлежащей законодательной и нормативно-правовой базы развития ресторанного бизнеса;</p> <p>разработка четко обозначенных стандартов типизации предприятий ресторанного бизнеса и механизма определения их статуса для установления четкой границы регулирующих функций со стороны местных государственных организаций;</p> <p>корректировка статистической отчетности предприятий ресторанного бизнеса для отображения реального состояния дел;</p> <p>реализация комплекса мероприятий с целью защиты прав потребителей;</p> <p>совершенствование кадровой политики на предприятиях ресторанного бизнеса</p>	

Рисунок 5.19 – Основные положения по повышению эффективности развития ресторанного бизнеса.

Основные принципы развития ресторанного бизнеса в Концепции развития внутренней торговли до 2012 г., Программных положениях, задачах и мероприятиях по реализации сформулированы на основе результатов разработок автора, представленных в [8; 10-12; 14-42; 308] и данном научном исследовании.

Так, основой Концепции предполагалось: выделение ресторанного бизнеса в самостоятельную систему торгово-производственного комплекса, что имеет особую важность в развитии всех без исключения сфер деятельности и экономики Украины в целом; установление структурных трансформаций в ресторанном бизнесе. В частности таких как функциональная, организационная, социальная и территориальная; обоснование необходимости формирования адекватной структуры организационных образований согласно мировым требованиям к организации обслуживания и предоставления услуг; вопрос восстановления и повышения инвестиционной привлекательности ресторанного бизнеса; целесообразность использования бенчмаркинга в развитии ресторанного с учетом отечественных особенностей и тенденций; интеграция с научными учреждениями по вопросам научных разработок с целью инновационного развития ресторанного бизнеса; комплексность и многостепенность системы подготовки высококвалифицированных кадров для ресторанного бизнеса.

Концептуальные основы формирования инфраструктуры ресторанного бизнеса с целью эффективного развития обусловлены основной целью деятельности данной сферы – наиболее полное удовлетворение спроса населения в услугах, связанных с организацией питания по месту работы, обучения, отдыха и в других внедомашних условиях, а также направлено на повышение качества, разнообразия ассортимента продукции и услуг, совершенствование культуры обслуживания.

На основании вышеизложенного действие основного механизма экономического регулирования развития ресторанного бизнеса предполагает: уточнение правовых принципов осуществления торговой и других видов деятельности; установку требований к осуществлению деятельности дифференцированно, в зависимости от типа и вида предприятия ресторанного бизнеса; установление принципов

регулирования разных видов деятельности, что предусматривает взаимодействие специально уполномоченного центрального органа исполнительной власти, местных органов исполнительной власти и органов местного самоуправления, общественных организаций и объединений субъектов торговой деятельности; четкое разграничение различных инструментов экономического регулирования развития ресторанного бизнеса и определение порядка их использования; разработка порядка предоставления разрешений на размещение объектов ресторанного бизнеса; обеспечение требований к формированию ассортимента продукции и услуг предприятий ресторанного бизнеса различных типов и уровня комфортности; разработка механизма приведения цен на продукцию и услуги в разных типах предприятий в соответствие с их экономическим обоснованием; разграничение меры ответственности за нарушения правил торговли в ресторанном бизнесе и других нормативных требований между органами контроля и надзора с четким определением их полномочий; четкое формирование требований относительно профессиональной подготовки кадров для ресторанного бизнеса и соответствия образовательного-квалификационного уровня работников ресторанного бизнеса; установление порядка осуществления государственного контроля в ресторанном бизнесе; фиксирование видов юридической ответственности в ресторанном бизнесе; совершенствование порядка государственной поддержки развития ресторанного бизнеса; уточнение порядка защиты прав и законных интересов субъектов деятельности в ресторанном бизнесе; разработка Налогового кодекса с обязательным выделением отдельного раздела о статусе и налогообложении малых предприятий, в том числе и ресторанного бизнеса, как отдельного вида налогооблагаемой базы с осуществлением систематизации и оптимизации налоговых изъятий и неналоговых отчислений субъектом малого предпринимательства в разные фонды.

Таким образом, предложенные изменения и дополнения в программные документы по развитию различных уровней предусматривают разработку плана мероприятий по их реализации на всех ведомственных уровнях для активизации и мотивации развития ресторанного бизнеса.

Выявленные проблемы обуславливают потребность в их немедленном разрешении, потому что заложенные в Концепцию 2012 цели с учетом разработанных при участии автора предложений так и не были решены до настоящего времени.

По прежнему открытым остается вопрос о Законе Украины «О внутренней торговле», который непосредственно должен регламентировать деятельность и процесс развития сферы торговли и ресторанного бизнеса. Потому что в 2013 г. правительство Украины отказалось от идеи принятия отдельного закона о внутренней торговле аргументируя в будущем введением законодательных норм, определяющих правила осуществления такой торговли путем внесения изменений в уже действующие законы [204]. Во исполнение плана мероприятий по реализации Государственной программы активизации развития экономики на 2013-2014 гг. с целью совершенствования нормативно-правовой базы, регулирующей торговую деятельность, был подготовлен проект закона Украины «О внесении изменений в некоторые законодательные акты Украины относительно урегулирования внутренней торговли». На 01.01.2014 г. проект закона Украины «О внесении изменений в некоторые законодательные акты Украины относительно урегулирования внутренней торговли» направлен на согласование центральным органам исполнительной власти и общественным организациям. Больше правительство к совершенствованию деятельности ни торговли, ни тем более, ресторанного бизнеса не возвращалось.

Поэтому для повышения эффективности развития ресторанного бизнеса в современных условиях требуют незамедлительного решения следующий перечень задач: формирование надлежащей законодательной и нормативно-правовой базы, которая бы регламентировала организационные, юридические и экономические аспекты развития ресторанного бизнеса; разработку стандартов типизации предприятий питания, а также механизма определения их статуса, т.к. современные документы делают «размытыми» границы регулирующих функций со стороны местных государственных учреждений при выдаче лицензий предпринимателям и аттестации объектов ресторанного бизнеса; корректировка статистической отчетности ресторанного бизнеса, которая не отображает реального состояния дел; реализация

комплекса мероприятий, направленных на обеспечение контроля по выполнению субъектами предпринимательства правил торговли и гарантий на качественное обслуживание с целью защиты прав потребителей; совершенствование кадровой политики, потому что, несмотря на достаточно развитую сеть учреждений по подготовке специалистов для ресторанного бизнеса, низкий образовательно-квалификационный уровень работников предприятий остается одной из основных проблем ресторанного бизнеса.

## Выводы по разделу 5

Разработана система показателей эффективности развития ресторанного бизнеса, в которую включены показатели, которые отображают социальные и экономические условия формирования интенсивности и характера развития в условиях выполнения основных функций управления на основе прогнозирования и планирования, мотивации, моделирования и контроля, сопоставимых в разных временных периодах.

Предложенная система показателей социально-экономической эффективности развития ресторанного бизнеса в отличие от существующей, кроме показателей эффективности производства продукции и услуг, включает показатели, подчеркивающие особые условия функционирования ресторанного бизнеса и конечную результативность деятельности и удовлетворяет следующим условиям: учитывает наиболее реальные социально-экономические результаты деятельности ресторанного бизнеса, что способствует комплексной оценке; показатели достаточно просты и репрезентативны, максимально отображают исследуемое явление; система сбалансирована по спектру анализируемых результатов деятельности предприятия и не содержит дублирования показателей; предоставляет возможность определения социально-экономической эффективности ресторанного бизнеса по имеющейся в наличии информации.

Разработанная система показателей обеспечивает эффективность процесса развития ресторанного бизнеса и функционирование организационно-экономического механизма управления развитием, интеграцию всех параметров роста, целенаправленное влияние на разноуровневые и разнонаправленные факторы развития, создание внешних и внутренних условий, которые позволяют обеспечить долгосрочный и устойчивый рост показателей.

Разработан комплекс моделей управления развитием ресторанного бизнеса в виде имитационной и оптимизационной моделей управления развитием

предприятий ресторанного бизнеса для комплексной оценки и предвидения направлений изменения моделируемой системы предприятий ресторанного бизнеса при условии эффективного управления на основе имитации скорости увеличения товарооборота вследствие реализации инвестиционных ресурсов и путем прогнозирования, что направлено на принятие обоснованных управленческих решений по развитию ресторанного бизнеса. Разработанные модели позволяют в процессе формирования направлений развития предвидеть направление изменения принятых показателей без финансового или любого другого риска для предприятия, и позволяет вовремя предвидеть необходимость корректировки управленческих решений и действий под воздействием динамических факторов среды. Результаты исследования показывают, что ресторанный бизнес, включающий большое количество предприятий различных типов, видов и форм собственности, в условиях развивающейся экономики и достаточно непостоянной конкурентной среды, может рассматриваться как отдельная экономическая система, для которой наиболее приемлемыми являются модели, которые выявляют наибольшее сходство с реальным объектом. При этом в предложенной модели комплексной системы управления развитием предприятий ресторанного бизнеса обеспечена взаимосвязь задач управления, основных функций и информационной системы, что подтверждено математическими моделями регрессий, адекватных экспериментальным данным, полученным с помощью использования систем STADIA 7.0 и Projekt2.exe, а также динамической имитационной моделью прогнозирования изменений накопления капитала на предприятиях ресторанного бизнеса благодаря эффективному управлению, реализованной в системе Powersim Constructor.

Предложены направления выбора альтернативных стратегий развития ресторанного бизнеса на основе маркетинговых стратегий, таких как стратегия интенсивного роста; стратегия интеграционного роста; стратегия диверсификации. Предварительный этап разработки стратегий предполагает определение наиболее сильных и слабых сторон деятельности предприятий (SWOT-анализ), а также выявление тенденций развития условий внешней среды, влияющих в комплексе

на результативность деятельности предприятий ресторанного бизнеса. Что требует при выборе направлений развития предприятий ресторанного бизнеса всестороннего мониторинга, оценки и анализа внешней и внутренней среды предприятия и позволяет определить реальные варианты действий по выбору стратегических альтернатив. При этом оценка только факторов окружающей среды редко приводит к определению оптимальной стратегии, однако этот анализ способствует исключению всех, кроме наиболее перспективных направлений деятельности.

Разработаны и предложены изменения и дополнения в программные документы различных уровней по развитию ресторанного бизнеса, которые предусматривают разработку плана конкретных мероприятий по их реализации для активизации и мотивации развития ресторанного бизнеса.

Выявленные проблемные вопросы обуславливают незамедлительное их разрешение, вследствие того, что заложенные в Концепцию 2012 цели с учетом разработанных при участии автора предложений так и не были реализованы до настоящего времени. По прежнему открытым остается вопрос о Законе Украины «О внутренней торговле», который непосредственно должен регламентировать деятельность и процесс развития сферы торговли и ресторанного бизнеса, и от идеи принятия которого как отдельного документа в 2013 г. правительство Украины отказалось и решило откорректировать законодательные нормы, определяющие правила ведения такой торговли путем внесения изменений в уже действующие законы, что совсем не решает выявленные проблемы в ресторанном бизнесе.

Для повышения эффективности развития ресторанного бизнеса в современных условиях требуют незамедлительного решения следующие задачи: формирование надлежащей законодательной и нормативно-правовой базы, которая бы регламентировала организационные, юридические и экономические аспекты развития ресторанного бизнеса; формирование четких границ регулирующих функций со стороны местных государственных учреждений при выдаче лицензий предпринимателям, аттестации объектов ресторанного бизнеса и формирования механизма определения их статуса; корректировка форм статистической отчетности

предприятий ресторанного бизнеса для отображения реального состояния дел; реализация комплекса мероприятий, направленных на обеспечение эффективного контроля по выполнению субъектами предпринимательства правил торговли и гарантий на качественное обслуживание с целью защиты прав потребителей; совершенствование кадровой политики для ресторанного бизнеса вследствие низкого образовательно-квалификационного уровня работников предприятий, что сказывается конечных результатах деятельности ресторанного бизнеса и экономике страны в целом.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В диссертации обобщены теоретико-методологические основы развития ресторанного бизнеса и представлено авторское решение научной проблемы формирования эффективного организационно-экономического механизма управления развитием ресторанного бизнеса. К основным результатам, полученным в диссертации, относятся следующие:

1. Систематизирована и обобщена теоретическая концепция экономического развития на основе нового теоретико-методологического подхода через восприятие количественного роста, включающего качественное совершенствование путем изменений в структуре бизнес-деятельности и отвечающая реальному разнообразию социальных запросов потребителей. В процессе исследования доказана несостоятельность действующей модели экономического роста «любой ценой» и обоснована концепция, основой которой должен стать переход к социально-ориентированной модели устойчивого развития, в которой приоритетным становится качество жизни человека на основе приоритетного развития ресторанного бизнеса.

2. Обоснована сущность и место ресторанного бизнеса. Доказана необходимость его восприятия как важной самостоятельной системы торгово-производственного комплекса исходя из целевого назначения, выполняемых функций, характера труда и специфических особенностей торгово-производственной деятельности ресторанного бизнеса. Обосновано влияние результатов его деятельности на воспроизводство главной производительной силы общества – человека. Определен важный статус ресторанного бизнеса в развитии экономики в части повышения эффективности производственной и социальной сферы. Сформулировано определение «ресторанного бизнеса», которое присуще рыночному этапу развития экономики.

3. Научно обоснована концепция организационно-экономического механизма управления развитием ресторанного бизнеса, которая представляет собой комплексную систему влияния субъекта управления на процессы его эффективного социально-экономического функционирования и развития. Разработана его концептуальная схема, базирующаяся на координации управленческих решений по обеспечению оптимального согласования удовлетворения общественно необходимых и индивидуальных потребностей в рациональном питании всех субъектов бизнес-процессов и повышения эффективности ресторанного бизнеса на основе устойчивого развития для оптимизации развития и активизации предпринимательской инициативы.

4. Систематизирован методологический инструментарий исследования развития ресторанного бизнеса, который представлен в виде совокупности методов комплексного применения. Выяснено, что объективная оценка всегда базируется на особенностях функционирования организационно-экономического механизма управления развитием каждого отдельного предприятия ресторанного бизнеса, функционирующего в условиях влияния динамичных факторов внешней и внутренней среды. По результатам исследования рекомендовано использовать в комплексе количественные и качественные параметры, экспертные и потребительские оценки для выявления причин неудовлетворительного состояния и разработки обоснованных и эффективных путей развития ресторанного бизнеса на перспективу.

5. Разработана система показателей результативности управления развитием ресторанного бизнеса с использованием нового трехмерного подхода к ее формированию и комплексному использованию количественных и качественных параметров, которые сопоставимы во времени. На основе предложенной системы показателей результативности управления развитием ресторанного бизнеса осуществлен его анализ и доказана необходимость целостного восприятия объекта исследования для повышения эффективности управления развитием на базе имеющегося потенциала.

6. Предложена современная систематизация факторов развития ресторанного бизнеса, которая построена на дифференциации их на общие и специфические и

объединении внутри групп факторов по определенным признакам. На основе предложенной систематизации осуществлен мониторинг факторов развития ресторанного бизнеса, который позволил составить типологическую структуру сети ресторанного бизнеса в Украине и Донецкой области в динамике, проанализировать ее и выявить тенденции для нивелирования и нейтрализации воздействия отрицательных факторов среды на развитие ресторанного бизнеса в современных условиях.

7. Разработан организационно-информационный механизм управления развитием ресторанного бизнеса, который базируется на системе и логической модели управления развитием ресторанного бизнеса с учетом комплексного воздействия взаимосвязанных функций. Определено, что использование предложенного организационно-информационного механизма учитывает комплексное влияние системы управления развитием через оптимизацию информационно-функциональных связей, которые характеризуют изменения на всех этапах жизненного цикла количественно-качественных параметров продукции и услуг на базе имеющегося производственно-торгового потенциала предприятий ресторанного бизнеса. Сформулировано определение понятия «управление развитием ресторанного бизнеса», выступающее одной из составляющих управленческой деятельности, объектом управления которой выступают процессы преобразования и обеспечения развития, направленные на перспективу, а управленческая деятельность становится в меньшей степени направленной на администрирование и в большей – на преобразование.

8. Обоснован авторский концептуальный подход к реализации экономической свободы деятельности ресторанного бизнеса, который базируется на созданной стройной структуре, включающей систему экономической свободы, и концептуальную схему ее реализации во взаимосвязи и взаимодействии. Определено, что экономическая свобода субъекта хозяйствования возникает на стадии проектирования, выступает как необходимое условие его возникновения, а количественная оценка экономической свободы идеального, но еще не реального, предприятия определяется

исходя из количественного значения форм ее внешнего проявления. Доказано, что экономическая свобода деятельности предприятия представляет ответственное взаимодействие субъекта с хозяйственными партнерами и потребителями при выборе форм собственности и сферы приложения труда, реализации возможностей, способов распределения доходов, потребления материальных благ, реализованное на базе действующих законодательных актов и способствует реализации предпринимательской инициативы.

9. Разработан механизм обеспечения конкурентоспособности ресторанного бизнеса, который построен на основе модели формирования конкурентоспособности и функционирует на определенных уровнях управления в бизнес-среде. Определено, что конкурентоспособность предприятия формируется с учетом действия различных факторов внешней и внутренней среды с помощью комплекса показателей, определяющих положение предприятия на соответствующем рынке (сегменте, в рыночной нише) и включает как показатели конкурентоспособности продукции и услуг, так и показатели, характеризующие экономические условия производства, реализации и организации потребления продукции и услуг предприятия в целом, а также его рыночную стоимость. На основании предложенного механизма обеспечения конкурентоспособности ресторанного бизнеса и с учетом результатов экспертных оценок выбранной совокупности заведений Донецкой области было установлено, что устойчивая конкурентная позиция характерна не для всех исследуемых предприятий. Выявлено, что к особенностям проявления конкурентных преимуществ на этих предприятиях относятся: низкие затраты, конкурентоспособные цены, высокая скорость реакции на изменение спроса потребителей, высокое качество продукции и услуг, постоянное использование новых технологий, налаженные контакты с поставщиками и потребителями, динамичный ассортимент продукции и услуг, эффективная рекламная политика, систематические маркетинговые исследования.

10. Разработан экономический механизм самоуправления развитием ресторанного бизнеса, который базируется на комплексно-факторном подходе к

управлению предпринимательской деятельностью субъектами бизнес-процессов в пределах их компетенции и полной их ответственности за конечные результаты. В основу предложенного механизма положена логическая модель действия механизма самоуправления развитием ресторанного бизнеса, которая представляет этот механизм как саморегулируемую, самоорганизуемую и самоконтролируемую систему. Доказано, что самоуправление способствует раскрытию огромного инновационного потенциала и в условиях самоуправления достигается оптимальная согласованность интересов отдельно взятой личности и всего общества.

11. Разработан экономический механизм мотивации развития ресторанного бизнеса, который построен на базе согласования интересов общественной и частной заинтересованности, взаимодействия методов прямого и косвенного воздействия макро и микроуровней и влияния рыночных отношений на формирование материально-финансовых рычагов, что способствует активизации бизнес-деятельности. В рамках эффективного функционирования экономического механизма мотивации развития ресторанного бизнеса предложена оптимизация Налогового кодекса Украины с целью совершенствования налоговых изъятий и неналоговых отчислений субъектами ресторанного бизнеса, являющихся, как правило, микро и малыми предприятиями.

12. Разработан экономический механизм регулирования развития ресторанного бизнеса, представленный в виде структурно-логической схемы, в которой взаимоувязаны экономические рычаги и результаты развития ресторанного бизнеса на разных иерархических уровнях. Обосновано, что комплексное действие инструментов обеспечивает соответствующее влияние рыночных факторов на бизнес-среду, активизирует бизнес-деятельность, определяет направления развития на основе оптимизации ресурсного, информационного и инновационного обеспечения с согласованием интересов рыночных субъектов. Предложена схема использования методов государственного экономического регулирования на различных иерархических уровнях. Сформулированы выводы и рекомендации по направлениям совершенствования налоговой системы. Обоснована необходимость государственного

регулирования развития ресторанного бизнеса как самостоятельной системы торгово-производственного комплекса. В связи с чем для различных уровней управления должны быть разработаны и использоваться соответствующие нормативно-правовые акты и рычаги, отвечающие специфике деятельности ресторанного бизнеса.

13. Разработана система показателей социально-экономической эффективности ресторанного бизнеса, которая сформирована на усовершенствованном методическом подходе к управлению его эффективным развитием. В процессе исследования сделаны выводы о необходимости совершенствования системы статистической отчетности в ресторанном бизнесе и приведении ее к единообразию на всех уровнях управления. Результаты мониторинга, оценки и анализа на основе предложенной системы показателей позволили сделать вывод об устойчивой тенденции снижения эффективности управления развитием ресторанного бизнеса в последние годы при постоянном росте товарооборота ресторанного бизнеса, товарооборота на одного потребителя и на одного работника ресторанного бизнеса, что проявилось в сокращении количества потребителей, пользующихся его услугами, и удельного веса товарооборота ресторанного бизнеса в товарообороте торговли продовольственными товарами.

14. Предложена имитационная модель управления развитием ресторанного бизнеса, которая иллюстрирует поведение системы в процессе развития и при вложении инвестиционных средств по определенным направлениям. Рассчитаны прогнозы, позволяющие принимать и вовремя корректировать управленческие решения. Графическая интерпретация результатов моделирования позволила выявить основные параметры развития принятых в исследовании предприятий ресторанного бизнеса и установить динамику основных показателей, характеризующих их развитие. Предложена оптимизационная модель управления размещением сети предприятий ресторанного бизнеса различных типов, вместимости и назначения исходя из предъявляемого спроса на услуги ресторанного бизнеса и для его наиболее полного удовлетворения.

15. В основу разработанных методических рекомендаций по совершенствованию управления развитием ресторанного бизнеса положена приоритетность социальных аспектов для эффективного функционирования организационно-экономического механизма управления развитием ресторанного бизнеса, реализованных в основных положениях, которые включены в программные документы по развитию внутренней торговли различного уровня и в новую редакцию проекта Закона «О внутренней торговле». Обоснована важность включения в программные документы разных уровней положения о приоритетности развития ресторанного бизнеса как самостоятельной системы торгово-производственного комплекса для активизации и оптимизации его развития.

## СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Абрамишвили, Г. Проблемы международного маркетинга / Г. Абрамишвили. – М. : Международные отношения, 1984. – 223 с.
2. Азарян, Е. М. Потребительский рынок: становление и развитие : монография / Е. М. Азарян ; НАН Украины, Ин-т экономики пром-сти. – Донецк : [б.и.], 2002. – 304 с.
3. Азоев, Г. Л. Конкуренция: анализ, стратегия, практика / Г. Л. Азоев. – М. : Центр экономики и маркетинга, 1996. – 208 с.
4. Азоев, Г. А. Конкурентные преимущества фирмы / Г. А. Азоев, А. П. Челенков. – М. : НОВОСТИ, 2000. – 256 с.
5. Актуальні проблеми сучасності : монографія / В. А. Антонова, П. Т. Байдін, М. В. Бандура та ін.; Донецька філія Європейського університету. – Донецьк: СПД Куприянов В.С., 2010. – 500 с. (С. 450-456).
6. Ананьин, О. И. Структура экономико-теоретического знания: методологический анализ / О. И. Ананьин. – М. : Наука, 2005. – 208 с.
7. Античные риторика. – М. : Изд-во Московского университета, 1978. – 352 с.
8. Антонова, В. А. Аналіз впливу чинників зовнішнього середовища як необхідна умова для формування діючої стратегії розвитку підприємств ресторанного господарства / В. А. Антонова // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг : зб. наук. пр. – Харків: ХДУХТ, 2007.– Вип. 2(6). – С. 342-347.
9. Антонова, В. А. Динамічна імітаційна модель прогнозування стратегічного розвитку підприємств ресторанного бізнесу в ринкових умовах / В. А. Антонова // Прометей : регіон. зб. наук. пр. з екон. / Донецький економіко-гуманітарний інститут МОН України; Інститут економіко-правових досліджень НАН України. – Донецьк: ДЕГІ, 2012. – Вип. 1(37). – С.224-228.
10. Антонова, В. А. Генезис розвитку методології дослідження ресторанного сектора економіки / В. А. Антонова, О. О. Шубін. // Прометей : регіон. зб. наук. пр. з екон.

- / Донецький економіко-гуманітарний інститут МОН України; Інститут економіко-правових досліджень НАН України. – Донецьк: ДЕГІ, 2008. – Вип. 2(26). – С. 107-110.
11. Антонова, В. А. Економічні зміни як стимулюючий фактор розвитку ресторанного господарства в сучасних умовах / В. А. Антонова // Торгівля і ринок України : темат. зб. наук. пр. – Донецьк : ДонДУЕТ, 2006. – Вип. 21. – Т.2. – С. 121-127.
12. Антонова, В. А. Економічний механізм регулювання стратегічного розвитку ресторанного бізнесу / В. А. Антонова // Економічний вісник університету : зб. наук. пр. уч. та асп. – Переяслав-Хмельницький: ДВНЗ ГПУ імені Григорія Сковороди, 2008. – Вип. 5. – С. 162-166.
13. Антонова, В. А. Ринкові зміни і якість харчування: проблеми і перспективи / В. А. Антонова // Сучасні проблеми економіки та управління підприємствами : матер. міжнар. наук.-практ. конф. – Дніпропетровськ : Наука і освіта, 2007. – Т. 4. – С. 354-358.
14. Антонова, В. А. Конкуренція в системі бізнесу / В. А. Антонова // Торгівля і ринок України : темат. зб. наук. пр. – Донецьк : ДонДУЕТ, 2001. – Вип. 12. – Т. 2. – С. 21-26.
15. Антонова, В. А. Конкуренція і управління конкурентоспроможністю підприємств ресторанного господарства в умовах становлення ринку / В. А. Антонова // Науковий вісник Полтавського ун-ту споживчої кооперації України. – Серія «Економічні науки». – Полтава, 2007. – № 1(21). – С. 54-57.
16. Антонова, В. А. Конкурентоспроможність підприємства як важливий елемент ефективної стратегії розвитку ресторанного бізнесу в умовах ринкової економіки / В. А. Антонова // Прометей : регіон. зб. наук. пр. з екон. / Донецький економіко-гуманітарний інститут МОН України; Інститут економіко-правових досліджень НАН України. – Донецьк: ДЕГІ, 2007. – Вип. 3(24). – С. 371-374.
17. Антонова, В. А. Концепція дослідження розвитку сфери послуг в сучасних умовах / В. А. Антонова // Вісник ДонУЕП : зб. наук. пр. – Донецьк : ДонУЕП, 2005. – № 1. – С. 72-77.

18. Антонова, В. А. Концепція економічного розвитку підприємств ресторанного господарства в сфері послуг в умовах формування ринку / В. А. Антонова // Торгівля і ринок України : темат. зб. наук. пр. – Донецьк : ДонДУЕТ, 2005. – Вип. 19. – Т. 3. – С. 152–156.
19. Антонова, В. А. Механізм стратегічного управління розвитком ресторанного бізнесу в умовах ринку / В. А. Антонова // Схід. – Донецьк, 2009. – № 5 (96). – С. 25-30.
20. Антонова, В. А. Моделювання стратегічного управління розвитком ресторанного сектора економіки / В. А. Антонова. // Наука і економіка. – Хмельницький : ХЕУ, 2009. – Вип. № 3(15). – Т. 2. – С. 199-205.
21. Антонова, В. А. Мотивація стратегічного розвитку ресторанного бізнесу в умовах ринку / В. А. Антонова // Економічний простір : зб. наук. пр. – Дніпропетровськ : ПДАБА, 2008. – № 13. – С. 63-68.
22. Антонова, В. А. Напрямки стратегічного розвитку ресторанного бізнесу в умовах ринкової економіки / В. А. Антонова. // Економічний вісник університету : зб. наук. пр. уч. та аспір. – Переяслав-Хмельницький: ДВНЗ ГПУ імені Григорія Сковороди, 2009. – Вип. 10. – С. 75-79.
23. Антонова, В. А. Особливості комплексної оцінки якості організації праці на підприємствах харчування / В. А. Антонова // Торгівля і ринок України : темат. зб. наук. пр. – Донецьк : ДонДУЕТ, 2003. – Вип. 15. – Т. 1. – С. 197-202.
24. Антонова, В. А. Питання економічної свободи діяльності підприємств в умовах трансформаційної економіки / В. А. Антонова // Економіка: проблеми теорії та практики : зб. наук. праць. – Дніпропетровськ : ДНУ, 2006. – Вип. 21. – Т. 1. – С.132-138.
25. Антонова, В. А. Підприємства харчування в сфері послуг в умовах економічного розвитку / В. А. Антонова // Торгівля і ринок України : темат. зб. наук. пр. – Донецьк : ДонДУЕТ, 2004. – Вип. 16. – Т. II. – С. 320-326.
26. Антонова, В. А. Проблеми підтримки якості і конкурентоспроможності продукції та послуг в ринкових умовах / В. А. Антонова // Торгівля і ринок України : темат. зб. наук. пр. – Донецьк : ДонДУЕТ, 2002. – Вип. 13. – Т. 2.– С. 345-350.

27. Антонова, В. А. Проблеми формування конкурентоспроможності підприємств харчування в сучасних економічних умовах / В. А. Антонова // Торгівля і ринок України : темат. зб. наук. пр. – Донецьк : ДДКІ, 1998. – С. 116-119.
28. Антонова, В. А. Про фактори підвищення конкурентоспроможності підприємств в умовах ринку / В. А. Антонова // Торгівля і ринок України : темат. зб. наук. пр. – Донецьк : ДонДУЕТ, 2000. – Вип. 10. – С. 227-231.
29. Антонова, В. А. Регулирование стратегического развития ресторанного хозяйства ГРК / В. А. Антонова // Тенденции и перспективы развития туризма и гостеприимства в условиях кризиса. – СПб. : СПИГ, 2015. – С.62-68.
30. Антонова, В. А. Ресторанный бізнес в економічному розвитку України / В. А. Антонова // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг : зб. наук. праць. – Харків : ХДУХТ, 2010.– Вип. 1(11). – С. 595-601.
31. Антонова, В. А. Ресторанный бизнес: дефиниции и место в инфраструктуре торгово-производственного комплекса [Электронный ресурс] / В. А. Антонова // Концепт. – 2015. – № 12 (декабрь). – ART 15416. – Режим доступа: <http://e-koncept.ru/2015/15416.htm>. – ISSN 2304-120X. – Загл. с экрана.
32. Антонова, В. А. Ресторанный бізнес: розвиток в трансформаційних умовах / В. А. Антонова // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг : зб. наук. пр. – Харків : ХДУХТ, 2007. – Вип. 1(5). – У 2-х т. – Т. 1. – С. 530-535.
33. Антонова, В. А. Система управління розвитком інтелектуального потенціалу ресторанного бізнесу / В. А. Антонова // Вісник Донбаської державної машинобудівної академії : зб. наук. праць. – Краматорськ : ДДМА, 2007. –№ 2(8) – С. 18-21.
34. Антонова, В. А. Структурна перебудова ресторанного сектора економіки / В. А. Антонова // Управління розвитком : зб. наук. ст. – Харків : Вид. ХНЕУ, 2006. – № 7, спецвипуск. – С. 3-6.
35. Антонова, В. А. Трансформація показників стратегічного розвитку підприємств ресторанного господарства / В. А. Антонова // Торгівля і ринок України : темат. зб. наук. пр. – Донецьк : ДонНУЕТ, 2007. – Вип. 23. – Т. 2.– С. 7-13.

36. Антонова, В. А. Управління ресторанним бізнесом в умовах переходу до ринку // В. А. Антонова / Вісник соціально-економічних досліджень. – Одеса : ОДЕУ, 2007. – Вип. № 28. – С. 14-17.
37. Антонова, В. А. Управління соціальною сферою як важливий елемент системи управління соціально-економічним розвитком України / В. А. Антонова, М. О. Кривошеєва. // Прометей : регіон. зб. наук. пр. з екон. / Донецький економіко-гуманітарний інститут МОН України; Інститут економіко-правових досліджень НАН України. – Донецьк : ДЕГІ, 2009. – Вип. 3(30). – С. 195-197.
38. Антонова, В. А. Якість і маркетингова стратегія ресторанного бізнесу / В. А. Антонова // Торгівля і ринок України : темат. зб. наук. пр. – Донецьк : ДонНУЕТ, 2008. – Вип. 25. – Т. 2. – С. 9-15.
39. Антонова, В. А. Питання теорії самоуправління стратегічним розвитком ресторанного бізнесу в умовах ринку / В. А. Антонова // Економічний простір : зб. наук. пр. – Дніпропетровськ : ПДАБА, 2008. – № 15. – С. 71-77.
40. Антонова, В. А. Маркетинг в ресторанном бізнесі : курс лекцій. / В. А. Антонова. – Донецьк: ДонГУЭТ, 2004. – 100 с.
41. Антонова, В. А. Ресторанный бизнес: механизм и эффективность управления стратегическим развитием : монография / В. А. Антонова. – Донецьк : ДонНУЭТ, 2009. – 277 с.
42. Антонова, В. А. Стратегическое развитие ресторанного бизнеса: теория и методология исследования : монография / В. А. Антонова. – Донецьк : ДонНУЭТ, 2008. – 226 с.
43. Антонова, В. А. Структурні зміни сфери ресторанного господарства в умовах становлення ринку / В. А. Антонова // Торгівля і ринок України : темат. зб. наук. пр. – Донецьк : ДонДУЕТ, 2006. – Вип. 22. – С. 255-261.
44. Антонюк, Л. М. Міжнародна конкурентоспроможність країни: теорія та механізм реалізації : монографія / Л. М. Антонюк. – К. : КНЕУ, 2004. – 275 с.
45. Аренков, И. А. Бенчмаркинг и маркетинговые решения : монография / И. А. Аренков, Е. Г. Багиев. – СПб. : Изд-во СПбУЭФ, 1997. – 144 с.

46. Астапова, Г. В. Организационно-экономический механизм корпоративного управления в современных условиях реформирования экономики Украины / Г. В. Астапова, Е. А. Астапова, Д. П. Лойко. – Донецк : ДИЭХП, 2001. – 279 с.
47. Балабанова, Л. В. Стратегическое маркетинговое управление на основе бенчмаркинга / Л. В. Балабанова, В. В. Слипенький ; Донецкий гос. ун-т экономики и торговли им. М.Туган-Барановского. – Донецк : ДонГУЭТ, 2005. – 172.
48. Балабанова, Л. В. Маркетингове управління конкурентоспроможністю підприємств: стратегічний підхід : монографія / Л. В. Балабанова, В. В. Холод. – Донецьк : ДонДУЕТ, 2006. – 294 с.
49. Баланси та споживання основних продуктів харчування населенням України за 2004 рік : ст. сб. / Державний комітет статистики України. – Київ : Консультант, 2005. – 256 с.
50. Бальцерович, Л. Свобода і розвиток: економія вільного ринку [Електронний ресурс] : пер. з польск. / Л. Бальцерович. – Львів, 2000. – Режим доступу: <http://www.ji-magazine.lviv.ua/ji-library/balcerowycz/balc-kn.htm>. – Назва з екрану.
51. Барышникова, Л. П. Модель управления устойчивым развитием территории. / Л. П. Барышникова // Современный научный вестник. Сер. Экономические науки, 2012. – № 24(136). – С. 38-44.
52. Басовский, Л. Е. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности / Л. Е. Басовский, А. М. Лунева, А. Л. Басовский. – М. : Инфра-М, 2008. – 222 с
53. Башмаков, В. И. Профсоюзы как институт регуляции социально-трудовых отношений : автореф. дис. ... д-ра социол.: 22.00.04 / В. И. Башмаков ; госуд. ун. управления. – М., 2001. – 41 с.
54. Безчастный, Л. О механизме мотивации к научной и научно-технической деятельности в условиях рыночной экономики / Л. О. Безчастный // Экономика Украины, 1995. – № 8. – С. 15-23.
55. Белопольська, Т. В. Стратегічне управління розвитком підприємствами реального сектору економіки: механізми, методи, моделі : монографія / Т. В. Белопольська, В. М. Андрієнко, Я. В. Лендел, О. О. Плахотнік. – Донецьк, 2012. – 156 с.

56. Белошапка, В. А. Стратегічне керування: принципи і міжнародна практика / В. А. Белошапка, Г. В. Загір'їв. – К. : Абсолют-В, 1998. – 352 с.
57. Блейклі, Е. Дж. Планування місцевого економічного розвитку. Теорія і практика. Вид.2-е / Е. Дж. Блейклі ; пер. з англ. Анжела Кам'янець. – Львів : Літопис, 2002. – 416 с.
58. Близнюк, Анатолий. В Донецкой области местное самоуправление не отвечает требованиям жизни [Электронный ресурс] / Анатолий Близнюк. – Режим доступа: <http://novosti.dn.ua/details/60506/>. – Загл. с экрана
59. Бирн, Дж. Стратегическое планирование / Дж. Бирн // Бизнес УИК. – 1996. – № 7. – С. 42-47.
60. Богатин, Ю. В Моделирование рыночной деятельности предприятия : монография. Рост. гос. экон. ун-т "РИНХ". – Ростов н/Д : изд-во РГЭУ "РИНХ", 2001. – 96 с.
61. Бок, Зи Коу. Повышение эффективности общественного питания / Бок Зи Коу. – М. : Экономика, 1977. – 119 с.
62. Бок, Зи Коу. Совершенствование хозяйственного механизма в общественном питании / Бок Зи Коу. – М. : Экономика, 1981. – 144 с.
63. Большой экономический словарь / [ред.-сост. А. Н. Азрилиян]. – 6-е изд., доп. – М. : Институт новой экономики, 2004. – 1376 с.
64. Бородина, В. В. Маркетинг услуг. – М. : Гардарика, 2004 – С. 371.
65. Бранский, В. П. Принципы развития. Онтологический аспект диалектики / В. П. Бранский // Материалистическая диалектика. – 1981. – №1. – С. 30 – 35.
66. Брюховецька, Н. Ю. Економічний механізм підприємства в ринковій економіці: методологія і практика / Н. Ю. Брюховецька. – Донецьк : ІЕП НАН України, 1999. – 276 с.
67. Булеев, И. П. Формирование организационно-экономического механизма управления предприятием по обработке цветных металлов / И. П. Булеев. – Донецк : ИЭП НАН Украины, 1993. – 225 с.
68. Бурков, В. Н. Механизмы функционирования организационных систем / В. Н. Бурков, В. В. Кондратьев. – М. : Наука, 1981. – 384 с.

69. Вальтух, К. К. Общественная полезность продукции и затраты труда на ее производство / К. К. Вальтух. – М. : Мысль, 1965. – 287 с.
70. Василенко, А. В. Менеджмент устойчивого развития предприятий : монография / А. В. Василенко. – Киев : Центр уч. лит., 2005. – 648 с.
71. Васильев, С. С. Экономика производства полуфабрикатов / С. С. Васильев, З. С. Ходорова, К. А. Бейсембетов. – М. : Экономика, 1966. – 143 с.
72. Васкес, Иев. Ключевая роль экономической свободы в условиях демократии [Электронный ресурс] // Вопросы демократии. – декабрь, 2005. – Режим доступа: <http://usinfo.state.gov/journals/itdhr/1205/ijdr/vasquez.htm>.
73. Вебер, М. Избранные произведения : пер. с нем. / М. Вебер; [предисл. П. П. Гайденко]. – М. : Прогресс, 1990. – 808 с.
74. Виханский, О. С. Стратегическое управление [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.koob.ru/.../strategicheskoe\\_upravlenie](http://www.koob.ru/.../strategicheskoe_upravlenie).
75. Воронкова, А. Э. Стратегическое управление конкурентоспособным потенциалом предприятия: диагностика и организация : монография / А. Э. Воронкова. – Луганск : ЧП, 2000. – 315 с.
76. Габович, Б. А. Стохастическая модель принятия инвестиционных решений в условиях риска / Б. А. Габович, А. З. Данг, А. В. Мищенко // Финансовый менеджмент. – 2003. – № 4. – С. 50-64.
77. Гегель, Г. В. Ф. Энциклопедия философских наук, в 3-х томах, § 90, 99-102. [Электронный ресурс]. – М. : Мысль, 1974. – Режим доступа: <http://www.humanities.edu.ru/db/msg/11701>. – Загл. с экрана.
78. Гельвановский, М. Конкурентоспособность в микро-, мезо-, макроуровневом измерении / М. Гельвановский, В. Жуковская // РЭЖ. – 1998. – № 3. – С. 67-70.
79. Герасимчук, В. Г. Розвиток підприємства: діагностика, стратегія, ефективність : монографія / В. Г. Герасимчук. – К. : Вища шк., 1995. – 265 с.
80. Герасимчук, В. Г. В пошуках успішної моделі економічного розвитку / В. Г. Герасимчук. // Стратегічне управління національним економічним розвитком : монографія: в 2 т. / За заг. ред. О.В. Кендюхова. – Донецьк: «ДВНЗ ДонНТУ, 2013. –

Т. 1, – С. 85-96.

81. Герчикова, И. Н. Регулирование предпринимательской деятельности: государственное и межфирменное / И.Н. Герчикова. – М. : Консалтбанкир, 2002. – 201 с.
82. Гибкое развитие предприятия: эффективность и бюджетирование / В. Н. Самочкин, О. Б. Ронин, Е. Н. Логачева. – М. : Дело, 2005. 374 с.
83. Гіл, Чарлз В. Л. Міжнародний бізнес: конкуренція на глобальному ринку / Чарлз В. Л. Гіл; пер. з англ. А. Олійник, Р. Ткачук. – К. : Основи, 2001. – 856 с.
84. Головне управління статистики у Донецькій області [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://donetskstat.gov.ua/>. – Назва з екрану.
85. Гольдштейн, Г. Я. Стратегические аспекты управления НИИОКР : монография / Г. Я. Гольдштейн. – Таганрог : Изд-во ТРТУ, 2000. – 244 с.
86. Гончарук, В. А. Развитие предприятия / В.А. Гончарук. – М. : АНХ при прав. РФ, 2000. – 206 с.
87. Грицюк, Т. В. Государственное регулирование экономики: теория и практика / Т. В. Грицюк. – М. : РДЛ, 2004. – 288 с.
88. Голубков, Е. П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика / Е. П. Голубков. – М. : Финпресс, 1998. – 416 с.
89. Губерная, Г. К. Рынок и необходимость государственного управления / Галина Константиновна Губерная. – Донецк : Норд-Пресс, 2012. – 140 с.
90. Гуру менеджмента качества и их концепции [Электронный ресурс] // QUALITY: Менеджмент качества и ISO 9000. – Режим доступа: [http://www.quality.bizbook.ru/listing.php?book\\_id=26035&page\\_num=113](http://www.quality.bizbook.ru/listing.php?book_id=26035&page_num=113). – Загл. с экрана.
91. Губский, Б. Интернационализация Украинской экономики / Б. Губский, Д. Лукьяненко, В. Сиденко // Экономика Украины. – 2000. – № 9. – С.16-25.
92. Гэлбрейт, Дж. Новое индустриальное общество / Дж. Гэлбрейт. – М. : Прогресс, 1969. – 327 с.
93. Гэлбрейт, Дж. Экономические теории и цели общества : [пер. с англ.] / Дж. Гэлбрейт. – М. : Прогресс, 1979. – 406 с.

94. Дафт, Ричард Л. Менеджмент / Ричард Л. Дафт; пер. с англ. В. Вольского и др.; [под общ. ред. Ю. Н. Каптуревского]. – СПб. : Питер, 2001. – 832 с.
95. Делог, Л. Структурная перестройка экономики Украины / Л. Делог // БизнесИнформ. – 2000. – №1. – С. 21-23.
96. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrstat.gov.ua/>. – Назва з екрану.
97. Державна стратегія регіонального розвитку на період до 2015 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.largis.org.ua/largis2/ukraine/component/ukrstatestrategy2013.htm>. – Назва з екрану.
98. Державний комітет статистики України. Статистична інформація з соціально-економічного, демографічного розвитку України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>. – Назва з екрану.
99. Джефферсон, Томас. Томас Джефферсон о демократии : сборник / Т. Джефферсон; сост. К. Падоваера. – СПб. : Рес Гумана, Лениздат, 1992. – 333 с.
100. Дихтль, Е. Практический маркетинг / Е. Дихтль, Х. Хершген. – М. : Высш. шк., 1995. – 255 с.
101. Дроздов, И. Управление развитием организации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://gtmarket.ru/laboratory/basis/4498/450228>. – Загл. с экрана.
102. ДСТУ 3862-99 Громадське харчування. Терміни та визначення. – Київ : Держспоживстандарт України, 1999. – 29 с.
103. ДСТУ 4281 : 2004. Заклади ресторанного господарства. Класифікація. – Київ : Держспоживстандарт України, – 24 с.
104. Доланд, Э. Дж. Микроэкономика / Э. Дж. Доланд, Д. Ландсей ; пер. с англ. и общ. ред. Б. Лисовика и В. Лукашевой. – СПб., 1994. – 448 с.
105. Доходи та витрати населення України 1995. Дані вибіркового обстеження Київського міжнародного інституту соціології. – Київ : КМІС, 1996. – 67 с.
106. Друкер, Питер Ф. Задачи менеджмента в XXI веке / Питер Ф. Друкер; пер. с англ. – М. : Вильямс, 2000. – 272 с.

107. Дубовиков, Б. А. Основы научной организации управления качеством / Б. А. Дубовиков. – М. : Экономика, 2006. – 319 с.
108. Дунаева, В. С. Экономические законы социализма и проблемы народнохозяйственного оптимизма / В. С. Дунаева. – М. : Мысль, 1976. – 263 с.
109. Ежегодный рейтинг 179 стран мира по уровню экономической свободы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://h.ua/story/164183/>.
110. Єременко-Григоренко, О. А. Організаційно-економічний механізм управління господарською діяльністю підприємства : автореф. дис... канд. екон. наук : 08.06.01/ О. А. Єременко-Григоренко ; НАН України. Ін-т економіки пром-сті. – Донецьк, 2000. – 24с.
111. Ерженина, Е. Ф. Механизм развития экономической мотивации в предпринимательстве : дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05/ Екатерина Феликсовна Ерженина ; инт. упр. и экон. – СПб., 2002. – 188 с.
112. Ермолов, М. О. Чем отличается конкурентоспособность фирмы от конкурентоспособности товара / М. О. Ермолов. // Как продать ваш товар на внешнем рынке : справочник. – М. : Мысль, 1990. – С. 228-241.
113. Жидков, И. Е. Формирование и развитие рынка услуг ресторанного бизнеса в экономике России : автореф. дис. канд. экон. наук : 08.00.05 / Илья Евгеньевич Жидков; Тамбовский гос. ун. им. Г.Р. Державина. – Тамбов, 2003 – 24 с.
114. Завьялов, П. Конкуренция – неотъемлемое свойство развития рынка / П. Завьялов. // Маркетинг. – М. : Центр маркетинговых исследований и менеджмента, 2002. – № 15 спец. вып. – 128 с.
115. Занюк, С. С. Психология мотивации: теория и практика мотивирования. Мотивационный тренинг / С. С. Занюк. – К. : Эльга-Н : Ника-Центр, 2001. – 352 с.
116. Зулькарнаев, И. У. Метод расчета интегральной конкурентоспособности промышленных, торговых и финансовых предприятий [Электронный ресурс] // Маркетинг в России и за рубежом. – № 4/2001. – Режим доступа: <http://www.cfin.ru/press/marketing/2001-4/04.shtml>. – Загл.экрана.

117. Иванов, Ю. Б. Конкурентоспособность предприятия в условиях формирования рыночных отношений : монография / Ю. Б. Иванов. – Харьков : ХГЭУ, 1997. – 246 с.
118. Изменения в питании испортили психику человечества // Вечерний Донецк. – 2006. – № 16 . – 31 января.
119. Индекс экономической свободы стран. The Heritage Foundation: Рейтинг экономической свободы стран мира 2015 года. [Электронный ресурс] // Центр гуманитарных технологий. – 27.01.2015. Режим доступа: <http://gtmarket.ru/news/2015/01/27/7068>. – Загл. с экрана.
120. Илларионов, А. Экономическая свобода и благосостояние народов / А. Илларионов // Вопросы экономики. – 2000. – № 4. – С. 83-101.
121. Ильин, В. Комплексное воздействие экономических рычагов на качество продукции / В. Ильин // Социалистический труд, 1980. – № 10. – С. 19-29.
122. Ильчиков, М. З. Предпринимательская функция и экономический механизм ее осуществления / М. З. Ильчиков. – М. : Камерон, 2005. – 101 с.
123. Истоки: из опыта изучения экономики как структуры и процесса / Ред. Я. И. Кузьминов, В. С. Автономов, Р. М. Энтов. – М. : ГУ ВШЭ, 2006. – 241 с.
124. Канторович, Л. Сфера обслуживания и наука / Л. Канторович // Правда. – 1967. – 20 марта.
125. Карлофф, Б. Деловая стратегия / Б. Карлофф; пер. с англ.; [науч. ред. и авт. послесл. В. А. Приписнов]. – М. : Экономика, 1991. – 239 с.
126. Кейнс, Дж. М. Избранные произведения / Дж. М. Кейнс; пер. с англ. – Москва, 1993.
127. Кіндрацька, Г. І. Стратегічний менеджмент / Г. І. Кіндрацька. – К. : Знання, 2006. – 366 с.
128. Кларк, Г. Доисторическая Европа. Экономический очерк / Г. Кларк. – М., 1953. – 348 с.
129. Клок, К. Конец менеджмента и становление организационной демократии / Кеннет Клок, Джоан Голдсмит. – СПб. : Питер, 2004. – 364 с.

130. Ковлер, А. И. Кризис демократии. Демократия на рубеже XIX века / А. И. Ковлер. – М., 1997. – 190 с.
131. Козаченко, А. В. Механизм стратегического управления крупными производственно-финансовыми системами промышленности / А. В. Козаченко. – Донецк : ИЭП НАН Украины, 1998. – 348 с.
132. Конкуентоспроможність економіки України в умовах глобалізації / Я. А. Жаліло [та ін.]; за ред. Я. А. Жаліло. – К. : НІСД, 2005. – 388 с.
133. Конституція України. Закон України «Про внесення змін до Конституції України» : текст відповідає офіц. – К. : Школа, – 48 с.
134. Котлер, Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер [и др.] ; пер. с англ. – К. : «Вильямс», 1998. – 1056с.
135. Котлер, Ф. Маневры маркетинга. Современные подходы к прибыли, росту и обновлению / Ф. Котлер, Д. К. Джайн, С. Мэйсинси ; пер. с англ. – М. : ОЛИМП-БИЗНЕС, 2003. – 224 с.
136. Кочерга, А. И. Сфера обслуживания населения (вопросы социалистического воспроизводства) / А. И. Кочерга. – М. : Мысль, 1979. – 293 с.
137. Кочерга, А. И. Экономические показатели в общественном питании и их совершенствование / А. И. Кочерга, Я. С. Столяров. – К. : Техніка, 1965. – 169 с.
138. Кочерга, А. И. Экономические проблемы общественного питания : монография / А. И. Кочерга. – М. : Экономика, 1972. – 420 с.
139. Коуз, Р. Фирма, рынок и право / Р. Коуз. – М. : Прогресс, 1993. – 224 с.
140. Кравцова, Т. М. Державне регулювання господарської діяльності: адміністративно-правові аспекти : монографія / Т. М. Кравцова. – Суми : Мрія, 2006. – 184 с.
141. Крамаренко, Г. О. Організаційно-економічний механізм управління житлово-комунальним комплексом : автореф. дис... д-ра екон. наук: 08.06. 01 / Г. О. Крамаренко ; НАН України. ін-т економіки пром-сті. – Донецьк, 1998. – 36 с.
142. Крылатых, Э. Н. Основы макроэкономики / Э. Н. Крылатых. – М. : ТЕКС, 1999. – 104 с.

143. Кульман, А. Экономические механизмы / А. Кульман; пер. с фр.; [общ. ред. Н. И. Хрусталева]. – М. : Прогресс; Универс, 1993. – 192 с.
144. Кучин, Б. Л. Управление развитием экономических систем: технический прогресс, устойчивость / Б. Л. Кучин, Е. В. Якушева. – М.: Экономика, 1990. – 156 с.
145. Ламбен, Ж. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива. – СПб. : Наука, 1996. – 589 с.
146. Ламбен, Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок. Стратегический и операционный маркетинг / Жан-Жак Ламбен; пер. с англ. под ред. В. Е. Колчанова. – М. : Питер, 2004. – 796 с. - (Сер. "Классика МВА").
147. Левин, А. И. Научно-технический прогресс и личное потребление / А. И. Левин. – М. : Мысль, 1979. – 247с.
148. Лепа, Н. Н. Методы и модели стратегического управления предприятием : монография / Н. Н. Лепа. – Донецк : Юго-восток, 2002. – 185 с.
149. Леонтьев, В. В. Общеэкономические проблемы межотраслевого анализа. Избранные произведения / В. В. Леонтьев. – М. : Экономика, 2006. – Т.1. – 407 с.
150. Леонтьев, В. В. Межотраслевая экономика : [пер. с англ.] / В. В. Леонтьев. – М. : Экономика, 1997. – 479 с.
151. Лопатников, Л. И. Экономико-математический словарь / Л. И. Лопатников. – М. : Наука, 1987. – 512 с.
152. Львов, Д. С. Стандартизация и качество. Экономический аспект проблемы / Д. С. Львов [и др.]. – М. : Экономика, 1972. – 255 с.
153. Львов, Д. С. Экономика качества продукции / Д. С. Львов. – М. : Экономика, 1972. – 255 с.
154. Львов, Д. С. Эффективность и качество производства / Д. С. Львов. – М. : Знание, 1974. – 65 с.
155. Лысенко, Ю. Организационно-экономический механизм управления предприятием / Ю. Лысенко, П. Егоров // Экономика Украины. – 1997. – №1. – С. 86-87.
156. Майэр, Дж. Міжнародне середовище бізнесу: Конкуренція та регулювання у глобальній економіці / Дж. Майэр, Д. Олесневич; пер. з англ. – К. : Либідь, 2003. – 703 с.

157. Макконнелл, К. Экономикс / К. Макконнелл, С. Брю. – 14-е издание. – М. : ИНФРА-М, 2002. – 972 с.
158. Максимова, Т. С. Моніторинг розвитку ринку дозвілля та розваг як інструмент діагностування реалізації стратегії управління маркетинговою діяльністю підприємства. // Маркетинг і менеджмент інновацій. – Суми : ТОВ ВТД Университетська книга, 2014. – № 2. – С. 114-121.
159. Малышев, В. Пятерка и Китай: Сопоставительный прогноз экономического развития на период до 2015 года [Электронный ресурс] // Вопросы экономики. – 1998. – № 11. – Режим доступа: [http://vopreco.ru/rus/archive.files/n11\\_1998.html](http://vopreco.ru/rus/archive.files/n11_1998.html). – Загл с экрана.
160. Маркина, І. А. Управління споживчою кооперацією як соціально-економічною системою : монографія / І. А. Маркина. – Полтава : ПУСКУ, 2008. – 279 с.
161. Маркс, К. Сочинения: в 30 т. / К.Маркс, Ф. Энгельс. – 2-е изд. – Т. 20. – 854 с.
162. Маркс, К. Сочинения: в 30 т. / К. Маркс, Ф. Энгельс. – 2-е изд. – Ч. I.: Теория прибавочной стоимости. – Т. 26. – 476 с.
163. Мартынов, В. Р. Общественное питание: резервы эффективности / В. Р. Мартынов. – М. : Экономика, 1985. – 128 с.
164. Маслов, Д. В. Особенности применения бенчмаркинга на малых и средних предприятиях / Д. В. Маслов, Э. А. Белокоровин // Методы менеджмента качества. – 2004. – № 8. – С. 24-28.
165. Махнюк, В. Р. Общественное питание: вопросы теории и тенденции развития / В. Р. Махнюк. – К. : Вища школа, 1982. – 195 с.
166. The Heritage Foundation: Рейтинг экономической свободы стран мира 2014 года. [Электронный ресурс] // Центр гуманитарных технологий. – 14.01.2014. – Режим доступа: <http://gtmarket.ru/news/2014/01/14/6575>. – Загл. с экрана.
167. Мерзликина, Г. С. Оценка экономической состоятельности предприятия : монография / Г. С. Мерзликина, Л. С. Шаховская. – Волгоград : ВолгГТУ, 1998. – 426 с.
168. Мескон, М. Х. Основы менеджмента / М. Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури; пер. с англ. – М. : Дело, 1992. – 702 с.

169. Методика комплексної оцінки бідності [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua/laws/prawo/new/cgi.bin/show.cgi>. – Назва з екрану.
170. Метод экспресс анализа уровня конкурентоспособности продукции // Экономика Украины, 1998. – № 3. – С. 80-83.
171. Методика (Основные положения) определения экономической эффективности использования в народном хозяйстве новой техники, изобретений и рационализаторских предложений. – М. : Экономика, 1977. – 45 с.
172. Методика (Основные положения) определения экономической эффективности использования в народном хозяйстве новой техники, изобретений и рационализаторских предложений (проект). – М. : АН СССР, 1985. – 30 с.
173. Методические рекомендации по комплексной оценке эффективности мероприятий, направленных на ускорение научно-технического прогресса : [утв. Постановлением ГК КТ СССР и Президиума АН СССР от 03.03.1988 г.]. – М., 1989. – 120 с.
174. Микерин, Г. И. О методологических основах оценочной деятельности в условиях перехода России к инновационному развитию [Электронный ресурс] / Г. И. Микерин. – Режим доступа: [http://www.labrate.ru/articles/mikerin\\_article\\_methodol\\_val-2008-3.doc](http://www.labrate.ru/articles/mikerin_article_methodol_val-2008-3.doc). – Загл. с экрана.
175. Минин, Б. А. Качество. Как его анализировать? / Б. А. Минин. – М. : Финансы и статистика, 1989. – 96 с.
176. Минин, Б. А. Уровень качества. Социально-экономические вопросы оценки качества и защита потребителя / Б. А. Минин. – М. : Изд-во стандартов, 1989. – 184 с.
177. Минцберг, Г. Стратегический процесс / Г. Минцберг, Дж. Куин, С. Гошал; пер. с англ. – СПб. : Питер, 2001. – 688 с.
178. Мочерний, С. Моделі трансформаційних процесів економіки / С. Мочерний // Економіка України. – 2000. – № 2. – С. 25-34.
179. Мочерный, С. В. Основы экономической теории / С. В. Мочерный [и др.]. – К.: Знання, 2000. – 435 с.

180. Мур, Джеффри Х. Экономическое моделирование в Microsoft Excel / Д. Х. Мур, Л. Р. Уэдерфорд ; ред. А. А. Минько; пер. с англ. Р. Г. Имамутдиновой, А. А. Минько, Н. А. Ореховой. – 6-е изд. – М. : Вильямс, 2004. – 1024 с.
181. Мюрдаль, Г. Современные проблемы «третьего мира» / Г. Мюрдаль. – М. : Прогресс, 1972. – 536 с.
182. Назаретян, А. П. Демографическая утопия «устойчивого развития» / А. П. Назаретян // Обществ. науки и современность. – 1996. – N 2. – С. 145-152.
183. Національний класифікатор України. Класифікація видів економічної діяльності (NACE, Rev. 1.1-2002) ДК 009:2005 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.lindex.net.ua/index.php?action=warning>. – Назва з екрану.
184. Новейший философский словарь / Сост. А. А. Грицанов. – Мн. : В. М. Скакун, 1998. – 896 с.
185. Нуреев, Р. М. Экономика развития: модели становления рыночной экономики : учебное пособие / Р. М. Нуреев. – М. : ИНФРА-М, 2001. – 240 с.
186. О государственном прогнозировании и разработке программ экономического и социального развития Украины» (1602-14) : [Закон Украины] [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://donoda.gov.ua/data/upload/publication/main/ua/1650/spravka\\_2008\\_svod.doc](http://donoda.gov.ua/data/upload/publication/main/ua/1650/spravka_2008_svod.doc). – Загл. с экрана.
187. Определение экономической эффективности инвестиций [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.investmentguru.ru/?Opredelenie\\_ekonomicheskoi\\_effektivnosti\\_investicii](http://www.investmentguru.ru/?Opredelenie_ekonomicheskoi_effektivnosti_investicii). – Загл. с экрана.
188. Оценка качества обслуживания – метод Mystery Shopping [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.job77.ru/mystery\\_shopping.html](http://www.job77.ru/mystery_shopping.html). – Загл. с экрана.
189. Павловская, И. Г. Проблемы формирования организационно-экономического механизма функционирования холдинга / И. Г. Павловская // Економіка промисловості. – 2005. – № 3(29). – С. 32-37.
190. Пастухова, В. В. Стратегічне управління підприємством: філософія, політика, ефективність : монографія / В. В. Пастухова. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2002. – 301 с.

191. Пашкус, В. Ю. Современные теории управления: теории менеджмента на пороге XXI века / В. Ю. Пашкус, Н. А. Пашкус, З. А. Савельева. – СПб. : Сентябрь; Бизнес-Пресса, 2003. – 269 с.
192. Питерс, Том. В поисках совершенства. Уроки самых успешных компаний Америки / Том Питерс [и др.]. – Киев : Диалектика, Вильямс, 2005. – 560 с.
193. Половян, А. В. Механизм обеспечения экономико-экологической безопасности хозяйственных систем : дис... канд. экон. наук: 08.02.03/ Алексей Владимирович Половян ; Донецкий нац. ун-т. – Донецк, 2004. – 241 л. – Библиогр.: л. 205-216.
194. Полуянов, В. П. Организационно-экономический механизм эффективного функционирования предприятий жилищно-коммунального хозяйства : монография / В. П. Полуянов. – Донецк : ИЭП НАН Украины, 2004. – 220 с.
195. Пономаренко, В. С. Стратегія розвитку підприємства в умовах кризи : монографія / В. С. Пономаренко, О. М. Тридід, М. О. Кизим. – Харків : Інжік, 2003. – 328 с.
196. Пономаренко, В. С. Стратегічне управління / В. С. Пономаренко. – Х. : Основа, 1999. – 620 с.
197. Пономарьов, І. Ф. Методологічні основи і соціально-економічні передумови удосконалення організаційно-економічного механізму управління підприємством / І. Ф. Пономарьов, Е. І. Полякова // Наук. праці ДонНТУ. Сер.: економічна. – Донецьк : ДонНТУ. – 2004. – Вип. 76. – С. 53 – 60.
198. Попов, В. Нетерпение ума или «зачем мы морочим голову словом «социалистический» / В. Попов // РЭЖ. – 1999. – №3. – С. 12-23.
199. Попов, Д. Эволюция показателей стратегии развития предприятия / Д. Попов // Управление компанией. – 2003. – № 1. – С. 69.
200. Попов, Д. Эволюция показателей стратегии развития предприятия / Д. Попов // Управление компанией. – 2003. – № 2. – С. 66.
201. Портер, М. Международная конкуренция / Майкл Портер; пер. с англ.; [под ред. и с пред. В. Д. Щетинина]. – М. : Международные отношения, 1993. – 896 с.

202. Портер, Майкл Е. Стратегія конкуренції / Е. Майкл Портер; пер. с англ. А. Олійник, Р. Сільський. – К. : Основи, 1998. – 390 с.
203. Правдин, Д. И. Развитие непроеизводственной сферы при социализме (темпы, пропорции, перспективы) / Д. И. Правдин. – М. : Экономика, 1976. – 158 с.
204. Правительство отказалось от закона о внутренней торговле [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.unian.net/society/806070-pravitelstvo-otkazalos-ot-zakona-o-vnutrenney-torgovle.html>.
205. Притула, О. В. Мотиваційні механізми та їх використання у сфері підприємництва / О. В. Притула. – Львів : НАН України, ін.-т регіон. досліджень, 2003. – 212 с.
206. Про захист економічної конкуренції : Закон України : [від 11 січня 2001р.]; №2210-III // Конкурентне законодавство України. Юр. зб. – К., 2002. – С. 45-91.
207. Прокопенко, Н. Д. Формирование условий пропорционального развития производственного комплекса региона : монография / Н. Д. Прокопенко, Е. Т. Иванов, Ф. Е. Поклонский и др.; НАН У, Ин-т экономики пром-ти, 2001. – 532 с.
208. Путятин, Ю. А. Финансовые механизмы стратегического управления развитием предприятия / Ю. А. Путятин, А. И. Пушкарь, А. Н. Тридед. – Харьков : Основа, 1999. – 448 с.
209. П'ятницька, Г. Т. Ресторанне господарство України: ринкові трансформації, інноваційний розвиток, структурна переорієнтація : монографія / Г. Т. П'ятницька. – К. : Київ. нац. торг-екоп. ун-т, 2007. – 465 с.
210. П'ятницька, Г. Т. Управління підприємством в епоху глобалізму : монографія / Г. Т. П'ятницька. – К. : Логос, 2006. – 568 с.
211. Радченко, К. І. Стратегічний аналіз у бізнесі / К. І. Радченко. – Вид. 2 доп. – Львів : Новий світ-2000, Алтаїр-2002, 2003. – 272 с.
212. Райзберг, Б. А. Современный экономический словарь / Б. А. Райзберг, Л. Ш. Лозовский, Е. Б. Стародубцева. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : ИНФРА-М, 2004. – 480 с.

213. Ракитский, Б. В. Мера разрушения при революциях: теоретические подходы и практика преобразований в современной России / Б. В. Ракитский // Шансы российской экономики. – М. : ТЕИС, 1999. – С. 68-85.
214. Реген, В. Управление комплексным развитием предприятия / В. Реген. – СПб. : Венера Регена, 2006. – 301 с.
215. Ройзман, В. М. План, хозрасчет, стимулы в общественном питании / В. М. Ройзман. – М. : Экономика, 1975. – 197 с.
216. Роздрібна торгівля України у 2006 році : стат. зб. / Державний комітет статистики України. – К. : Консультант, 2007. – 203 с.
217. Роздрібна торгівля України у 2008 році : стат. зб. / Державний комітет статистики України. – К., 2009. – 173 с.
218. Роздрібна торгівля України у 2004 році : стат. зб.» / Державний комітет статистики України. – К. : Консультант, 2005. – 230 с.
219. Роздрібна торгівля України у 2009 році : стат. зб. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>. – Назва з екрану.
220. Роздрібна торгівля України у 2010 році [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>. – Назва з екрану.
221. Роздрібна торгівля України у 2011 році [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>. – Назва з екрану.
222. Роздрібна торгівля України у 2013 році [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>. – Назва з екрану.
223. Роздрібна торгівля України у 2014 році [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>. – Назва з екрану.
224. Ростоу, Уолт У. Стадии экономического роста / Уолт У. Ростоу. – Нью-Йорк : Прегер, сор. 1961.
225. Руссо, Ж.-Ж. Об общественном договоре, или Принципы политического права [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://isttv.net/node/2>. – Назв. с екрана.
226. Рябоконт, П. Ненормальна норма закону, або чому падають економічні акції України / П. Рябоконт // Дзеркало тижня. – 2000. – № 26(350). – 14-20 липня.

227. Савицкая, Г. В. Анализ эффективности и рисков предпринимательской деятельности: методологические аспекты : монография / Г. В. Савицкая. – М. : НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 272 с.
228. Садеков, А. А. Предпринимательство и устойчивое развитие : монография / А. А. Садеков. – Донецк : ДонГУЭТ им. М. Туган-Барановского, 2002. – 450 с.
229. Самуэльсон, П. Экономика / Пол Самуэльсон; пер. с англ. – в 2-х томах. -- М. : Алгон, ВНИИСИ, 1992. – Том 1. – 334 с.; Том 2. – 416 с.
230. Сараева, Т. М. Методы определения уровня обеспеченности населения услугами общественного питания / Т. М. Сараева // Общественное питание. – 1978. – Вып. 14. – С. 44-48.
231. Сборник действующих нормативных актов Министерства торговли УССР по вопросам общественного питания / [Подготов. В. Н. Васильченко [и др.]. – К. : Техніка, 1981. – 191 с.
232. Семенов, В. С. Сфера обслуживания и ее работники / В. С. Семенов. – М. : Изд-во политической литературы, 1966. – 22 с.
233. Семенов, В. С. Сфера обслуживания населения при социализме / В. С. Семенов. – М. : Мысль, 1968. – 21 с.
234. Симорот, В. П. Пути повышения уровня охвата населения услугами общественного питания / В. П. Симорот, Т. М. Сараева. – К. : Вищ. шк., 1979. – 279 с.
235. Словарь иностранных слов. – 18-е изд., стер. – М. : Рус. яз., 1989. – 624 с.
236. Словарь синонимов русского языка / З. Е. Александрова; [под ред. Л. А. Чешко]. – М. : Рус. яз., 1986. – 600 с.
237. Современный экономический словарь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ebk.net.ua/Book/Ses/f/f.htm>. – Назв. с экрана.
238. Солженицын, А. И. Россия в обвале / А. И. Солженицын. - М., 1998. – 198 с.
239. Сорока, І. «Дух капіталізму» і «дух підприємництва» як генератори мотивації ділової активності / Ігор Сорока // Схід. – 1999. – № 6. – С. 9-17.
240. Сорока, И. В. Мотивация предпринимательства и труда : проблемы взаимообусловленности : монография / И. В. Сорока. – Донецк : ДКИ, 1993. – 158 с.

241. Сорока, И. В. Мотивация предпринимательства, труда и менеджмента в условиях социального рыночного хозяйства: логика и эффективность триады : монография / И. В. Сорока. – Донецк : ДГКИ, 1996. – 283 с.
242. Сорока, И. В. Мотивация предпринимательства как экономико-философский феномен: сущность, эволюция, современные проблемы : монография / И. В. Сорока. – Донецк : ДГУЭТ, 1999. – 457 с.
243. Сорокин, П. А. Социокультурная динамика и эволюционизм / П. А. Сорокин // Американская социологическая мысль. – М., 1996. – С. 372-392.
244. Социальная статистика [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://i-u.ru/biblio/arhiv/books/nomame\\_socstat/ec4.asp](http://i-u.ru/biblio/arhiv/books/nomame_socstat/ec4.asp). – Назв. с экрана.
245. Социально-экономическое развитие Донецкой области за 1986-1990 годы : ст. сб. / ЦСУ УССР. – Донецк : ДОУС, 1991. – 258 с.
246. Спіріна, М. В. Стратегія управління конкурентоспроможністю підприємства / М. В. Спіріна // Актуальні проблеми економіки. – 2004. – № 8(38). – С. 176-182.
247. Стан організації праці на підприємствах ресторанного господарства : монографія / за ред. Т. І. Юдіної. – Донецьк : ДонНУЕТ, 2007. – 128 с.
248. Статистика уровня и качества жизни населения [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://distance.ru/4stud/umk/stat/stat21.html/>. – Назв. с экрана.
249. Статистичний щорічник Донецької області за 2008 р. / Головне управління статистики у Донецькій області. – Донецьк : ДГУС, 2009. – 496 с.
250. Статистичний щорічник України за 2002 рік / ДКС України. – Київ : Консультант, 2003. – 664 с.
251. Статистичний щорічник України за 2004 рік / ДКС України. – Київ : Консультант, 2005. – 592 с.
252. Статистичний щорічник України за 2007 рік / ДКС України. – Київ : Консультант, 2008. – 572 с.
253. Статистичний щорічник України за 2008 рік / ДКС України. – Київ : ДП «Інформаційно-аналітичне агентство», 2009. – 566 с.

254. Статистичний щорічник України за 2010 рік [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>. – Назва з екрану.
255. Статистичний щорічник України за 2012 рік [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>. – Назва з екрану.
256. Статистичний щорічник України за 2013 рік [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>. – Назва з екрану.
257. Статистичний щорічник України за 2014 рік [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>. – Назва з екрану.
258. Стратегическое планирование / [под ред. Э.А. Уткина]. – М. : ТАНДЕМ, ЭКМОС, 1998. – 440 с.
259. Стратегия управления социально-экономическим развитием региона на период до 2010 года. – Донецк : ИЭП НАН Украины, 1999. – 160 с.
260. Струмилин, С. Г. Бюджет времени русского рабочего / С. Г. Струмилин. – Москва-Петроград : Вопросы труда, 1923. – 40 с.
261. Струмилин, С. Г. Емкость нашего рынка / С. Г. Струмилин. – М. : Ком. Университет им. Я. М. Свердлова, 1924. – 46 с.
262. Струмилин, С. Г. Народный доход СССР / С. Г. Струмилин // Плановое хозяйство. – 1926. – № 8. – С. 145.
263. США: Государство и рынок / А. Б. Парканский [и др.]. – М. : Наука, 1991. – 200 с.
264. Сытниченко, В. Тенденции качества в новом тысячелетии / В. Сытниченко // Стандарты и качество. – 2001. – №1. – С. 54-58.
265. Твердохлебова, Е. А. Социально-экономическое прогнозирование как основа управления развитием территории / Е. А. Твердохлебова // Молодой ученый. – 2013. – № 7. – С. 249-255
266. Теоретические и прикладные аспекты функционирования производственного комплекса региона : монография / А. И. Амоша [и др.]. - Донецк : НАН Украины. Ин-т экономики промышленности; Ин-т экономико-правовых исследований, 2004. – 424 с.

267. Терехова, С. А. Формирование механизма стратегического управления социально-хозяйственным комплексом региона : монография / С. А. Терехова. – Тюмень : ТюмГУ, 2004. – 304 с.
268. Территориальная организация общественного питания. Вопросы теории и практики / В. И. Карсекин. – К. : Вища шк., 1984. – 200 с.
269. Теряева, С. В. Экономико-статистический анализ развития общественного питания в крупном городе : дис. ... канд. экон. наук : спец. 08.00.11 / С. В. Теряева ; Ленинградский ордена Трудового Красного Знамени ин-т сов. торг. им. Ф.Энгельса. – Ленинград, 1989. – 253 с.
270. Тодаро, М. П. Экономическое развитие [пер. с англ.] / М. П. Тодаро. – М. : Экономический ф-т МГУ, ЮНИТИ, 1997. – 171 с.
271. Томпсон, А. Л. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии : учеб. для вузов [пер. с англ.] / А. Л. Томпсон, А. Дж. Стрикленд. – М. : Банки и биржи, ЮНИТИ, 1998. – 576 с.
272. Торгівля Донецької області у 2003-2007 роках : стат. зб. / Головне управління статистики у Донецькій області. – Донецьк : ДГУС, 2008. – 105 с.
273. Трифилова, А. А. Управление инновационным развитием предприятия / А. А. Трифилова. – М. : Финансы и статистика, 2003. – 173 с.
274. Тымчук, В. В. Предпринимательские решения в развитии ресторанного бизнеса (на примере Санкт-Петербурга) [Электронный ресурс].: автореф. дис. канд. экон. наук: 08.00.05 / В. В. Тымчук ; Балтийская акад. тур. и предпринимательства. – Санкт-Петербург, 2006. – Режим доступа: <http://economy-lib.com/predprinimatelskie-resheniya-v-razvitii-restorannogo-biznesa#ixzz3pOMJNRfq>. – Загл. с экрана.
275. Тэпман, Л. Н. Предпринимательское управление: зарубежный опыт / Л. Н. Тэпман, В. А. Швандар. – М. : ЮНИТИ, 2004. – 225 с.
276. Україна у цифрах у 2014 році : стат. зб. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>. – Назва з екрану.

277. Украинский прорыв: для людей, а не для политиков. Программа деятельности Кабинета Министров Украины [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.tymoshenko.com.ua/rus/mews/first/4792>. – Загл. с экрана.
278. Фэй, Л. Курс МВА по стратегическому менеджменту / Л. Фэй, Р. Рэнделл; пер. с англ. – М. : Альпина Паблишер, 2002. – 608 с.
279. Фатхутдинов, Р. А. Конкурентоспособность: Россия и мир. 1992–2015 / Р. А. Фатхутдинов. – М. : Экономика, 2005. – 608 с.
280. Фатхутдинов, Р. А. Глобальная конкурентоспособность: инструменты системного развития : монография / Р. А. Фатхутдинов. – М. : Стандарты и качество, 2009. – 464 с.
281. Фейгенбаум, А. Контроль качества продукции : [сокр. пер. с англ] / А. Фейгенбаум; [авт. предисл. и науч. ред. А. В. Гличев]. – М. : Экономика, 1986. – 471 с.
282. Форрестер, Дж. Основы кибернетики предприятия (индустриальная динамика) / Дж. Форрестер. – М.: Прогресс, 1971. – 340 с.
283. Хавина, С. А. Основные тенденции развития государственного регулирования экономики за рубежом и в России / С. А. Хавина // Государственное регулирование экономики: мировой опыт и реформа в России (теория и практика) : сб. института РАН. – М., 1996. – С. 16-55.
284. Хайек, Ф. Пагубная самонадеянность. Ошибки социализма / Ф. Хайек. – М. : «Новости» при участии изд-ва «Catallaxy», 1992. – 304 с.
285. Хасанова, Л. Р. Экономическая свобода как условие развития предпринимательской деятельности [Электронный ресурс]. // Вестник ТИСБИ. – 2000. – Вып. №2. – Режим доступа: <http://www.tisbi.ru/science/vestnik/2000/issue2/21.html>. – Загл. с экрана.
286. Хачатуров, Т. С. Эффективность капитальных вложений / Т. С. Хачатуров. – М. : Экономика, 1979. – 336 с.
287. Хекхаузен, Х. Мотив и мотивация: восемь основных проблем [Электронный ресурс] / Х. Хекхаузен. – Режим доступа: <http://www.follow.ru/article/272>. – Загл. с экрана.
288. Хозяйственный кодекс Украины. 16 января 2003г. №436-IV [Электронный ресурс].

- Режим доступа: <http://www.zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=436-15>.
289. Хомелянский, Б. Н. Экономический потенциал социальной инфраструктуры региона / Б. Н. Хомелянский. // Регион: экономика и социология. – 1996. – № 4. – С.140-155.
290. Цветков, А. Н. Государственный организационно-экономический механизм научно-технических нововведений / А. Н. Цветков. – СПб. : СПбГИЭА, 1999. – 463 с.
291. Ченери, Х. Внутренние и внешние аспекты планов и процесса экономического развития / Х. Ченери, Н. Картер // Конференция по долгосрочному планированию и прогнозированию. – М., 1972.
292. Чернега, О. Б. Управление конкурентоспособностью в условиях трансформации экономических отношений : монография / О. Б. Чернега. – Донецк : ИЭП НАН Украины, 1999. – 448 с.
293. Чернова, Т. В. Экономическая статистика [Электронный ресурс]. – Таганрог : Изд-во ТРТУ, 1999. – Режим доступа: <http://www.aup.ru/books/m81>. – Загл. с экрана.
294. Чубрик, А. Экономическая свобода и экономическое благосостояние (отложенные реформы: издержки упущенных возможностей / А. Чубрик, Е. Ракова, И. Пелипась. // Эковест. – 2002. – № 2,1. – С. 4-44.
295. Чумаченко, Н. Г. Государственное управление экономикой в Украине: опыт, проблемы, решения : монография / Н. Г. Чумаченко, Л. Г. Червова, Л. М. Кузьменко, Б. М. Биренберг, С. В. Баранов; В.О. НАН України, Ін-т економіки пром-сті. – Донецк : ИЭП НАН Украины, 1999.– 484 с. 350 пр. – На рус. яз. ISBN 966-02-1184-8 : 24.20.
296. Чумаченко, Н. Г. К проблеме сочетания государственного регулирования и рыночной саморегуляции / Н. Г. Чумаченко // Экономика Украины. – 2006. – N 8. – С. 79-81.
297. Чумаченко, Н. Г. Организационно-экономический механизм трансферта технологий: метод. положения / Н. Г. Чумаченко, А. И. Амоша, Л. Н. Саломатина. – Донецк : Ин-т економіки пром-ти. НАН України, 2001. – 91 с.
298. Чумаченко, Н. Г. Региональная промышленная политика: концепции формирования и реализации: монография / Н. Г. Чумаченко, Л. Г. Червова,

- Л. М. Кузьменко и др. – Донецк : Институт экономики промышленности. НАН Украины, 2002. – 304 с.
299. Чумаченко, Н. Г. Стратегические ориентиры устойчивого развития предприятий регионального сектора экономики / Н. Г. Чумаченко, Л. А. Костырко // Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. – Луганськ, 2007. – № 7(113). – С. 193-204.
300. Чухно, А. Актуальные проблемы стратегии экономического и социального развития на современном этапе / А. Чухно // Экономика Украины. – 2004. – № 7,8. – С. 15-23.
301. Шаванс, Б. Эволюционный путь от социализма / Б. Шаванс // Вопр. экономики. – 1999. – №6. – С. 4-26.
302. Шаванс, Б. Экономические реформы в Восточной Европе / Б. Шаванс. – М. : Текст – Мастер, 1994. – 130 с.
303. Шафшулин Р. Н. Экономическая эффективность маркетинговой деятельности на предприятии [Электронный ресурс] / Р. Н. Шафшулин. – Режим доступа: <http://www.tisbi.ru/science/vestnik/2003/issue4/econom24.html>.
304. Швальбе, Х. Практика маркетинга для малых и средних предприятий / Х. Швальбе; пер. с нем. – М. : Республика, 1995. – 317 с.
305. Шегда, А. В. Основы менеджмента : учеб. пособие / А. В. Шегда. – К. : Знання, КОО, 1998. – 512 с.
306. Шелегеда, Б. Г. Управление качеством продукции в общественном питании / Б. Г. Шелегеда. – М. : Экономика, 1982. – 144 с.
307. Шепеленко, О. В. Державне регулювання корпоративного сектору національної економіки в умовах глобалізації / О. В. Шепеленко, Т. В. Білопольська // Торгівля і ринок України : темат. зб. наук. пр. – Донецьк : ДонНУЕТ, 2013. – ISSN 2309-2378 (Online), ISSN 2079-4762 (Print). – Вип. 35. – С. 185-193. – Бази: Index Copernicus.
308. Шепеленко, О. В. Направления развития ресторанного бизнеса в современных социально-политических условиях / О. В. Шепеленко, В. А. Антонова // Менеджер. Вісник Донецького державного ун-ту управління. – Донецьк : ДонДУУ, 2014. – № 3(69). – С.206-2011.

309. Шепеленко, О. В. Организационно-информационный механизм управления развитием ресторанного бизнеса / О. В. Шепеленко, В. А. Антонова // Менеджер. Вестник Донецкого государственного ун-та управления. – Донецк : ДонГУУ, 2015. – № 2(72). – С. 202-209.
310. Шершньова, З. Є. Стратегічне управління / З. Є. Шершньова, С. В. Оборська. – К. : КНЕУ, 1999. – 384 с.
311. Шикин, Е. В. Математические методы и модели в управлении / Е. В. Шикин, А. Г. Чхартишвили. – М. : Дело, 2000. – 440 с. – (Сер. «Наука управления»).
312. Шумпетер, Й. Теория экономического развития / Й. Шумпетер; пер. с нем. – М., 1982. – 347 с.
313. Шумпетер, Йозеф А. Капіталізм, соціалізм, демократія : [пер. з англ.] / Йозеф А. Шумпетер. – К. : Основи, 1995. – 528 с.
314. Шутов, М. М. Организационно-экономический механизм развития системы здравоохранения : монография / М. М. Шутов. – Донецк : ВИК, 2005. – 320 с.
315. Экономика и управление предприятиями питания / [под общ. ред. В. И. Малышкова]. – М.: Московские учебники и Картография, 2005. – 522 с.
316. Экономическая стратегия фирмы / [под ред. А. П. Градова]. – СПб. : Спецлитература, 1995. – 428 с.
317. Экономический словарь. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://abc.informbureau.com/html/picssenoaaiiue\\_iaoaieci.html](http://abc.informbureau.com/html/picssenoaaiiue_iaoaieci.html). – Загл. с экрана.
318. Экономическая энциклопедия. Политическая экономия : В 4 т. – Т. 3. – М. : Сов. энцикл. – 623 с.
319. Эрхард, Л. Полвека размышлений: речи и статьи : [пер. с нем.] / Л. Эрхард. – М. : Руссико: Ординка, 1993. – 603 с.
320. Adams, J. S. The structure and dynamics behavior in organizational boundary roles / Handbook of industrial and organizational psychology. Ed. by M. Dunnette / J. S. Adams. – Chicago, 1976.
321. AMA Research. American Management Association. 2005 Survey on Lifestyle Trade-offs and Careers. [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

- [http://www.amanet.org/research/pdfs/lifestyletradeoffs\\_careers.pdf](http://www.amanet.org/research/pdfs/lifestyletradeoffs_careers.pdf). – Загл. с экрана.
322. Arndt, H. W. Economic Development The History of an Idea / H. W. Arndt. – Chicago and London, 1996. – 230 p.
323. Cateora, P. R. International marketing. – Irwin, Boston, 1990.
- 324 Economic Freedom of the World: 2005 Annual Report [Электронный документ]. – Режим доступа: <http://cato.org//pubs/efw>. – Загл. с экрана.
325. Hitt, Michael A. Strategic management: competitiveness and globalization: concept and cases / Hitt A. Michael., R. Duane Ireland, Robert E. Hoskisson / 3<sup>rd</sup> ed. – Cincinnati, Ohio: South-Western College Publishing, International Thomson Publishing company, 1999.
326. Intelligent enterprise. – 2005. – № 22, 24.
327. Kenneth, R. Andrews, The Concept of Corporate Strategy, rev. edn., copyright © by Richard D. Irwin, Inc., 1980. Главы 2 и 3.
328. Lewis, W. A. Economic Development with Unlimited Supplies of Labour / W. A. Lewis // The Economics of underdevelopment.
329. Myrdal, G. Asian Drama: An Inquiry into the Poverty of Nations / G. Myrdal. – N.Y., 1968.
330. Naisbitt, John. Megatrends Asia: Eight Asian Megatrends that are Reshaping Our World. – N. Y.: Simon & Schuster, 1996.
331. Nieschlag, Robert Marketing 19. Ilberarb. Und erg. Aufl / Robert Nieschlag, Erwin Dichtl, Hans Horschgen. – Berlin, Duncker und Humblot, 2002. – 243 p.
332. North, D. Institutions, Institutional Change, and Economic Performance. – Cambridge: Cambridge University Press, 1991.
333. OECD.stat [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://stats.oecd.org/>. – Загл. с экрана.
334. Porter, M. E. Competitive Advantage of Nations / M. E. Porter. – N. Y. : Free Press, 1990. – 855 p.
335. Porter, M. E. Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors / M. E. Porter. – N.Y. : The Free Presse, 1980. – 396 p.
336. Toffler, Alvin. Future Shock. – N. Y.: Bantam, 1970.
337. Zatrudnienia analiza porównawcza doskonalenia państwowej polityki [Электронный документ]. – Режим доступа: [http://fppr.org.ua/articls/Eco\\_kratcaya.htm](http://fppr.org.ua/articls/Eco_kratcaya.htm). – Загл. с экрана.

Таблица А.1 – Характеристика потребления основных продуктов питания в Украине на 1 человека в год и развитых странах

Основные группы продуктов питания	Потребление в развитых странах в 2012 г.	Потребление в Украине по годам																
		рациональные нормы	минимальные нормы	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Мясо и мясопродукты, кг	109	83	52	33	33	33	35	39	39	42	46	51	50	52	51	54	56	54
Молоко и молокопродукты, кг	315	380	341	199	208	225	226	226	226	235	225	214	212	206	205	2015	221	223
Яйца, шт.	254	290	231	166	192	209	214	220	238	251	252	260	270	290	310	307	309	310
Рыба и рыбопродукты, кг	35,4	20	12	8,4	9,1	11,9	12,0	12,3	14,5	14,1	15,3	17,5	15,1	14,5	13,4	13,6	14,6	11,1
Хлеб и хлебодукты, кг	106	101	94	125	129	131	125	126	124	120	116	115	112	111	110	109	108	109
Картофель, кг	72,5	124	96	135	133	133	138	141	136	134	130	132	133	129	139	140	135	141
Овощи и бахчевые, кг	128	161	105	102	108	108	114	115	120	127	118	129	137	144	163	163	163	163
Плоды и ягоды, кг	132	90	68	29	27	29	33	34	37	35	42	44	46	48	53	53	56	52
Растительное масло, кг	18	13	8	9,4	10,0	10,7	11,3	13,0	13,5	13,6	14,3	15,0	15,4	14,8	13,7	13	13,3	13,1
Сахар и конд. изд., кг	46,2	38	32	37	36,5	36	36	38	38	40	40	41	38	37	39	38	37	36

\* Рассчитано по данным [250, с. 450; 252, с. 207; 253, с. 423; 254, с.416; 255, с.406; 257, с.398;]

Таблица А.2 – Отклонение потребления основных продуктов питания в Украине на одного человека в 2014 г.

Основные продукты питания	Потребление по сравнению, %		
	с рациональными нормами	с минимальными нормами	с развитыми странами
Мясо и мясопродукты	65,1	103,8	49,5
Молоко и молокопродукты	58,7	65,4	70,8
Яйца	106,9	134,2	122,0
Рыба и рыбопродукты	55,5	92,5	31,4
Хлеб и хлебобулочные изделия	107,9	115,9	102,8
Картофель	113,7	146,9	194,5
Овощи и бахчевые	101,2	155,2	127,3
Плоды и ягоды	57,8	76,5	39,4
Растительное масло	100,8	163,8	72,8
Сахар и кондитерские изделия	94,7	112,5	77,9

\*составлено по данным [96]

Таблица А.3 – Темпы изменения производства продуктов питания на одного человека

(% к предыдущему году)

	2000	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Мясо, включая субпродукты	88,8	100,0	100,0	124,2	125,8 8	103,3 5	100,0	107,4	102,4	99,9	118,0	96,5
Колбасные изделия	93,34	122,8	94,3	97,0	109,6	101,4	80,8	103,4	103,1	100,7	100,0	90,8
Мясные полуфабрикаты	81,4	В 3 раза	65,2	16,7	118,8	52,6	80,0	131,3	112,4	103,3	122,5	173,6
Животное масло	93,1	82,8	104,2	88,0	100,0	81,8	88,9	106,3	108,3	115,5	106,4	120,8
Жирные сыры	-	130,6	123,4	79,3	115,2	96,2	96,1	91,8	93,1	94,4	98,2	78,8
Продукция из цельного молока	91,3	111,2	107,1	105,7	101,8	100,9	93,0	97,2	96,8	96,4	105,2	97,5
Маргариновая продукция	111,4	11,3	108,5	103,1	103,0	100,0	113,2	102,6	98,6	91,4	86,3	95,8
Сахар	89,0	86,9	100,4	122,0	72,4	84,8	81,5	141,8	143,3	82,9	58,9	162,7
Масло растительное	109,3	107,6	103,5	151,9	108,9	84,3	150,2	108,9	106,2	119,7	89,5	128,1
Консервы	98,6	86,7	153,8	85,0	105,9	111,1	70,0	85,7	91,4	96,3	113,7	156,9
Хлеб и хлебобулочные изделия	92,5	99,6	99,0	96,0	94,6	97,9	92,8	99,2	97,6	95,6	92,6	86,9
Кондитерские изделия	124,6	111,5	104,3	96,7	107,7	103,2	100,0	101,5	98,3	99,1	97,0	71,0
Макаронные изделия	91,2	101,9	104,8	10,3	99,1	104,4	99,8	92,5	84,6	79,1	96,2	100,0

\* Рассчитано по данным [253, с. 130;. 254, с.123; 257, с 94,95,102-104,108,111,112]

Таблица А.4 - Темпы изменения продажи продуктов питания через розничную сеть и сеть предприятий питания  
(% к предыдущему году)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Мясо и мясопродукты	88,4	93,8	99,3	103,9	110,5	121,9	105,6	113,88	102,28	92,7	111,1	107,0	110,9	116,5	90,9
Животное масло	85,72	91,9	98,1	104,3	107,8	110,6	104,8	102,86	100,0	86,1	103,9	111,7	111,0	111,9	100,6
Растительное масло	93,6	97,7	101,8	105,9	108,3	110,0	112,5	118,18	112,09	106,9	107,6	115,6	119,3	101,9	104,4
Сыр и брынза	89,42	94,7	100,0	105,2	107,4	110,53	115,4	123,53	112,7	94,4	105,4	125,4	155,0	110,1	102,1
Яйца	90,08	105,6	156,2	198,7	250,4	330,33	115,2	108,61	122,5	90,5	108,1	132,2	151,4	117,5	103,8
Сахар	89,0	90,2	92,8	93,8	95,3	95,56	109,4	119,23	114,19	107,3	105,2	102,3	92,4	127,5	143,1
Кондитерские изделия	92,98	97,6	101,6	105,4	109,1	111,39	109,5	109,13	104,73	88,2	98,5	110,4	121,5	109,3	103,7
Чай	86,0	95,6	98,4	104,3	107,9	116,67	121,3	133,33	108,33	92,3	99,1	106,4	113,0	108,7	93,2
Хлебопродукты	89,26	90,1	90,8	90,6	91,1	91,28	95,8	99,57	98,42	90,6	98,2	110,0	116,1	109,1	108,3
Картофель	86,89	84,3	82,1	78,5	74,9	70,1	109,7	119,74	110,99	98,0	106,3	108,9	117,3	144,9	75,6
Овощи	87,0	89,9	92,4	94,6	96,9	98,79	102,2	112,02	102,44	117,6	105,6	109,1	115,2	113,2	77,6
Фрукты и цитрусовые	94,9	98,6	105,3	104,8	108,1	112,28	111,2	113,3	103,04	107,2	102,8	107,6	110,2	105,4	75,9

\* Рассчитано по данным [223, с.34; 250, с. 313; 253, с. 294; 254, с.289; 257, с.245-248]

Таблица А.5 - Темпы изменения потребления продуктов питания в Украине на душу населения

(% к предыдущему году)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Мясо и мясопродукты	98,9	102,0	102,0	102,1	11,4	100,0	107,7	109,5	110,9	98,0	106,7	98,1	105,9	103,7	96,1
Молоко и молочные продукты	96,3	104,0	104,5	104,7	100,0	100,0	104,0	95,7	95,1	99,1	98,2	99,5	104,9	102,8	100,9
Яйца	99,4	109,0	110,0	109,6	102,8	108,2	105,5	100,4	103,2	104,6	104,4	106,9	99,0	100,7	100,3
Рыба и рыбопродукты	126,7	114,2	114,2	114,3	102,5	117,1	97,9	108,5	114,4	86,3	100,1	92,4	101,5	107,4	76,0
Сахар	103,1	99,0	99,0	99,0	105,6	100,0	105,3	100,0	102,5	92,7	97,4	105,4	67,4	97,4	97,3
Растительное масло	102,9	106,0	106,7	106,7	118,2	103,8	100,7	105,2	104,9	102,7	101,9	92,6	94,9	102,3	98,5
Картофель	101,8	101,0	100,7	100,6	102,2	96,5	98,5	97,0	101,5	100,8	99,1	107,8	100,7	96,4	104,4
Овощи и бахчевые	101,04	103,9	103,8	103,5	100,9	104,3	105,8	92,9	109,3	106,2	104,0	113,2	100,0	100,0	100,0
Фрукты и ягоды	97,6	104,6	104,5	104,4	103,0	108,8	94,6	120,0	104,8	104,5	105,9	110,4	100,0	105,7	95,9
Хлебопродукты	99,5	100,0	100,0	100,0	100,8	98,4	96,8	96,7	99,1	99,1	97,9	99,1	99,1	99,1	100,90

\* Рассчитано по данным [250, с. 450, 484; 253, с. 426; 254, с.416; 257, с.395,398]

Таблица Б.1 – Темпы изменения цен на основные продукты питания в Украине

(% к предыдущему году)

Группы основных продуктов питания	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
Мясо и мясопродукты	169,3	127,5	89,9	108,4	135,9	118,4	98,0	113,9	139,4	111,8	102,0	115,6	102,5	98,1	110,9
Колбасные изделия и копчености	138,3	127,5	89,9	108,4	135,9	118,4	98,0	113,9	135,4	111,9	110,9	113,9	104,8	103,0	128,3
Рыба и рыбопродукты	129,5	119,4	102,3	107,4	124,8	119,4	102,3	109,3	119,6	125	105,1	106,5	104,0	96,1	117,1
Картофель	68,8	89,7	121,9	110,9	85,4	126,8	156,1	135,4	111,5	112,0	164,3	95,5	47,6	146,1	112,3
Овощи и бахчевые	117,2	124,6	125,3	116,6	119,2	126,1	108,0	120,6	115,4	99,7	143,0	90,9	74,1	92,8	137,6

\* Рассчитано по данным [255, с.75; 257, с.62]

Таблица Б.2 – Изменение индекса цен в Украине на продовольственные товары

Продукты питания	Годы														
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
	проценты к предыдущему периоду														
Мясо и птица	169,3	127,5	89,9	108,4	135,9	118,4	98,0	113,9	139,4	111,8	102,0	115,6	102,5	98,1	110,9
Колбасы и копчености	138,3	127,5	89,9	108,4	135,9	118,4	98,0	113,9	135,4	111,9	110,9	113,9	104,8	103,0	128,3
Рыба	129,5	119,4	102,3	107,4	124,8	119,4	102,3	109,3	119,6	125	105,1	106,5	104,0	96,1	117,1
Масло сл.	96,5	116,2	89,9	107,6	136,3	102,0	91,3	143,9	155,8	107,9	109,6	106,2	91,9	99,6	106,5
Масло растительное	94,7	116,2	89,9	107,6	136,3	102,0	91,3	143,9	155,8	107,9	109,6	102,9	99,7	99,6	106,5
Молоко и молокопродукты	118,9	104,0	97,5	114,0	121,9	110,1	105,1	142,1	131,2	108,9	121,9	108,0	99,3	99,9	110,9
Яйца	121,9	104,0	97,5	114,0	121,9	110,1	105,1	142,1	137,5	108,9	121,9	103,4	102,2	99,9	110,9
Сахар	158,8	96,0	109,3	98,0	111,7	121,7	98,3	101,2	115,6	140,5	157,5	101,8	71,0	92,3	146,3
Кондитерские изделия	115,0	108,3	97,3	111,7	116,4	111,1	102,8	124,7	115,6	140,5	157,5	101,8	71,0	92,3	146,3
Мука	147,8	82,5	92,1	175,1	85,7	96,8	112,5	136,9	133,3	113,9	110,2	112,3	113,5	104,0	111,9
Хлеб и х/б изделия	158,3	92,3	98,8	131,7	99,2	98,9	107,9	114,2	133,3	112,6	112,3	113,2	104,1	101,1	113,4
Крупы и бобы	100,7	96,0	95,9	133,7	99,5	107,5	106,2	119,5	130,3	110,9	110,7	106,1	96,9	97,6	112,1

\* Рассчитано по данным [250, с. 85; 252, с.56; 253, с. 75, 81; 254, с.73; 255, с.69; 257, с.57]

Таблица Б.3 – Производство отдельных видов промышленной продукции

(% к предыдущему году)

Промышленная продукция	Годы														
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
Нефть	90,2	100,0	100,0	105,4	110,3	103,3	102,3	100,0	95,6	93,0	90,0	94,4	97,1	93,9	64,5
Газ	98,4	102,8	101,6	103,2	106,2	101,5	101,4	100,0	101,4	100,5	95,3	101,0	99,0	103,9	94,4
Уголь	96,7	98,9	96,4	100,5	99,3	101,7	102,2	95,5	101,0	92,4	100,0	114,0	104,5	98,0	70,2
Торф	36,4	75,0	166,7	120,0	83,3	117,5	83,3	80,0	100,0	100,0	100,0	125,0	100,0	125,0	100,0
Руда	108,7	97,2	107,2	106,5	113,0	105,3	107,3	105,3	93,3	96,3	117,3	103,4	100,9	104,9	97,0
Чугун	142,8	102,3	104,5	106,9	105,1	99,0	107,2	108,2	87,1	82,9	106,6	105,5	98,6	102,1	85,2
Сталь	142,6	105,0	101,1	105,5	100,0	96,5	100,0	103,9	80,3	67,4	111,5	100,6	97,2	91,0	84,1
Стальные трубы	106,3	100,0	88,2	140,0	100,0	112,8	116,7	100,0	89,3	68,0	117,6	120,0	61,7	81,8	88,9
Прокат черного металла	136,1	101,7	101,6	102,0	103,1	97,8	98,7	109,4	83,7	78,5	109,3	110,2	94,4	98,9	80,3

\* Рассчитано по данным [250, с. 120, 122, 124, 128-129; 253, с. 119, 127; 255, с. 108, 111, 116; 257, с. 91, 93, 99]

Таблица Б.4– Результаты деятельности предприятий сферы услуг в Украине и Донецкой области (в сопоставимых ценах)

Годы	Украина			Донецкая область			Продажа населению, % Донецкая область от объема услуг Украины
	Продано, млн. грн.	Продано населению, млн. грн.	в т.ч. на 1 чел, грн.	Продано, млн. грн.	Продано населению, млн грн.	в т.ч. на 1 чел, грн	
1	2	3	4	5	6	7	8
<b>Объем услуг, реализованных предприятиями сферы услуг</b>							
2002	46400,5	13589,6	282,8	3121,6	879,0	184,1	29,9
2003	56121,3	16342,0	342,0	3789,9	1148,3	242,0	30,3
2004	72012,6	21257,6	448,0	4953,9	1367,3	291,0	27,6
2005	92013,3	27376,9	556,0	6484,7	1673,3	362,0	25,8
2006	116351	34048,5	728,0	8350,5	2357,5	514,7	28,2
2007	152187	41331,8	932,0	10387,6	2596,9	569,1	25,0
2008	203851	52271,1	1132,0	15121,4	3688,7	815,0	24,4
2009	193846,3	46523,1	1009,2	13231,2	3175,5	744,4	28,4
2010	230251,4	53418,2	1164,5	14565,9	2986,0	673,7	27,3
2011	209465,4	48596,0	1061,0	15920,7	3693,6	749,9	32,8
2012	329597,0	76136,9	1632,2	16478,0	3147,3	826,0	21,6
2013	358142,5	81217,9	1785,4	22200,0	3973,8	912,7	27,3
2014	321132,5	70328,0	1635,1	17637,7	3862,7	806,0	25,1
<b>Результаты функционирования сферы услуг с учетом услуг, предлагаемых ресторанным бизнесом</b>							
2002	49170,4	16360,0	340,6	3357,7	1115,1	233,9	33,2
2003	59123,0	19343,7	405,0	4054,5	1412,9	298,05	34,9
2004	75536,7	24781,7	522,5	5292,9	1706,3	363,6	32,2
2005	95825,6	31189,2	665,0	6849,3	2037,9	440,83	29,8
2006	125942	38819,4	833,0	8811,9	2818,9	615,4	32,0
2007	157483	43722,7	940,9	10921,5	3130,8	687,0	28,7
2008	212231	50935,4	1312,6	16377	4944,3	1089,9	30,2
2009	200840,3	48201,7	1045,6	13843,8	3322,5	1089,5	28,7
2010	240672,1	56076,6	1229,8	15331,9	3572,3	1057,8	27,3
2011	219992,3	51038,2	1119,3	16820,7	3902,4	1105,6	32,9
2012	342081,1	79020,7	1732,9	17507,1	4044,1	1165,2	22,2
2013	371116,7	84243,5	1855,6	23239,3	5275,3	1289,3	27,6
2014	330840,0	72453,9	1688,9	18088,1	4013,8	1173,3	25,0

\*Рассчитано по данным [217, с. 12,13; 249, с. 200, 232, 270; 252, с.301; 253, с.285, 301; 254, с.280,328,330; 257, с.250,320,321]

Таблица В.1 - Динамика изменения сети предприятий питания по Украине в разрезе областей

(тыс. ед.)

Области Украины	Годы														
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
1	5	6	7	8	9										
Украина, в целом	33,1	32,1	30,6	28,9	27,8	27,3	26,7	26,2	24,95	24,0	23,4	22,9	21,6	20,3	19,2
Винницкая	1,0	1,0	1,0	1,0	0,9	1,4	1,3	1,3	1,3	1,2	1,2	1,1	1,0	1,0	1,0
Волынская	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2	1,1	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0
Днепропетровская	2,0	2,0	1,9	1,8	1,7	1,6	1,5	1,5	1,3	1,3	1,2	1,2	1,2	1,2	1,1
Донецкая	2,9	2,7	2,5	2,4	2,2	2,1	2,0	2,0	1,9	1,8	1,7	1,6	1,6	1,6	1,1
Житомирская	1,0	1,0	0,9	0,8	0,8	0,7	0,7	0,7	0,7	0,6	0,6	0,5	0,5	0,5	0,5
Закарпатская	1,2	1,1	1,0	0,9	0,9	0,8	0,8	0,7	0,6	0,6	0,6	0,5	0,5	0,5	0,5
Запорожская	1,3	1,2	1,1	1,1	1,0	0,9	0,9	0,9	0,8	0,8	0,7	0,7	0,7	0,7	0,6
Ивано-Франковская	1,0	1,0	1,0	0,9	0,9	0,8	0,8	0,8	0,7	0,7	0,6	0,6	0,6	0,6	0,5
Киевская	1,3	1,3	1,2	1,1	1,0	1,0	1,0	0,9	0,9	0,9	0,9	0,8	0,8	0,7	0,7
Кировоградская	0,7	0,7	0,7	0,6	0,6	0,5	0,5	0,5	0,5	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,3
Луганская	1,3	1,3	1,2	1,1	1,1	1,0	0,9	0,8	0,8	0,7	0,7	0,7	0,	0,6	0,4
Львовская	2,5	2,5	2,4	2,3	2,1	2,2	2,3	2,1	2,0	1,8	1,7	1,6	1,6	1,6	1,5
Николаевская	1,0	1,0	1,0	0,9	0,8	0,8	0,7	0,6	0,6	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,4
Одесская	1,4	1,4	1,4	1,3	1,3	1,2	1,2	1,1	1,1	1,0	1,0	0,9	0,	0,9	0,8
Полтавская	1,3	1,3	1,2	1,1	1,0	0,9	0,9	0,8	0,8	0,8	0,7	0,7	0,7	0,7	0,6
Ровенская	0,9	0,9	0,9	0,8	0,7	0,7	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6	0,8	0,8	0,7	0,6
Сумская	0,7	0,7	0,7	0,7	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	0,9	0,9	0,8	0,8	0,7	0,6
Тернопольская	0,9	0,9	0,8	0,7	0,7	0,6	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	0,8
Харьковская	2,1	2,0	1,9	1,7	1,7	1,5	1,4	1,7	1,7	1,7	1,6	1,7	1,7	1,6	1,5
Херсонская	0,8	0,8	0,7	0,6	0,6	0,5	0,5	0,5	0,5	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4
Хмельницкая	1,1	1,0	0,9	0,8	0,7	0,7	0,6	0,5	0,5	1,0	0,9	0,9	0,9	0,8	0,7
Черкасская	0,9	0,8	0,7	0,6	0,6	0,6	0,5	0,5	0,5	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,3

Продолжение таблицы В.1

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
Черновицкая	0,6	0,6	0,6	0,5	0,5	0,4	0,4	0,3	0,3	0,3	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4
Черниговская	0,9	0,9	0,9	0,8	0,8	0,8	0,8	0,7	0,7	0,7	0,6	0,6	0,6	0,6	0,5
АР Крым	1,4	1,5	1,5	1,6	1,5	1,7	1,8	1,7	1,7	1,5	1,4	1,3	1,3	1,2	-
г. Киев	1,3	1,3	1,3	1,3	1,4	1,4	1,4	1,5	1,5	1,3	1,4	1,6	1,6	1,6	1,4
г. Севастополь	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,3	0,3	0,3	-
* составлено по данным [222, с.113,114; 253, с. 152;]															

Таблица В.2 - Структура сети предприятий питания Украины по месту расположения и обслуживаемому контингенту (тыс. ед.)

Предприятия питания	2000		2002		2004		2005		2006		2007		2008		2009		2012		2013		2014	
	Кол-во	% от общего кол-ва																				
Общедоступная сеть	20,7	62,6	21,6	70,5	20,1	72,0	16,7	61,2	16,1	60,1	15,5	59,2	14,7	56,1	13,6	56,7	11,8	54,6	11,1	54,1	x	x
Сеть предприятий, обслуживающих организованные контингенты	11,8	35,6	9,0	29,6	7,8	28,0	10,5	38,8	10,6	39,9	10,6	40,8	10,1	43,8	10,3	43,3	9,7	45,4	9,4	45,9	x	x

Рассчитано по данным [219. с.160-162; 222, с.114-122; 251, с. 152-153]

x – данные отсутствуют

Таблица В.3 – Структура сети предприятий питания в Украине по типам (в %)

	2000	2002	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2012	2013
По Украине											
Предприятий всего	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
в т.ч.											
- рестораны	3,7	9,7	4,2	4,4	4,6	4,8	5,1	5,5	6,1	6,7	7,2
- кафе	47,4	63,5	47,5	46,2	45,0	43,7	43,1	40,9	39,2	37,5	36,1
- бары	10,9	15,3	11,1	10,5	10,4	10,7	10,8	10,1	10,3	10,5	10,4
- столовые и поставляющие пищу предприятия	37,5	11,5	36,8	38,5	39,3	40,6	40,6	43,2	44,4	44,7	45,9
По Донецкой области											
- рестораны	3,5	3,8	4,2	4,6	4,7	5,5	5,3	5,4	5,7	5,9	6,4
- кафе	41,1	43,2	49,1	50,2	48,6	47,2	45,6	46,6	45,4	44,6	44,9
- бары	6,5	6,1	4,4	4,4	5,1	5,2	6,0	5,5	6,0	6,6	6,7
- столовые и поставляющие пищу предприятия	48,4	46,9	44,6	40,8	41,5	42,0	43,1	42,5	42,7	42,9	42,0

\* Рассчитано по данным [219, с.160-162; 220, с.120-121; 222, с.114-122; 223, с.315; 250, с. 296]

Таблица В.4 – Изменение показателей развития ресторанов в г. Донецке (2008-2014 гг.)\*

Шифр групп предприятий	Удельный вес изменения, %											
	Товарооборот	Оборот по продукции собственного производства	Численность работников всего	Численность работников производства	Выработка на одного работника	Выработка на одного работника производства	Фонд заработной платы	Средняя заработная плата	Себестоимость производства	Валовой доход	Чистый доход	Изменение удельного веса с/продукции товарообороте
Рестораны												
1	100,4	94,13	90,0	110,0	111,84	85,55	102,6	113,94	111,4	111,1	0	-2,97
2	96,27	96,26	82,35	83,33	116,9	115,51	131,8	159,83	102,9	109,9	0	-
3	92,87	95,57	100,0	100,0	92,87	95,56	100,0	100,0	98,65	171,4	117,4	+1,7
4	85,47	85,41	90,9	90,9	94,01	94,0	94,86	104,34	94,79	90,69	убытки	-
5	122,0	126,2	104,4	106,25	116,9	118,69	210,7	201,64	186,3	96,83	162,8	+2,4
6	193,3	196,4	175,0	173,3	110,58	113,1	202,5	115,72	190,3	189,4	убытки	+1,1
Среднее	115,1	115,7	107,1	110,63	107,18	103,74	140,4	132,58	130,7	128,2	0	+2,1

\* Данные получены в процессе проведения кабинетных исследований

Таблица В.5 – Базисные темпы изменения показателей развития ресторанного бизнеса в Украине в современных условиях\*  
(в % к 2000 г.)

Показатели \ годы	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Товарооборот на одного человека	100,0	121,9	135,3	144,8	159,7	190,0	в 2,4р.	в 2,7р.	в 3,4р.	в 4,1р.	в 4,9р.	в 5,8р.	в 6,4р.	в 7,0р.	в 5,9р.
Товарооборот на одного работника ресторанного бизнеса	100,0	110,8	101,7	107,3	124,3	в 2,4р.	в 3,0р.	в 3,7р.	в 4,4р.	в 5,0р.	в 6,2р.	в 7,6р.	в 9,4р.	в 10,1р.	в 8,0р.
Товарооборот на одну грн. заработной платы работников РБ	100,0	181,8	127,3	136,4	154,5	172,7	181,8	190,9	в 2,0р.	в 2,2р.	в 2,4р.	в 2,3р.	в 2,4р.	в 2,5р.	в 2,9р.
Товарооборот на одно предприятие	100,0	108,9	134,4	в 2р.	в 2,2р.	в 2,5р.	в 3,1р.	в 4,0р.	в 5,3р.	в 5,3р.	в 6,4р.	в 7,8р.	в 9,2р.	в 9,9р.	в 8,9р.
Товарооборот на одно место	100,0	111,9	133,9	в 1,9р.	в 2,1р.	в 2,3р.	в 2,8р.	в 3,6р.	в 4,7р.	в 5,1р.	в 5,5р.	в 6,7р.	в 7,6р.	в 8,0р.	в 7,2р.
Количество предприятий РБ,	100,0	105,4	107,8	105,4	103,8	97,3	94,7	92,1	103,7	98,7	97,8	93,4	85,3	82,1	79,4
в т.ч. ресторанов	100,0	104,9	107,9	104,9	106,6	112,4	124,4	144,2	149,1	151,3	169,2	141,3	117,8	119,3	120,3
кафе	100,0	109,2	114,2	113,0	111,2	104,0	98,9	95,6	104,4	98,7	96,5	83,7	81,6	67,3	47,3
баров	100,0	103,4	103,5	102,3	101,0	89,0	85,4	80,7	106,3	98,4	93,3	81,3	75,6	65,6	59,3
столовых и пост-х пищу	100,0	91,8	94,9	78,3	74,5	60,4	66,4	64,3	68,2	64,2	61,2	65,9	77,7	76,0	77,1
Количество мест на предприятиях	100,0	96,6	93,1	89,70	88,8	88,4	87,7	87,4	85,4	84,6	83,5	81,3	79,4	76,8	72,4
Количество потребителей на одно место	100,0	102,7	105,5	108,6	109,4	108,6	108,6	108,6	110,6	111,0	112,6	114,9	117,6	121,2	121,6
Количество потребителей на одно предприятие	100,0	100,0	106,1	111,5	114,9	116,2	118,2	120,3	124,3	129,7	132,4	135,1	141,9	148,7	150,7

\* Рассчитано по данным [217, с.36, 152, 154, 160-162, 298; 221, с. 7, 254; 222, с. 14,122, 143; 253, с. 74, 285, 338, 427; 257, с. 31, 243]

Таблица В.6 – Цепные темпы роста показателей развития ресторанного бизнеса в Украине в современных условиях\*

(в % к предыдущему году)

Показатели	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Товарооборот на одного человека	100,0	121,9	110,5	109,4	118,1	123,9	121,0	126,4	128,8	100,2	104,1	100,4	120,8	114,4	96,5
Товарооборот на одного работника РБ	100,0	110,8	85,4	112,4	112,5	113,4	117,87	119,6	125,7	127,9	102,2	108,2	124,2	114,3	94,5
Товарооборот на одну грн. заработной платы работников РБ	100,0	181,8	70,0	107,1	113,3	111,8	105,3	105,0	104,8	109,1	108,3	96,2	104,0	103,8	118,5
Товарооборот на одно предприятие	100,0	108,9	123,4	146,5	112,3	112,3	123,7	127,4	133,4	112,8	107,1	122,6	117,2	107,4	90,7
Товарооборот на одно место	100,0	111,9	119,6	143,8	106,5	110,0	122,1	127,5	130,2	109,4	106,1	122,7	113,4	105,8	89,7
Количество предприятий РБ,	100,0	105,4	103,1	100,1	99,2	98,1	97,9	95,7	91,2	96,3	94,5	96,9	95,0	95,2	94,2
в т.ч. ресторанов	100,0	104,9	104,1	103,5	102,9	102,6	102,6	101,0	101,5	102,9	104,8	101,7	103,7	101,3	98,1
кафе	100,0	109,2	105,1	101,7	98,2	95,3	95,4	94,9	94,2	91,3	91,8	93,7	95,9	+1,7	94,4
баров	100,0	103,4	100,3	98,3	96,2	93,1	96,8	100,3	96,6	90,2	92,4	99,0	101,6	94,7	91,1
столовых и пост-х пищу	100,0	91,8	94,1	97,6	100,4	102,6	100,7	100,1	99,6	102,5	97,2	98,6	97,1	97,7	95,2
Количество мест на предприятиях	100,0	96,6	96,4	96,3	98,6	99,9	99,3	99,6	97,7	99,0	98,5	97,7	97,6	96,7	94,2
Количество потребителей на одно место	100,0	102,7	102,7	103,0	100,7	99,3	100,0	100,0	101,8	100,4	101,4	102,1	102,4	103,0	100,3
Количество потребителей на одно предприятие	100,0	100,0	106,1	105,1	103,0	101,2	101,7	101,7	103,4	103,3	102,1	102,0	105,0	104,8	101,4

\* Рассчитано по данным [217, с.36, 152, 154, 160-162, 298; 2221, с. 7, 254; 222, с. 14,122, 143; 253, с. 74, 285, 338, 427; 257, с. 31, 243],

Таблица Г.1 - Система оценочных показателей уровня производственного потенциала ресторанного бизнеса

Направление	Показатели оценки производственной составляющей	Показатели оценки материальной составляющей	Показатели оценки кадровой составляющей
Эффективность использования производственного потенциала предприятия питания	<ul style="list-style-type: none"> <li>– фондоотдача;</li> <li>– фондоемкость;</li> <li>– рентабельность основных фондов;</li> <li>– коэффициент использования оборудования;</li> <li>– коэффициент интенсивности загрузки оборудования;</li> <li>– коэффициент использования производственной мощности</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– ресурсоемкость продукции и услуг;</li> <li>– удельный вес материальных расходов в себестоимости продукции и услуг;</li> <li>– коэффициент использования ресурсов</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– изменение средней зарплаты за конкретный период;</li> <li>– изменение производительности труда рабочих;</li> <li>– изменение численности персонала;</li> <li>– изменение профессионального состава персонала</li> </ul>

Таблица Д.1 – Трансформация целей ресторанного бизнеса на разных этапах развития общества

Этапы развития	Цель деятельности
1930 - 58 гг.	Концентрация приготовления пищи на предприятиях с целью высвобождения времени населения на образование и культурное развитие
1959 - 78 гг.	Переход предприятий питания на работу с полуфабрикатами с целью повышения эффективности их деятельности и совершенствования организации ресторанного хозяйства
1979 - 85 гг.	Предложение предприятиями питания продукции с использованием различных групп полуфабрикатов разнообразного ассортимента
1986 - 90 гг.	Производства широкого ассортимента продукции из полуфабрикатов высокой степени готовности и с использованием готовых блюд, а также широкого ассортимента услуг по организации питания разных групп населения
1991- 96 гг.	Сохранение достигнутого уровня развития и приспособление к новым условиям хозяйствования. Предложение продукции и услуг предприятиями в соответствии со спросом потребителей
1997 г. - настоящее время	Наиболее полное удовлетворение спроса потребителей и их потребностей на продукцию и услуги высокого качества с использованием полуфабрикатов разной степени готовности, использование новых малоотходных и безотходных технологий, современного высокопроизводительного оборудования и различных средств механизации труда на предприятиях питания

Таблица Д.2 - Интенсивность изменения товарооборота на 1 человека в Украине и Донецкой области

	Товарооборот на одного человека в сопоставимых ценах, грн.	Абсолютный прирост к предыдущему году, грн.	Темпы прироста, %	Темпы роста к базовому 2000 г., %
Украина				
2000	42,8	в 2,2 раза	-	100,00
2001	49,26	6,45	15,07	115,07
2002	58,07	21,1	35,68	135,68
2003	58,26	0,19	36,12	136,12
2004	66,37	8,11	55,07	155,07
2005	81,29	14,92	89,93	189,93
2006	102,38	21,09	139,0	в 2,4 раза
2007	125,2	22,82	95,52	в 2,93 раза.
2008	145,51	20,3	39,98	в 3,4 раза
2009	176,3	30,8	21,2	в 4,1 раза
2010	207,6	31,3	17,8	в 4,9 раза
2011	249,3	41,7	20,3	в 5,8 раза
2012	275,1	25,8	10,4	в 6,4 раза
2013	300,1	25,0	9,1	в 7,0 раз
2014	253,7	-4,64	-15,5	в 6 раз
Донецкая область				
2000	37,06	в 2,5 раза	в 1,9 раза	100,00
2001	43,63	6,57	17,7	117,73
2002	49,81	6,18	14,2	134,4
2003	51,79	19,8	4,0	139,75
2004	64,61	12,8	24,8	174,34
2005	97,15	32,5	50,4	в 2,62 г.
2006	105,55	8,4	8,6	в 2,84 г.
2007	117,97	12,42	11,8	в 3,18 г.
2008	221,48	103,5	87,7	в 6,0 г.
2009	157,8	-63,8	-28,8	в 4,3 раза
2010	187,5	29,7	18,8	в 5,1 раза
2011	220,9	33,4	17,8	в 6,0 раз
2012	236,4	15,5	7,0	в 6,4 раза
2013	240,9	4,5	1,9	в 6,5 раз
2014	117,3	-123,6	-51,3	в 3 раза

Таблица Д.3 – Структура розничного товарооборота ресторанного бизнеса по  
покупным товарам в динамике\*

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Продовольственные товары в сети РБ, млн.грн, в т.ч.	4282	5205	6551	8380	8109	9509	11369	12559	12936	10882
Водка и изделия ликеро-водочные	209	338	426	513	520	599	709	740,3	738	582
Напитки слабоалкогольные	19	26	33	37	34	39	43	49	57	38
Вина	83	154	201	234	235	267	331	374	390	264
Коньяк	49	90	120	148	143	162	197	219	217	151
Вина игристые (шампанское)	32	60	77	99	97	106	134	139	149	98
Пиво	141	241	313	370	378	418	501	502	469	341
Табачные изделия	46	60	79	93	107	118	127	123	101	84
Наценка РБ	1653	2015	2788	3663	3629	4281	5201	5781	5988	4735
* Составлено по данным [252, с. 36; 253, с.34; 257, с.38;]										

Таблица Е.1 – Разнообразие подходов к классификации факторов развития

Авторы	Сущность подхода к классификации
1	2
В. А. Белошапка, Г. В. Загорьев, З. Е. Шершнева, Михаэль Хитт [56, 310, 325]	Сущность подхода к классификации сводится к простому распределению среды на внешнюю и внутреннюю.
Э. М. Крылатых [142]	В анализе развития учитывать факторы как внешней, так и внутренней среды.
М. Х. Мескон, Ф. Хедоури, Ф. Котлер и др.[135,168]	Для анализа эффективности развития предприятий рекомендуют использовать факторы макромаркетинговой среды (экономического, социального, демографического, политического, правового научно-технического прогресса).
Д. С. Адамс [320]	Сущность подхода сводится к анализу факторов внешней среды прямого и косвенного воздействия.
Б. Н. Хомелянский [289]	Предлагается демографический признак внешней среды подразделять для анализа развития на две подгруппы: демографические и градостроительные.
Г. Т. Пятницкая [209]	Предлагается анализировать 4-х уровневую структуру среды предприятия: общую, отраслевую или рыночную, деловую (операционную), внутреннюю.
А. В. Василенко [70]	Из всего многообразия признаков (приводится всего 15) полагает основное внимание сосредоточить на анализе внешних и внутренних.
О. С. Виханский, В. И. Герасимчук, А. А. Томпсон, В. С. Пономаренко	Обосновали подход для исследования среды предприятия на основе выделения факторов, влияющих на стратегию развития: прямого и

1	2
[74, 79, 195, 271]	косвенного влияния; ближней и дальней среды; макро- и микросреды; внешней и внутренней среды.
Г. Я. Гольдштейн [85]	Предлагается опираться на простейшую модель первичных факторов, которые должны учитывать и по сути определять стратегию предприятия и его развитие в целом. И стратегия, и развитие зависят от внешних и внутренних факторов
Г. Минцберг, Дж. Куин, С. Гошал [177]	Внешняя среда влияет на деятельность предприятия и на принятие стратегических решений на разных уровнях. Это обстоятельство требует постоянного мониторинга за состоянием внешней среды. Руководство должно иметь четкие представления о том, какие именно факторы внешней среды могут претерпеть изменения в ближайшее время и учесть тенденции рыночных возможностей и рисков в развитии.
Э. Кеннет [327]	Основными определяющими для стратегического развития предприятия факторами полагают потенциальные возможности и угрозы во внешней среде, а также необходимость оценки рисков и возможных альтернатив.

Таблица Е.2 – Типологическая структура сети ресторанного бизнеса в отдельных областях Украины за годами

	Всего предприятий по годам				В том числе по годам															
					рестораны				кафе, закусочные, буфеты				бары				Столовые и поставляющие пищу заведения			
	2000	2005	2012	2013	2000	2005	2012	2013	2000	2005	2012	2013	2000	2005	2013	2013	2000	2005	2012	2013
Украина, единиц	33132	27345	21619	20578	1234	1215	1453	1472	15704	12626	8108	7434	3621	2882	2266	2146	12429	10519	9665	9441
в т.ч.																				
Днепропетровская	1988	1588	1161	1135	66	56	55	53	814	782	507	496	154	96	122	121	926	643	476	463
Донецкая	2886	2107	1542	1482	100	97	91	95	1186	1057	687	666	187	93	102	99	1398	859	662	622
Запорожская	1328	943	625	532	25	31	29	27	693	500	315	281	130	68	55	55	464	338	221	156
Киевская	1324	961	705	808	49	57	87	93	584	362	233	202	133	111	82	85	554	417	289	422
Луганская	1263	983	625	598	43	41	28	32	371	325	181	157	80	64	31	34	763	553	382	367
Харьковская	2129	1487	1687	1651	60	53	71	69	923	745	469	409	100	64	117	114	1040	616	1028	1054
Удельный вес (Украина 100%)	100	100	100	100	3,72	4,44	6,81	7,15	47,4	46,17	37,5	36,12	10,93	10,54	10,48	10,43	37,51	38,47	44,8	45,88
в т.ч. по областям																				
Днепропетровская	6,0	5,81	5,37	5,51	3,82	3,53	3,79	3,6	40,95	49,24	43,67	43,7	7,75	6,05	5,38	5,64	46,58	40,49	4,93	4,9
Донецкая	8,7	7,71	7,13	7,2	3,47	4,6	6,26	6,45	41,09	50,17	44,55	44,94	6,48	4,41	4,5	4,61	48,44	40,77	6,85	6,59
Запорожская	4,0	3,45	2,89	2,9	1,88	3,29	2,0	1,83	52,18	53,02	59,2	52,8	9,79	7,21	2,43	2,56	34,94	35,84	2,29	4,47
Киевская	4,0	3,51	3,26	3,92	3,7	5,93	5,99	6,32	44,11	37,67	33,0	25,0	10,05	11,55	3,62	3,96	41,84	43,39	3,95	3,89
Луганская	3,8	3,6	2,89	2,9	3,41	4,17	1,93	2,17	30,96	33,06	29,0	26,25	6,33	6,51	5,16	5,31	60,41	56,26	10,64	11,16
Харьковская	6,43	5,44	7,8	8,0	2,82	3,56	4,89	4,69	43,35	50,1	78	24,77	4,7	4,31	5,16	5,31	48,85	41,43	60,9	63,8

\* Данные [219, с. 160-132; 257, с.114,119-122]

Таблица Е.3 – Плотность сети ресторанного бизнеса по месту размещения в разрезе областей

(в %)

	Количество объектов, всего				в т.ч. в городских поселениях				в сельской местности			
	по годам											
	2000	2005	2012	2013	2000	2005	2012	2013	2000	2005	2012	2013
Украина	100	100	100	100	68,98	70,39	67,45	68,15	31,02	29,61	32,55	31,85
АРК	4,37	6,11	6,21	6,51	71,97	85,93	78,55	80,28	28,03	14,07	21,45	19,12
Винницкая	3,14	5,2	4,89	4,98	51,54	35,89	28,38	28,0	48,46	64,11	71,62	72,0
Волынская	3,83	4,21	4,23	4,38	45,59	44,09	35,19	40,29	54,41	55,91	64,81	59,71
Днепропетровская	5,55	5,81	5,37	5,52	81,8	86,78	90,61	91,8	18,2	13,22	9,39	8,2
Донецкая	8,16	7,71	7,13	7,2	86,66	91,03	92,18	93,05	13,2	8,97	7,82	6,95
Житомирская	2,97	2,67	1,89	2,41	50,21	49,25	64,79	61,9	49,79	50,75	35,21	38,1
Закарпатская	3,51	3,03	1,85	1,57	58,76	61,76	55,75	62,78	41,24	38,24	44,25	37,22
Запорожская	4,01	3,45	2,89	2,59	83,6	87,49	88,16	87,41	16,4	12,51	11,84	12,59
Ивано-Франковская	2,87	2,92	2,44	2,43	66,56	58,15	61,93	61,08	33,44	41,85	38,07	38,92
Киевская	3,99	3,51	3,27	3,93	57,97	53,8	59,0	52,48	42,03	46,2	41,0	47,52
Кировоградская	2,15	1,93	1,77	1,63	72,71	73,86	66,58	66,57	27,29	26,14	33,42	33,43
Луганская	3,83	3,6	2,89	2,91	79,12	81,38	87,52	87,63	20,88	18,62	12,48	12,37
Львовская	7,66	8,15	7,15	6,42	79,7	74,61	77,23	83,27	20,3	25,39	22,77	16,73
Николаевская	3,15	2,78	2,33	2,17	68,36	74,24	83,53	84,79	31,64	25,76	16,47	15,21
Одесская	4,26	4,56	3,63	3,4	75,97	82,37	93,1	92,71	24,03	17,63	6,9	7,29
Полтавская	3,76	3,42	3,04	3,16	53,81	60,04	63,47	66,67	46,19	39,96	6,53	33,33
Ровенская	2,82	2,48	3,67	2,81	49,52	44,76	27,89	38,86	50,48	55,24	72,11	61,44
Сумская	2,18	3,73	3,58	3,65	60,94	48,87	43,23	43,81	39,06	51,13	56,77	56,19
Тернопольская	2,66	2,26	4,06	4,15	57,5	52,91	27,94	26,52	42,5	47,09	72,06	73,48
Харьковская	6,44	5,44	7,8	8,02	64,82	78,35	65,5	63,48	35,18	21,65	34,5	36,52
Херсонская	2,47	1,92	1,59	1,5	55,43	64,83	74,64	76,62	44,57	35,17	26,36	23,38
Хмельницкая	3,32	2,56	3,92	3,86	57,78	63,95	38,84	37,53	42,22	36,05	61,16	62,47
Черкасская	2,64	2,08	1,72	1,62	59,66	68,77	75,47	72,97	40,34	31,23	24,53	27,03
Черновицкая	1,89	1,51	1,48	1,38	59,97	61,5	45,48	45,61	40,03	38,5	54,52	54,39
Черниговская	2,65	2,79	2,85	2,76	60,89	58,51	59,25	53,87	39,11	41,49	40,75	46,13
г. Киев	3,89	5,14	7,5	8,22	–	–	–	–	–	–	–	–
г. Севастополь	0,92	1,03	0,84	0,81	97,37	97,15	96,7	97,59	2,63	2,85	3,3	2,41

\* Данные [219, с. 160-132; 257, с.114,119-122]

Таблица Е.4 – Основные направления миграции населения в современных экономических условиях в Украине\*

	2005 г.		2007 г.		2008 г.		2014		2014 к 2005, в %	
	прибыло	выбыло	прибыло	выбыло	прибыло	выбыло	прибыло	выбыло	прибыло	выбыло
Удельный вес миграции в постоянном населении	1,63	1,62	1,64	1,60	1,55	1,51	1,3	1,2	79,8	74,1
В пределах Украины	1,55	1,55	1,54	1,54	1,46	1,46	1,7	1,2	109,7	77,4
внутренне региональная миграция	0,94	0,94	0,94	0,94	0,89	0,89	х	х	–	–
межрегиональная миграция	0,61	0,61	0,6	0,6	0,58	0,58	х	х	–	–
Межгосударственная миграция	0,8	0,075	1,0	0,064	0,81	0,049	0,1	0,05	12,5	66,7
- страны СНГ	0,072	0,047	0,07	0,044	0,06	0,03	х	х	–	–
- другие страны	0,08	0,028	0,025	0,02	0,017	0,017	х	х	–	–

\* Рассчитано по данным [219, с. 332, 355; 267, с.335].

Таблица Е.5 – Изменение структуры населения Украины\*

(в %)

Показатели	Годы														
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
Удельный вес населения															
в городской местности	67,4	67,2	67,3	67,5	67,7	68,0	67,9	68,3	68,5	68,6	68,7	68,8	68,9	69,0	69,1
в сельской местности	32,7	32,8	32,7	32,5	32,3	32,0	32,1	31,7	31,5	31,4	31,3	31,2	31,1	31,0	30,9
Удельный вес к общему количеству населения															
мужчин	46,2	46,3	46,2	46,2	46,2	46,1	46,1	46,1	46,1	46,1	46,1	46,2	46,2	46,2	46,3
женщин	53,8	53,7	53,8	53,8	53,8	53,9	53,9	53,9	53,9	53,9	53,9	53,8	53,8	53,8	53,7
Удельный вес занятых от общей числен. занятых															
в т.ч. в промышленности	22,2	21,3	21,01	19,5	19,2	18,8	18,4	19,0	18,5	15,8	15,0	14,6	14,5	13,8	13,8
в сельском хозяйстве и лесном	13,8	11,8	11,2	8,7	8,0	6,9	6,2	5,3	4,7	4,4	3,9	3,6	3,6	3,2	3,4

\* Рассчитано по данным [216, с. 160-163; 252, с. 342, 368, 370; 253, с. 338, 362, 364; 254, с. 328,354; 257, с.320, 342]

Таблица Е.6 – Изменение образовательного уровня населения Украины\*

	Годы														
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
Количество населения, имеющего степень доктора наук, чел.	10339	10542	10834	11259	11573	12014	12488	12845	13423	13866	14418	14832	15592	16450	16090
Количество населения, имеющего степень кандидата наук, чел.	58741	60011	62490	64372	65839	68291	71893	74191	77763	81169	84000	86579	88057	90113	86230
Подготовка аспирантов, чел.	23295	24256	25288	27106	28412	29866	31293	32497	33344	34115	34653	34192	33640	31482	27622
Студенты ВУЗ I-II уровней аккредитации тыс. чел.	528	528	534	549	548	505	505	441	399	354	361	362	314	251	251
Студенты ВУЗ III-IV уровней аккредитации тыс. чел.	1403	1403	1890	2028	2028	2204	2204	2373	2365	2245	2129	2130	1840	1542	1438

Продолжение таблицы Е.6

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
Удельный вес студентов ВУЗ III-IV уровней аккредитации в общей численности постоянного населения, %	2,88	2,89	3,99	4,3	4,4	4,72	4,8	5,09	5,16	4,9	4,7	4,0	3,2	3,4	3,4
Удельный вес студентов Вуз I-II уровней аккредитации в общей численности постоянного населения, %	1,08	1,1	1,1	1,1	1,0	0,9	1,1	1,0	0,9	0,8	0,8	0,7	0,7	0,6	0,6

\* Рассчитано по данным [252, с. 330, 342, 462, 465,467; 253, с. 327, 447, 460; 254, с.321, 445, 450; 257, с.311,422,427]

Таблица Ж.1 – Динамика средней заработной платы в Украине

	2000	2001	2002 .	2003	2004	2005р.	2006	2007	2008 .	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Украина, грн.	230,0	311	376,0	462	590	806,0	1041	1351	1806	1906	2239	2633	3026	3265	3480
– в т.ч. про- мышленность	302,0	406	485,0	591	743	967,0	1212	1554	2315	2117	2570	3107	3478	3763	3988
– Донецкая область, грн.	292,00	383	452,0	550	712	962,0	1202	1535	2015	2116	2549	3063	3496	3755	3858
Уд. вес зарпла- ты Донецкой области от зарплатый по Украине, %	126,96	127,0	120,2	119,0	120,6	119,4	115,5	113,6	113,6	111,1	113,8	116,3	115,5	115,0	110,9
Темпы изменения заплаты в Украине, %	129,6	135,2	121,0	122,9	127,7	136,7	129,2	129,7	133,7	105,5	117,5	117,6	115,0	107,9	106,6
– в т.ч. в про- мышленности	137,3	134,4	119,5	121,9	128,7	130,2	125,1	128,2	149,0	91,5	120,8	120,9	111,9	108,2	106,0
– в Донецкой области	132,7	131,2	118,0	121,7	129,5	135,1	124,9	127,7	131,3	105,0	120,5	120,2	113,3	107,2	102,7

\* Рассчитано по данным [253, с. 399, 403; 257, с. 367-369]

Таблица Ж.2 – Размеры прожиточного минимума для граждан Украины (грн.)

	2007 г.			2008 г. <sup>**</sup>			2014 г. <sup>***</sup>		
	с 1 января	с 1 апреля	с 1 октября	с 1 января	с 1 апреля	с 1 октября	с 1 января	с 1 апреля	с 1 октября
Размер прожиточного минимума на одного человека	492	525	532	592	605	626	1176	1207	1256
детям до 6 лет	434	463	470	526	538	557	1032	1059	1102
детям от 6 до 18 лет	558	595	604	663	678	701	1286	132	1373
трудоспособным лицам	525	561	568	633	647	669	1218	1250	1301
лицам, утратившим трудоспособность	380	406	411	470	481	498	949	974	1014

\* – размер прожиточного минимума установлен в соответствии с законом № 489-V от 19.12.2006 г..

\*\* – размер прожиточного минимума установлен в соответствии с законом № 107-VI от 28.12.2007 г.

\*\*\* – размер прожиточного минимума установлен в соответствии с законом № 719-VII от 16.01.2014 г.

Таблица И.1 – Уравнения зависимости уровня качества услуг ( $x_1$ ) от основных КОФ ( $x_2$ ) и теснота влияния связи на уровень качества услуг

КОФ	t-статистика	Вид уравнения	Коэффициент парной корреляции	Коэффициент детерминации	Теснота связи	Вид зависимости
1	2	3	4	5	6	7
Товарооборот на одно место	9,02	$x_1=3,47-2,13E-0,21x_2-2,91E-0,28x_2^2$	0,961	0,91	очень сильная	не линейная
Товарооборот на 1 работника	1,32	$x_1=2,937+2,03E-0,38x_2$	0,41	0,156	слабая	линейная
Товарооборот на одно предприятие	6,39	$x_1=3,831-3,98E-0,52x_2-7,93E-0,71x_2^2$	0,93	0,801	очень сильная	не линейная
Заработная плата работника	1,16	$x_1=3,69+2,83E-0,74x_2$	0,298	0,122	слабая	линейная
Удельный вес собственной продукции в товарообороте	4,03	$x_1=9,04-0,19x_2-2,13E-0,61x_2^2$	-0,779	0,637	сильная	не линейная
Уровень затрат	1,51	$x_1=-24,93-5,12x_2$	0,398	0,148	слабая	линейная

Таблиц И.2 –Теснота связи по коэффициентам корреляции

Теснота связи	Минимальное значение	Максимальное значение
Очень слабая	от 0	0,24
Слабая	0,25	0,44
Умеренная	0,45	0,64
Сильная	0,65	0,8
Достаточно сильная	0,81	0,9
Очень сильная	0,901	1,0

Таблица И.3 – Зависимость переменных факторов развития ресторанного бизнеса

Переменные	Коэффициент Стьюдента для парных данных	Значимость	Степень свободы
Кафе			
x <sub>1</sub> , x <sub>2</sub>	1,408	0,217	5
x <sub>1</sub> , x <sub>3</sub>	0,655	0,546	5
x <sub>1</sub> , x <sub>4</sub>	0,647	0,55	5
x <sub>1</sub> , x <sub>5</sub>	0,537	0,617	5
x <sub>1</sub> , x <sub>6</sub>	0,508	0,635	5
x <sub>1</sub> , x <sub>7</sub>	1,359	0,231	5
x <sub>1</sub> , x <sub>8</sub>	1,668	0,155	5
x <sub>1</sub> , x <sub>9</sub>	3,737	0,01	5
x <sub>1</sub> , x <sub>10</sub>	4,443	0,007	5
Рестораны			
x <sub>1</sub> , x <sub>2</sub>	0,303	0,769	5
x <sub>1</sub> , x <sub>3</sub>	1,698	0,149	5
x <sub>1</sub> , x <sub>4</sub>	0,836	0,555	5
x <sub>1</sub> , x <sub>5</sub>	0,501	0,64	5
x <sub>1</sub> , x <sub>6</sub>	0,768	0,519	5
x <sub>1</sub> , x <sub>7</sub>	1,893	0,116	5
x <sub>1</sub> , x <sub>8</sub>	0,787	0,529	5
x <sub>1</sub> , x <sub>9</sub>	1,589	0,172	5
x <sub>1</sub> , x <sub>10</sub>	0,93	0,602	5

Таблица И.4 – Собственные значения и процент объяснимой дисперсии факторов развития для предприятий ресторанного бизнеса

Факторы	Кафе			Рестораны		
	собственное значение	дисперсия, %	накопление, %	собственное значение	дисперсия, %	накопление, %
1	5,8	58,1	28,1	6,2	62,0	62,0
2	2,1	21,4	79,5	2,9	28,5	90,4
3	1,7	16,5	96,0	0,5	4,8	95,2
4	0,4	3,5	99,5	0,3	3,4	98,7

Таблица К.1 – Зависимость частоты посещения предприятий ресторанного бизнеса потребителями в зависимости от различных факторов\*

	Рестораны		Кафе		Бары	
	всегда, часто	иногда, редко	всегда, часто	иногда, редко	всегда, часто	иногда, редко
Пол:						
– мужской	18,7	81,3	42,3	57,77	62,5	37,5
– женский	8,2	91,8	41,8	58,2	44,3	55,7
Социальное положение:						
– ИТР (служащие)	4,3	5,5	65,3	34,7	35,4	64,6
– предприниматели (бизнесмены)	94,5	99,0	48,9	51,1	31,8	68,2
– рабочие	1,0	99,0	37,7	62,3	44,9	55,1
– М О П	1,0	99,0	12,4	87,6	33,7	66,3
– студенты	7,2	92,8	36,7	63,3	58,3	41,7
– другие	13,7	86,3	28,1	71,9	68,4	31,6
Семейное положение:						
– семейный	38,4	61,6	43,7	56,3	35,9	64,1
– одинокий	44,8	55,52	57,2	42,8	53,3	46,7

\* по результатам социологического опроса потребителей на предприятиях ресторанного бизнеса.

Таблица Л.1 – Изменение сущности свободы в философском понимании

Философы	Сущность учения о свободе
1	2
Августин Блаженный (354-434 г.)	Связывал свободу с божественным предопределением. Сущность учения сводится к тому, что без определенной божественной благодати человек не может иметь доброй воли. Итак, жизнь человека, его поступки определены и свободы, как такой не существует.
Б. Спиноза (1632-1677 г.)	Объяснял и связывал свободу с мышлением. Свобода, которая достигается с помощью достоверного знания, не отстраняет аффектов, а проявляет их благодаря осознанию их места в универсальной цепи. Свобода согласно этой концепции одновременно и активная, и пассивная
И. Кант (1724 - 1804 г.)	Принимал и допускал антиномию, которая противопоставляет между собой идеи необходимости и свободы. Свобода есть способность самостоятельного начинания, то есть не нужно никакой другой причины, кроме себя самой. Полная независимость от всего предыдущего, а это и есть понятия свободы.
В. Гегель (1770 - 183 г.)	Выводил понятие свободы из «духа», «субстанция духа есть свобода, то есть независимость от другого, отношение к самому себе, действительная свобода состоит не в отрицании необходимости, а в ее осознании, в раскрытии ее содержания, которое имеет идеальный характер.
К. Маркс (1818 - 1883 г.)	Концепция свободы базируется на диалектическом понимании природы социального детерминизма. Отбрасывая антиномию свободы и необходимости, марксистская философия выходит из определения свободы как процесса познания, то есть ее понимания и учета в деятельности.
Г. Штайнер (1861 - 1925 г.)	Истинная свобода состоит в раскрепощении мысли, потому что только мышление способно познать причины. Не мозг должен автоматически мыслить, а должно включаться свободное сознание, свободное от навязанных правил, сроков и их комбинаций, которые вне зависимости

1	2
	от нас возникают в нашем мозге и дают шаблонные оценки тому, что происходит вокруг
Н. Бердяев (1874 - 1948 г.)	Свобода непосредственно связана с сущностью человека: она является основным качеством духа личности. Свобода есть положительная творческая природа, которая ничем не обуславливается и не обосновывается – это мощность духа создавать не из естественного окружающего мира, а из самого себя. Свободе личности противопоставляется мера необходимости, которая подчиняет человека. Содержание теории свободы заключается в том, что свобода человека является динамическим процессом, который разворачивается на протяжении всей жизни.
Жан Поль Сартр (1905 - 1980 г.)	<p>Свобода – единственный фундамент общественных ценностей. Человек – свободная личность, потому что она одарена умом. Она не может избавиться от свободы, потому что всегда должна отвечать за свои действия, не может переложить ответственность на природу, на историю или кого-нибудь другого.</p> <p>Абсолютная свобода «пожирает сама себя». Она устанавливает нормы жизни, которые самая должна преодолеть. Она ограничивает себя границами и одновременно их разрушает. Поэтому смерть - единый выход, который сможет преодолеть определенное противоречие свободы.</p>

Таблица Л.2 – Экономическая свобода деятельности предприятий ресторанного бизнеса в социальном динамическом рыночном хозяйстве

Элементы, регулируемые экономическими методами	Границы степени свободы предприятия	Степень (мера) экономической ответственности предприятия
1. Выбор формы собственности	Согласие участников создания предприятия (инвесторов, основателей, собственников), Гражданский кодекс Украины, Хозяйственный Кодекс Украины	Достаточный объем капитала.
2. Выбор организационно-правовой формы предприятия	Гражданский и хозяйственный кодексы Украины, организационно-технологические особенности ведения ресторанного бизнеса	Согласие владельцев (инвесторов) и органов государственной регистрации.
4. Выбор рынка, рыночного сегмента, рыночной ниши	Количество конкурентов на выбранном рынке или в рыночном сегменте, степень конкуренции. Потребительский спрос на услуги предприятий питания	Вытеснение с рынка, из рыночной ниши или сегмента, высокий уровень затрат.
5. Выбор хозяйственных партнеров	Количество и стабильность выбранных партнеров на рынке ресторанного бизнеса	Уровень затрат и дохода (прибыли)
6. Выбор технологии бизнеса	Доступность лицензий на осуществление определенных видов деятельности предприятиями ресторанного бизнеса	Конкурентные преимущества
7. Ценовая политика	Цены конкурентов и положение на рынке (в рыночном сегменте, рыночной нише)	Динамика товарооборота в сравнимых ценах и обороте по продукции собственного производства; Изменение объемов предлагаемых продукции и услуг
8. Выбор направлений и форм использования чистого дохода	Состояние капитала и социальное законодательство в Украине	Конкурентоспособность предприятия, продукции и услуг, персонала
9. Выбор оргструктуры и методов управления	Состояние внешней и внутренней среды предприятия	Социально-экономическая эффективность деятельности предприятия и качество управления деятельностью и развитием

## Приложение М

Таблица М.1 – Использование материально-технической базы предприятий ресторанного бизнеса\*

Формы собственности	Товарооборот на одно место (в сравнительных. ценах), грн.			2008 г. к 2000 г., раз
	2000 г.	2005 г.	2008 г.	
Всего, в т.ч.	2791,1	1820,0	2730,0	в 2, 5 р.
государственная	421,18	486,3	588,0	в 1, 4 р.
коммунальная	161,4	266,09	401,08	в 2, 48 р.
частная	509,42	1067,61	1740,92	в 3, 42 р.

\* Рассчитано по данным [216, с. 22, 23, 168; 217, с. 74, 151].

\* с 2009 г. характеристики товарооборота в разрезе форм собственности ресторанного бизнеса не отражаются в статистике

Таблица М.2 – Изменение форм собственности объектов ЕГРПОУ в Украине

(ед. на конец года)

Формы собственности	2001 г.	2006 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.
Государственная	9965	7562	6661	6512	6075	5933	5559
Коммунальная	16713	16688	15726	15615	15207	14974	13778
Частная	192168	248211	285821	283911	280073	278227	259772
Акционерные общества	34942	33976	28748	26568	25531	24813	23110
ООО	221905	325925	443223	467822	488781	515371	519607
Иностран.пр.-я	2446	2315	2247	2200	2176	2096	1988
уд.вес. изменений к предыдущему году							
Государственная		-4,8	-2,4	-2,2	-6,7	-2,3	-6,3
Коммунальная		-0,02	-1,2	-0,7	-2,6	-1,5	-8,0
Частная		5,8	3,0	-0,7	-1,4	-0,7	-6,6
Акционерные общества		-0,6	-3,1	-7,6	-3,9	-2,8	-6,9
ООО		9,4	7,2	5,6	4,5	5,4	0,8
Иностран.пр.-я		-1,1	-0,6	-2,1	-1,1	-3,7	-5,2

\* Данные [96]

Таблица Н.1 – Корреляционная матрица данных для выборки предприятий ресторанного бизнеса Донецкой области

	$x_2$	$x_3$	$x_4$	$x_5$	$x_6$	$x_7$
$x_1$	0,779					
$x_2$	0,767	0,813				
$x_3$	0,595	-0,016	0,223			
$x_4$	0,556	0,225	-0,024	0,595		
$x_5$	0,931	0,679	0,612	0,580	0,614	
$x_6$	0,176	0,148	0,237	0,160	-0,101	-0,163

Таблица Н.2 – Модели регрессии, адекватные экспериментальным данным

Элементы, (y, x)	Вид регрессионной зависимости	Значение	
		регресс.	множ. R
1	2	3	4
выпуск продукции собственного производства, численность работников	$y = -194,7 + 1,224x$	-1,035E5	0,812
выпуск продукции собственного производства, себестоимость продукции и услуг	$y = -469,2 + 216,9 \ln(x)$	8,344E4	0,679
выпуск продукции собственного производства, валовой доход	$y = -2898 + 132SQR(x)$	3,238E5	0,677
товарооборот, уровень выпуска продукции собственного производства	$y = -4,108E - 5 + 0,5567x + (-3,546E - 5)x^2$	5,877E4	0,923
товарооборот, численность работников	$y = -5535 + 6,195x - 0,001451x^2$	1,374E5	0,936
товарооборот, валовой доход	$y = 0,0004423 - 0,1418x + 0,0003758x^2$	5,652E5	0,894

Таблица П.1 – Сравнение фискальных льгот, предоставляемых малому бизнесу в разных странах мира\*

Страна	Особенности налогообложения малых предприятий
1	2
Азербайджан	Налоговые льготы на трехлетний период малым предприятиям, которые действуют в наиболее производительных сферах национальной экономики; освобождаются от налога инвестиций в оборудование, новые технологии и обучение работников
Армения	Налоговые льготы на 2 года получают только малые предприятия в сфере производства и сельского хозяйства
Латвия	Малые предприятия, в которых оборот менее 10 тыс. лат, оплачивают налог на добавленную стоимость (НДС)
Литва	70 % освобожденных от налогов на двухлетний период и 50 % - в дальнейшем для тех предприятий, в которых работает не более 50 человек и годовой доход которых не превышает 500 тыс. литов
Молдавия	Микро предприятия освобождаются от налога на прибыль на период до 5 лет (3 года в сфере услуг) и оплачивают меньшую сумму налогов на протяжении следующих 2-х лет, если они реинвестируют хотя бы 80% сэкономленных на налогах средств в свою дальнейшую деятельность
Германия	Практически за каждым из 50 видов налогов, которые действуют в стране, малым предприятиям предоставляются определенные льготы
Россия	Освобождение от налогообложения дохода, который направлен на восстановление и реконструкцию основных фондов. Обеспечение скидок при уплате налогов в первые два года работы
Румыния	Освобождение от НДС предприятий с оборотом менее 100 тыс. долл. США
Словения	Освобождение на четыре года малых предприятий от налога на прибыль
США	Снижение уровня налога на прибыль в размере части расходов на научно-исследовательские и исследовательско-

1	2
	конструкторские (НДДКР) работы и инвестиции в новое оборудование и строительство, освобождение от уплаты налогов на товарно-материальные запасы. Налоговые ставки для МП на уровне 15% и 28%, тогда как для больших корпораций они составляют 34% и 46% соответственно
Украина	Внедрение, начиная с 1998 г., упрощенной системы налогообложения для субъектов малого предпринимательства. Введение таких видов налогообложения как единый налог, специальный торговый патент, фиксированный налог (патент) и фиксированный сельскохозяйственный налог, каждый из которых имеет свои особенности, направленные на определенную категорию субъектов налогообложения, но фактически реализует идею изменения многочисленных налогов, сборов и обязательных платежей в государственный и местный бюджеты, а также бюджетных фондов единым налогом
Франция	Полное освобождение новых предприятий от налога на прибыль на протяжении первых двух лет работы, на 75% - на третьем, на 50% - на четвертом и на 25 % - на пятом году. Освобождение на протяжении первых двух лет от уплаты налога на землю. Снижение налогов в случае направления средств на НДДКР, профессиональную подготовку кадров, расширение деятельности в пределах иностранного рынка
Япония	Полное освобождение от уплаты налога из средств, которые используются для формирования резервных фондов малого предприятия. Освобождение от промышленного налога. Ставка налога на доходы малых предприятий и кооперативов составляет 27-28% (в больших компаниях – почти 38%)

\* Источник [209, с.67-68]

## Приложение Р

Таблица Р.1 – Прогнозные данные товарооборота выбранных предприятий ресторанного бизнеса Донецкой области методом скользящего среднего(млн. грн.)

Товарооборот ресторанного бизнеса	Годы					
	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Реальные статистические данные	483,0	598,0	753,0	710,0	698,0	-
Прогнозные (расчетам) данные	531,3	657,8	756,9	815,3	734,5	725,1
Удельный вес отклонений, %	9,94	10,0	0,52	14,83	9,53	-

Таблица Р.2 – Изменение прогнозных данных товарооборота ресторанного бизнеса, полученных методом экспонентного сглаживания с учетом рекомендованного коэффициента интенсивности системы развития (млн. грн.)

Товарооборот ресторанного бизнеса	Годы					
	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Реальные статистические данные	483,0	598,0	753,0	710,0	698,0	-
Прогнозные (расчетные) данные	495,0	605,0	757,0	762,0	721,9	711,2
Удельный вес отклонений, %	2,48	1,17	0,53	7,32	3,42	-

Таблица Р.3 – Описание условных обозначений, принятых в модели

Обозначение	Описание
Уровни	
<i>K</i>	накопленный уровень капитала предприятий РБ, тыс. грн.
<i>K_inv</i>	накопленный уровень капитала предприятий РБ с учетом вложения инвестиций в развитие, тыс. грн.
<i>YZ</i>	уровень жизни населения, тыс. грн.
<i>Inv_old</i>	накопленный уровень инвестиций прошлых периодов, тыс. грн.
<i>TO_dop</i>	накопленный уровень дополнительного товарооборота после вложения инвестиций в развитие, тыс. грн.
Темпы изменения	
<i>D</i>	доходов населения, тыс. грн.
<i>R</i>	затрат населения, тыс. грн.
<i>Z</i>	общие затраты исследуемых предприятий РБ, тыс. грн.
<i>Inv</i>	инвестиций, направленных на развитие РБ, тыс. грн.
<i>Inv_return</i>	прирост дополнительного товарооборота в текущем периоде (после инвестирования в развитие), тыс. грн.
<i>P</i>	выручка от реализации товаров и услуг предприятий РБ, тыс. грн.
<i>Med</i>	затрат на обслуживание, тыс. грн.
<i>ZP</i>	заработной платы, тыс. грн.
<i>SP</i>	социальной помощи, тыс. грн.
<i>Spros</i>	спроса на продукцию исследуемых предприятий РБ, тыс. грн.
<i>PT</i>	приобретения товаров и услуг данных предприятий, тыс. грн.
<i>Nal</i>	налоговых платежей, тыс. грн.
<i>Ser</i>	затрат на лицензирование и сертификацию, тыс. грн.
<i>Inv_total</i>	общего объема накопленных инвестиций, тыс. грн.
<i>TO</i>	фактический товарооборот, тыс. грн.
<i>To_total</i>	общего объема товарооборота с учетом его увеличения после осуществления инвестиционных мероприятий, направленных на развитие, тыс. грн.
<i>Z_oh</i>	общехозяйственных затрат, тыс. грн.
<i>Z_pr</i>	производственных затрат, тыс. грн.
<i>Inv_5_1-5_6</i>	суммы средств, направленных на развитие предприятий РБ, тыс. грн.
Константы	
<i>VVP</i>	Валовой внутренний продукт, тыс. грн.
<i>Z_adm</i>	Административные расходы предприятий РБ, тыс. грн.
<i>K_5_1-5_6</i>	Доля затрат на данное мероприятие в текущем периоде от общего объема инвестиционных ресурсов, предусмотренных для данной меры

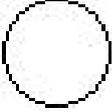
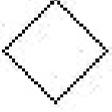
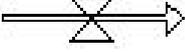
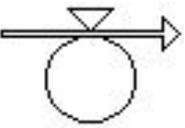
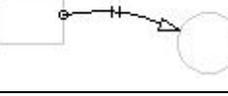
Таблица Р.4 – Определение основных переменных динамической модели в формульном виде

Обозначение	Определение
1	2
$D$	$SP+ZP+S$
$R$	$Med+Nal+PT$
$Inv$	$Inv\_5\_1+Inv\_5\_2+Inv\_5\_3+Inv\_5\_4+Inv\_5\_5+Inv\_5\_6$
$Inv\_return$	$k_{5\_1} * Inv\_5\_1 + k_{5\_2} * Inv\_5\_2 + k_{5\_3} * Inv\_5\_3 + k_{5\_4} * Inv\_5\_4 + k_{5\_5} * Inv\_5\_5 + k_{5\_6} * Inv\_5\_6$
$P$	$IF(spros < TO\_total, spros, TO\_total)$
$Med$	$0.00047 * VVP$
$ZP$	$0.00643 * VVP$
$SP$	$0.002612 * VVP$
$Spros$	$0.07 * D$
$PT$	$2775 * TIME + 129440$
$Nal$	$0.15 * D$
$Ser$	$0.07 * P$
$Inv\_total$	$Inv + Inv\_old$
$To\_total$	$TO + TO\_dop$
$Z\_oh$	$Z\_pr + Z\_adm$
$Z\_pr$	$0.40 * P$
$Inv\_5\_1$	$IF(TIME < 13, 29119.9/12, 0)$
$Inv\_5\_2$	$IF(TIME < 13, 5219/12, 0)$
$Inv\_5\_3$	$IF(TIME < 6 OR (TIME > 8 AND TIME < 13), 39032.6/9, 0)$
$Inv\_5\_4$	$IF(TIME < 13, 1586.4/12, 0)$
$Inv\_5\_5$	$IF(TIME < 13, 4752.9/12, 0)$
$Inv\_5\_6$	$IF(TIME < 13, 824/12, 0)$

Таблица Р.5 – Значение параметров модели, которые задаются экзогенно

Параметр модели	Обозначение	Значение
Размер товарооборота предприятий ресторанного бизнеса	$To$	Случайная величина с нормальным законом распределения
Доходы от собственности	$S$	Величина, которая включает случайную и трендовую компоненты

Таблица С.1 – Обозначение объектов Powersim

Название	Обозначение	Описание
Уровень		Тип переменной, которая аккумулирует изменения. Уровень может представлять собой физические накопления, такие как запасы или невыполненные заказы и нематериальные накопления. Значение уровня меняется под влиянием потоков.
Вспомогательная переменная		Тип переменной, которая содержит вычисления, основанные на других переменных. В отличие от уровней, вспомогательные переменные используются для моделирования элементов реальной системы, которые меняются мгновенно.
Константа		Тип переменной, которая содержит фиксированное значение. Используется для расчетов в потоках и вспомогательных переменных. Константы используются для представления элементов системы, которые не меняются в течение всего периода имитации.
Поток		Потоки служат для реализации представления о перенесении количества чего-нибудь между переменными уровнями. Если уровни отображают состояние моделируемой системы, то потоки отображают движение. Потоками являются только те переменные, которые могут менять значение уровней путем добавления к ним или вычитания из них
Поток с регулируемой интенсивностью		Powersim предоставляет возможность использования как потоков с неограниченной пропускной способностью, так и потоков с регулируемой интенсивностью. Интенсивность потока определяется произведением связанного с потоком его темпа и величины временного шага.
Информационная связь		Дает информацию вспомогательным переменным о значении других переменных
Информационная замедляющая связь		Используется только тогда, когда вспомогательная переменная содержит специальную функцию задержки
Связь инициализации		Предоставляет начальную информацию для уровней о значении других переменных
Облако		Неопределенный источник или сток для потока входящего или выходящего из уровня. Означает, что данный источник или сток находится за пределами рассмотренной в модели области

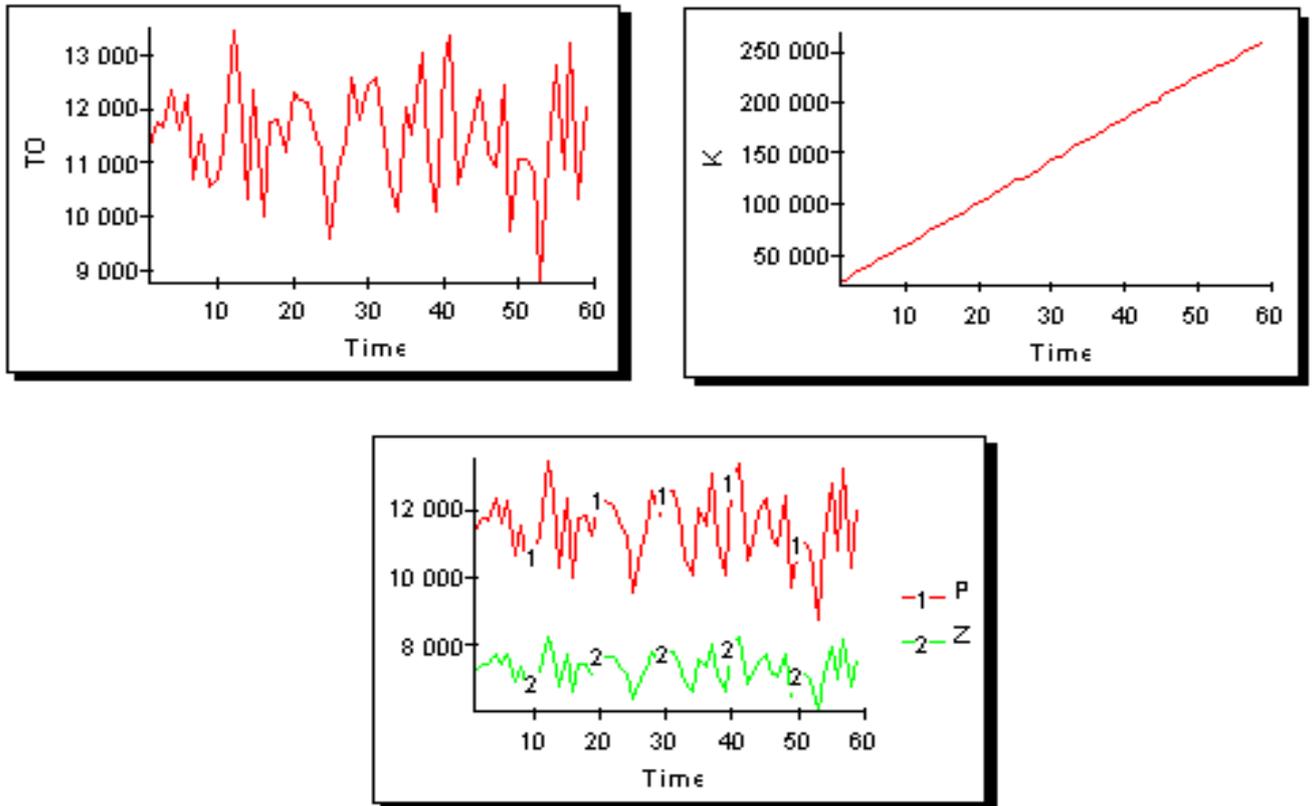


Рисунок С.1 – Графическая интерпретация поведения динамической имитационной модели управления развитием ресторанного бизнеса

Таблица С.2 – Формирование основных уровней модели управления развитием предприятия ресторанного бизнеса (в тыс. грн.)

Time	K	P	Z
46	210 450,97	11 128,69	7 230,48
47	214 349,18	11 534,02	7 420,99
48	218 462,21	10 793,07	7 072,74
49	222 182,54	12 175,52	7 722,49
50	226 635,56	13 085,98	8 150,41
51	231 571,13	12 674,46	7 957,00
52	236 288,60	11 128,57	7 230,43
53	240 186,74	12 359,66	7 809,04
54	244 737,36	11 461,43	7 386,87
55	248 811,92	10 922,39	7 133,52
56	252 600,78	11 910,76	7 598,06
57	256 913,49	12 057,69	7 667,12
58	261 304,06	10 176,73	6 783,06
59	264 697,73	10 505,35	6 937,51
60	268 265,56	12 942,83	8 083,13

Time	TO	spros
46	11 128,69	57 375,37
47	11 534,02	57 615,21
48	10 793,07	57 658,54
49	12 175,52	58 006,09
50	13 085,98	58 185,30
51	12 674,46	58 344,22
52	11 128,57	58 564,70
53	12 359,66	58 892,48
54	11 461,43	58 970,42
55	10 922,39	59 170,87
56	11 910,76	59 326,88
57	12 057,69	59 565,95
58	10 176,73	59 718,73
59	10 505,35	59 915,97
60	12 942,83	60 217,39

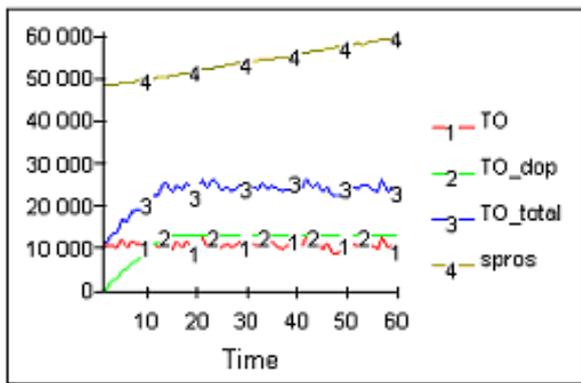
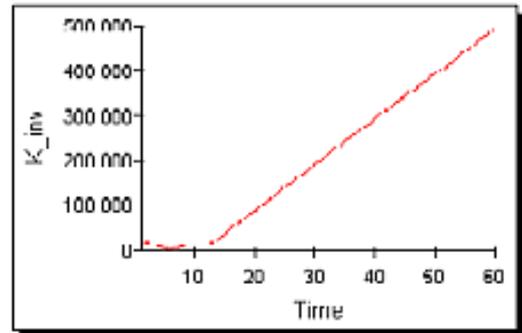
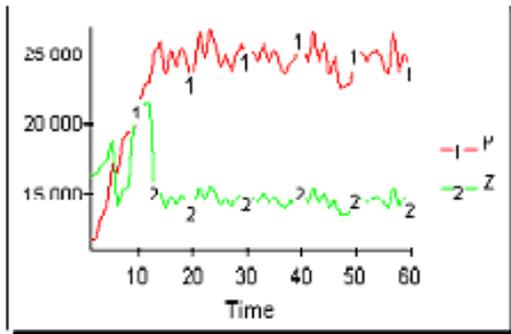


Рисунок С.2 – Реализация модели управления развитием предприятий ресторанного бизнеса в среде PowerSim при внедрении инвестиционных мероприятий по определенным направлениям (графическая интерпретация)



Таблица С.4 – Описание условных обозначений, принятых в микромодели

Обозначение	Описание
1	2
Уровни модели	
K_restoran	накопленный уровень капитала рассмотренного предприятия РБ, тыс. грн.
Вспомогательные переменные модели	
Z_restoran	общие расходы выбранного предприятия РБ, тыс. грн.
P_restoran	выручка от реализации товаров и услуг выбранного предприятия РБ, тыс. грн.
ЭТО_restoran	фактический товарооборот выбранного предприятия РБ, тыс. грн.
ТО_dop	дополнительный товарооборот группы предприятий РБ, тыс. грн.
ТО_dop_restoran	дополнительный товарооборот предприятия, как результат осуществления инвестиционных мероприятий, тыс. грн.
Z_pr_restoran	производственные затраты предприятия РБ, тыс. грн.
Ser_restoran	затраты на лицензирование и сертификацию, тыс. грн.
Z_nepr_restoran	непроизводственные затраты предприятия РБ, тыс. грн.
Inv_5_1-5_2	инвестиции, направленные на реализацию мероприятий по развитию выбранного предприятия РБ, тыс. грн.
Константы, которые принято в модели	
Kol_vo_restoranov	количество предприятий РБ, для которых осуществляются инвестиции по направлениям 5.1 и 5.2, единиц
K_inv_o	начальный объем капитала выбранного предприятия ( то есть в начальный момент моделируемого периода), тыс. грн.
k_5_1-5_2	интенсивность возвращения инвестиционных ресурсов, реализованных по направлениям 5.1 и 5.2
SWICH	вспомогательная величина: при SWICH = 0 осуществляется моделирование текущих показателей предприятия РБ, при SWICH = 1 осуществляется моделирования показателей предприятия РБ с учетом реализованных инвестиций п. 5.1 и 5.2

Таблица С.5 – Определение основных переменных динамической модели в формульном виде

Обозначения	Определение
1	2
D	SP+ZP+S
R	Med+Nal+PT
Inv	Inv_5_1+Inv_5_2+Inv_5_3+Inv_5_4+Inv_5_5+Inv_5_6
Inv_return	$k_{5_1} * Inv_{5_1} + k_{5_2} * Inv_{5_2} + k_{5_3} * Inv_{5_3} + k_{5_4} * Inv_{5_4} + k_{5_5} * Inv_{5_5} + k_{5_6} * Inv_{5_6}$
P	IF(spros<TO_total, spros, TO_total)
Med	0.00047*VVP
ZP	0.00643*VVP
SP	0.002612*VVP
Spros	0.07*D
PT	2775*TIME+129440
Nal	0.15*D
Ser	0.07*P
Inv_total	Inv+Inv_old
Te_total	TO+TO_dop
Z_oh	Z_pr+Z_adm
Z_pr	0.40*P
Inv_5_1	IF(TIME<13, 29119.9/12, 0)
Inv_5_2	IF(TIME<13, 5219/12, 0)
Inv_5_3	IF(TIME<6 OR (TIME>8 AND TIME<13), 39032.6/9, 0)
Inv_5_4	IF(TIME<13, 1586.4/12, 0)
Inv_5_5	IF(TIME<13, 4752.9/12, 0)
Inv_5_6	IF(TIME<13, 824/12, 0)

Таблица С.6 Значение параметров модели, которые задаются экзогенно

Параметр модели	Обозначение	Значение
Средний товарооборот одного из предприятий РБ, действовавших в проекте	TO_restoran	Случайная величина с нормальным законом распределения

Таблица С.7 – Формирование уровней товарооборота от реализации продукции и услуг предприятий питания комплекса «Виктория», а также затрат и накопленного капитала на 60 месяцев вперед (в тыс. грн.)

Time	P_restoran	Z_restoran	K_restoran
1	758,89	556,68	1 666,67
2	847,94	598,53	1 868,88
3	731,25	543,69	2 118,29
4	702,67	530,26	2 305,85
5	824,25	587,40	2 478,27
6	878,56	612,92	2 715,12
7	748,93	552,00	2 980,76
8	797,15	574,66	3 177,69
9	743,06	549,24	3 400,18
10	825,61	588,04	3 594,00
11	736,71	546,25	3 831,57
12	795,81	574,03	4 022,03
13	779,57	566,40	4 243,81
14	758,43	556,46	4 456,98
15	832,81	591,42	4 658,95
16	673,11	516,36	4 900,34
17	716,77	536,88	5 057,09
18	947,26	645,21	5 236,98
19	730,51	543,34	5 539,03
20	716,72	536,86	5 726,20
21	769,38	561,61	5 906,06
22	642,85	502,14	6 113,83
23	733,16	544,59	6 254,54
24	891,36	618,94	6 443,12
25	800,94	576,44	6 715,54
26	633,20	497,60	6 940,04
27	854,50	601,61	7 075,63
28	808,80	580,14	7 328,52
29	780,37	566,77	7 557,18
30	833,66	591,82	7 770,77
31	763,39	558,79	8 012,61
32	768,42	561,16	8 217,21
33	675,20	517,34	8 424,47
34	810,44	580,91	8 582,33
35	795,70	573,98	8 811,86
36	777,31	565,34	9 033,58
37	746,56	550,88	9 245,56
38	760,16	557,28	9 441,24
39	874,07	610,81	9 644,13
40	797,02	574,60	9 907,38
41	829,62	589,92	10 129,81
42	800,17	576,08	10 369,50
43	814,96	583,03	10 593,60
44	781,12	567,13	10 825,52
45	708,20	532,86	11 039,52
46	854,21	601,48	11 214,86
47	823,48	587,04	11 467,59
48	697,29	527,73	11 704,04
49	816,50	583,76	11 873,60

Таблица С.8 – Формирование уровней товарооборота от реализации продукции и услуг предприятий питания комплекса «Виктория», а также затрат и накопленного капитала при условии инвестирования в развитие сети и инновационные технологии на 60 месяцев вперед (в тыс. грн.)

Time	P restoran	Z restoran	K restoran
1	1 346,48	794,31	1 666,67
2	1 367,06	803,98	2 218,84
3	1 298,79	771,90	2 781,91
4	1 319,00	781,40	3 308,80
5	1 341,40	791,92	3 846,41
6	1 482,56	858,27	4 395,89
7	1 370,30	805,50	5 020,18
8	1 319,01	781,40	5 584,97
9	1 263,79	755,45	6 122,58
10	1 264,13	755,61	6 630,92
11	1 415,29	826,65	7 139,44
12	1 301,57	773,20	7 728,08
13	1 264,10	755,59	8 256,45
14	1 338,26	790,45	8 764,95
15	1 407,65	823,06	9 312,76
16	1 228,54	738,88	9 897,35
17	1 260,24	753,78	10 387,01
18	1 259,49	753,42	10 893,47
19	1 260,20	753,76	11 399,54
20	1 304,25	774,46	11 905,97
21	1 378,08	809,16	12 435,76
22	1 346,18	794,17	13 004,68
23	1 270,33	758,52	13 556,69
24	1 239,29	743,93	14 068,50
25	1 265,05	756,04	14 563,86
26	1 280,90	763,49	15 072,87
27	1 268,92	757,86	15 590,28
28	1 362,63	801,90	16 101,34
29	1 263,67	755,39	16 662,07
30	1 337,44	790,06	17 170,35
31	1 224,82	737,13	17 717,72
32	1 378,13	809,19	18 205,41
33	1 272,08	759,34	18 774,36
34	1 362,76	801,96	19 287,09
35	1 312,31	778,25	19 847,89
36	1 223,62	736,57	20 381,95
37	1 292,63	769,00	20 869,00
38	1 369,75	805,25	21 392,63
39	1 157,30	705,40	21 957,13
40	1 300,90	772,89	22 409,04
41	1 338,27	790,45	22 937,05
42	1 283,56	764,74	23 484,87
43	1 375,87	808,12	24 003,69
44	1 224,99	737,21	24 571,43
45	1 217,47	733,67	25 059,22
46	1 275,33	760,87	25 543,01
47	1 235,58	742,19	26 057,47
48	1 260,54	753,92	26 550,86
49	1 350,52	796,21	27 057,49

**Вспомогательные расчеты по модели оптимального размещения  
предприятий ресторанного бизнеса на примере кафе**

Для определения условно-оптимальных стратегий размещения предприятий только на территории 1 будем использовать формулу

$$g_1(x) = \min_{0 \leq x_k \leq x} s_1(x_k) = s_1(x). \quad (T.1)$$

Таблица Т.1 – Вспомогательные расчеты на первом шаге при  $k = 1$

Количество предприятий, размещенных на территории 1	$g_1(x)$	Условно-оптимальные стратегии $x_1^0$ размещения предприятий на территории 1
0	$g_1(0)=0$	0
1	$g_1(1)=350$	1
2	$g_1(2)=693$	2
3	$g_1(3)=1029$	3
4	$g_1(4)=1341$	4
5	$g_1(5)=1678$	5
6	$g_1(6)=2020$	6
7	$g_1(7)=2361$	7
8	$g_1(8)=2698$	8
9	$g_1(9)=3036$	9
10	$g_1(10)=3387$	10

Для определения условно-оптимальных стратегий размещения предприятий только на территориях 1 и 2 будем использовать формулу

$$g_2(x) = \min_{0 \leq x_2 \leq x} \{s_2(x_2) + g_1(x - x_2)\}. \quad (T.2)$$

Таблица Т.2 – Вспомогательные расчеты на втором шаге при  $k = 2$

Количество предприятий, размещенных на территориях 1 и 2	$g_2(x)$	Условно-оптимальные стратегии $x_2^0$ размещения предприятий на территории 2
1	2	3
0	$g_2(0)=0$	0
1	$g_2(1) = \min \left\{ \begin{matrix} 350 + 0; \\ 0 + 359 \end{matrix} \right\} = 350$	0

1	2	3
2	$g_2(2) = \min \left\{ \begin{array}{l} 693 + 0; \\ 350 + 359; \\ 0 + 718 \end{array} \right\} = 693$	0
3	$g_2(3) = \min \left\{ \begin{array}{l} 1029 + 0; \\ 693 + 359; \\ 350 + 718; \\ 0 + 1051 \end{array} \right\} = 1029$	0
4	$g_2(4) = \min \left\{ \begin{array}{l} 1341 + 0 \\ 1029 + 359; \\ 693 + 718; \\ 350 + 1051; \\ 0 + 1346 \end{array} \right\} = 1341$	0
5	$g_2(5) = \min \left\{ \begin{array}{l} 1678 + 0 \\ 1341 + 359 \\ 1029 + 718; \\ 693 + 1051; \\ 350 + 1346; \\ 0 + 1681 \end{array} \right\} = 1678$	0
6	$g_2(6) = \min \left\{ \begin{array}{l} 2020 + 0; \\ 1678 + 359; \\ 1341 + 718; \\ 1029 + 1051; \\ 693 + 1346; \\ 350 + 1681; \\ 0 + 2036 \end{array} \right\} = 2020$	0

1	2	3
7	$g_2(7) = \min \left\{ \begin{array}{l} 2361+0; \\ 2020+359; \\ 1678+718; \\ 1341+1051; \\ 1029+1346; \\ 693+1681; \\ 350+2036; \\ 0+2359 \end{array} \right\} = 2359$	7
8	$g_2(8) = \min \left\{ \begin{array}{l} 2698+0; \\ 2361+359; \\ 2020+718; \\ 1678+1051; \\ 1341+1346; \\ 1029+1681; \\ 693+2036; \\ 350+2359; \\ 0+2699 \end{array} \right\} = 2687$	4
9	$g_2(9) = \min \left\{ \begin{array}{l} 3036+0; \\ 2698+359; \\ 2361+718; \\ 2020+1051; \\ 1678+1346; \\ 1341+1681; \\ 1029+2036; \\ 693+2359; \\ 350+2699 \\ 0+3040 \end{array} \right\} = 3022$	5

## Продолжение таблицы Т.2

1	2	3
10	$g_2(9) = \min \left\{ \begin{array}{l} 3387 + 0; \\ 3036 + 359; \\ 2698 + 718; \\ 2361 + 1051; \\ 2020 + 1346; \\ 1678 + 1681; \\ 1341 + 2036; \\ 1029 + 2365; \\ 693 + 2699; \\ 350 + 3040; \\ 0 + 3391 \end{array} \right\} = 3359$	5

Для определения условно-оптимальных стратегий размещения предприятий только на территориях 1, 2 и 3 будем использовать формулу

$$g_3(x) = \min_{0 \leq x_3 \leq x} \{s_3(x_3) + g_2(x - x_3)\}. \quad (Т.3)$$

Таблица Т.3 – Вспомогательные расчеты на третьем шаге при  $k = 3$

Количество предприятий, размещенных на территориях 1, 2 и 3	$g_3(x)$	Условно-оптимальные стратегии $x_3^0$ размещения предприятий на территории 3
1	2	3
0	$g_3(0) = 0$	0
1	$g_3(1) = \min \left\{ \begin{array}{l} 375 + 0; \\ 0 + 350 \end{array} \right\} = 350$	0
2	$g_3(2) = \min \left\{ \begin{array}{l} 741 + 0; \\ 375 + 350; \\ 0 + 693 \end{array} \right\} = 693$	2

1	2	3
3	$f_3(3) = \min \left\{ \begin{array}{l} 1082 + 0; \\ 741 + 350; \\ 375 + 693; \\ 0 + 1029 \end{array} \right\} = 1029$	0
4	$g_3(4) = \min \left\{ \begin{array}{l} 1368 + 0; \\ 1082 + 350; \\ 741 + 693; \\ 375 + 1029; \\ 0 + 1341 \end{array} \right\} = 1341$	0
5	$g_3(5) = \min \left\{ \begin{array}{l} 1694 + 0; \\ 1368 + 350; \\ 1082 + 693; \\ 741 + 1029; \\ 375 + 1341; \\ 0 + 1678 \end{array} \right\} = 1678$	0
6	$g_3(6) = \min \left\{ \begin{array}{l} 2056 + 0; \\ 1694 + 350; \\ 1368 + 693; \\ 1082 + 1029; \\ 741 + 1341; \\ 375 + 1678; \\ 0 + 2020 \end{array} \right\} = 2020$	0

1	2	3
7	$g_3(7) = \min \left\{ \begin{array}{l} 2387 + 0; \\ 2056 + 350; \\ 1694 + 693; \\ 1468 + 1029; \\ 1082 + 1341; \\ 741 + 1678; \\ 375 + 2020; \\ 0 + 2359 \end{array} \right\} = 2359$	0
8	$g_3(8) = \min \left\{ \begin{array}{l} 2686 + 0; \\ 2387 + 350; \\ 2056 + 693; \\ 1694 + 1029; \\ 1368 + 1341; \\ 1082 + 1678; \\ 741 + 2020; \\ 375 + 2359; \\ 0 + 2702 \end{array} \right\} = 2686$	0
9	$g_3(9) = \min \left\{ \begin{array}{l} 3057 + 0; \\ 2702 + 350; \\ 2387 + 693; \\ 2056 + 1029; \\ 1694 + 1341; \\ 1368 + 1678; \\ 1082 + 2020; \\ 741 + 2359; \\ 375 + 2687; \\ 0 + 3022 \end{array} \right\} = 3022$	0

1	2	3
10	$g_3(10) = \min \left\{ \begin{array}{l} 3402 + 0; \\ 3057 + 350; \\ 2702 + 693; \\ 2387 + 1029; \\ 2056 + 1341; \\ 1694 + 1678; \\ 1368 + 2020; \\ 1082 + 2359; \\ 741 + 2687; \\ 375 + 3022; \\ 0 + 3359 \end{array} \right\} = 3359$	0

Для определения условно-оптимальных стратегий размещения предприятий только на территориях 1, 2, 3 и 4 будем использовать формулу

$$g_4(x) = \min_{0 \leq x_4 \leq x} \{s_4(x_4) + g_3(x - x_4)\}. \quad (Т.4)$$

Таблица Т.4 – Вспомогательные расчеты на четвертом шаге при  $k = 4$

Количество предприятий, размещенных на территориях 1, 2, 3 и 4	$g_4(x)$	Условно-оптимальные стратегии $x_4^0$ размещения предприятий на территории 4
1	2	3
0	$g_4(0) = 0$	0
1	$g_4(1) = \min \left\{ \begin{array}{l} 370 + 0; \\ 0 + 350 \end{array} \right\} = 350$	0
2	$g_4(2) = \min \left\{ \begin{array}{l} 733 + 0; \\ 370 + 350; \\ 0 + 693 \end{array} \right\} = 693$	0

1	2	3
3	$g_4(3) = \min \left\{ \begin{array}{l} 1081 + 0; \\ 733 + 350; \\ 370 + 693; \\ 0 + 1029 \end{array} \right\} = 1029$	0
4	$g_4(4) = \min \left\{ \begin{array}{l} 1353 + 0; \\ 1081 + 350; \\ 733 + 693; \\ 370 + 1029; \\ 0 + 1341 \end{array} \right\} = 1341$	0
5	$g_4(5) = \min \left\{ \begin{array}{l} 1687 + 0; \\ 1353 + 350; \\ 1081 + 693; \\ 733 + 1029; \\ 370 + 1341; \\ 0 + 1678 \end{array} \right\} = 1678$	0
6	$g_4(6) = \min \left\{ \begin{array}{l} 2049 + 0; \\ 1687 + 350; \\ 1353 + 693; \\ 1081 + 1029; \\ 733 + 1341; \\ 370 + 1678; \\ 0 + 2020 \end{array} \right\} = 2020$	0

1	2	3
7	$g_4(7) = \min \left\{ \begin{array}{l} 2380 + 0; \\ 2049 + 350; \\ 1687 + 693; \\ 1353 + 1029; \\ 1081 + 1341; \\ 733 + 1678; \\ 370 + 2020; \\ 0 + 2359 \end{array} \right\} = 2359$	0
8	$g_4(8) = \min \left\{ \begin{array}{l} 2711 + 0; \\ 2380 + 350; \\ 2049 + 693; \\ 1687 + 1029; \\ 1353 + 1341; \\ 1081 + 1678; \\ 733 + 2020; \\ 370 + 2359; \\ 0 + 2686 \end{array} \right\} = 2686$	0
9	$g_4(9) = \min \left\{ \begin{array}{l} 3048 + 0; \\ 2711 + 350; \\ 2380 + 693; \\ 2049 + 1029; \\ 1687 + 1341; \\ 1353 + 1678; \\ 1081 + 2020; \\ 733 + 2359; \\ 370 + 2686; \\ 0 + 3022 \end{array} \right\} = 3022$	0

1	2	3
10	$g_4(10) = \min \left\{ \begin{array}{l} 3397 + 0; \\ 3048 + 350; \\ 2711 + 693; \\ 2380 + 1029; \\ 2049 + 1341; \\ 1687 + 1678; \\ 1353 + 2020; \\ 1081 + 2359; \\ 733 + 2686; \\ 370 + 3022; \\ 0 + 3359 \end{array} \right\} = 3359$	0

Для определения условно-оптимальных стратегий размещения предприятий на территориях 1, 2, 3, 4 и 5 будем использовать формулу

$$g_5(x) = \min_{0 \leq x_5 \leq x} \{s_5(x_5) + g_4(x - x_5)\}. \quad (Т.5)$$

Таблица Т.5 – Вспомогательные расчеты на пятом шаге при  $k = 5$

Количество предприятий, размещенных на территориях 1, 2, 3, 4 и 5	$g_5(x)$	Условно-оптимальные стратегии $x_5^0$ размещения предприятий на территории 5
1	2	3
0	$g_5(0) = 0$	0
1	$g_5(1) = \min \left\{ \begin{array}{l} 364 + 0; \\ 0 + 350 \end{array} \right\} = 350$	0
2	$g_5(2) = \min \left\{ \begin{array}{l} 729 + 0; \\ 364 + 350; \\ 0 + 693 \end{array} \right\} = 693$	0

1	2	3
3	$g_5(3) = \min \left\{ \begin{array}{l} 1028 + 0; \\ 729 + 350; \\ 364 + 693; \\ 0 + 1029 \end{array} \right\} = 1028$	5
4	$g_5(4) = \min \left\{ \begin{array}{l} 1347 + 0; \\ 1028 + 350; \\ 729 + 693; \\ 364 + 1029; \\ 0 + 1341 \end{array} \right\} = 1341$	0
5	$g_5(5) = \min \left\{ \begin{array}{l} 1683 + 0; \\ 1347 + 350; \\ 1028 + 693; \\ 729 + 1029; \\ 364 + 1341; \\ 0 + 1678 \end{array} \right\} = 1678$	0
6	$g_5(6) = \min \left\{ \begin{array}{l} 2042 + 0; \\ 1683 + 350; \\ 1347 + 693; \\ 1028 + 1029; \\ 729 + 1341; \\ 364 + 1678; \\ 0 + 2020 \end{array} \right\} = 2020$	0

1	2	3
7	$g_5(7) = \min \left\{ \begin{array}{l} 2374 + 0; \\ 2042 + 350; \\ 1683 + 693; \\ 1347 + 1029; \\ 1028 + 1341; \\ 729 + 1678; \\ 364 + 2020; \\ 0 + 2359 \end{array} \right\} = 2359$	0
8	$f_5(8) = \min \left\{ \begin{array}{l} 2704 + 0; \\ 2374 + 350; \\ 2042 + 693; \\ 1683 + 1029; \\ 1347 + 1341; \\ 1028 + 1678; \\ 729 + 2020; \\ 364 + 2686 \\ 0 + 94,99 \end{array} \right\} = 2686$	0
9	$g_5(9) = \min \left\{ \begin{array}{l} 3042 + 0; \\ 2704 + 350; \\ 2374 + 693; \\ 2042 + 1029; \\ 1683 + 1341; \\ 1347 + 1678; \\ 1028 + 2020; \\ 729 + 2359; \\ 364 + 2686; \\ 0 + 3022 \end{array} \right\} = 3022$	0

1	2	3
10	$g_5(10) = \min \left\{ \begin{array}{l} 3392 + 0; \\ 3042 + 350; \\ 2704 + 693; \\ 2374 + 1029; \\ 2042 + 1341; \\ 1683 + 1678; \\ 1347 + 2020; \\ 1028 + 2359; \\ 729 + 2686; \\ 364 + 3022; \\ 0 + 3359 \end{array} \right\} = 3359$	0

Для определения условно-оптимальных стратегий размещения предприятий на территориях 1, 2, 3, 4, 5 и 6 будем использовать формулу

$$g_6(x) = \min_{0 \leq x_6 \leq x} \{s_6(x_6) + g_5(x - x_6)\}. \quad (\text{T.6})$$

Таблица Т.6 – Вспомогательные расчеты на шестом шаге при  $k = 6$ 

Количество предприятий, размещенных на территориях 1, 2,3, 4,5 и 6	$g_6(x)$	Условно-оптимальная стратегия $x_6^0$ размещения предприятий на территории 6
10	$g_6(10) = \min 727 \left\{ \begin{array}{l} 3388 + 0; \\ 3039 + 350; \\ 2696 + 693; \\ 2360 + 1029; \\ 2030 + 1341; \\ 1680 + 1678; \\ 1342 + 2020; \\ 1036 + 2359; \\ 727 + 2686; \\ 355 + 3022; \\ 0 + 3359 \end{array} \right\} = 3359$	0

Из табл. Т.1-Т.6 на основе условно-оптимальных стратегий имеем оптимальный план размещения предприятий на территориях 1-6:

$$x_1^0 = 3, x_2^0 = 0, x_3^0 = 2, x_4^0 = 0, x_5^0 = 5, x_6^0 = 0.$$

Таблица У.1 – Сравнительная структура Проекта Закона Украины «О внутренней торговле»

Предыдущая редакция	Последняя редакция (с предложениями)
1	2
РОЗДІЛ I Загальні положення	РОЗДІЛ 1. Загальні положення
Стаття 1. Мета Закону	Стаття 1. Сфера дії Закону
Стаття 2. Визначення термінів	Стаття 2. Принципи здійснення торговельної діяльності
Стаття 3. Сфера дії Закону	Стаття 3. Визначення термінів
Стаття 4. Свобода торговельної діяльності	
Стаття 5. Принципи здійснення торговельної діяльності	
Стаття 6. Законодавство про торгівлю	
РОЗДІЛ II Види та форми торгівлі	РОЗДІЛ 2. Види та форми торгівлі
Стаття 7. Види торгівлі	Стаття 4. Види торгівлі
Стаття 8. Форми здійснення роздрібною торгівлі	Стаття 5. Форми здійснення торгівлі
Стаття 9. Форми здійснення оптової торгівлі	Стаття 6. Форми здійснення роздрібною та оптовою торгівлі
Стаття 10. Дистанційна торгівля	Стаття 7. Дистанційні форми торгівлі
Стаття 11. Ресторанне господарство та форми здійснення торговельно-виробничої діяльності	Стаття 8. Ресторанне господарство
РОЗДІЛ III Право на здійснення торговельної діяльності та вимоги щодо її реалізації	РОЗДІЛ 3. Державне регулювання торговельної діяльності
<b>Стаття 12. Правовий статус суб'єкта торговельної діяльності</b>	Стаття 9. Цілі державного регулювання торговельної діяльності
Стаття 13. Вимоги до здійснення торговельної діяльності	Стаття 10. Методи державного регулювання торговельної діяльності
Стаття 14. Кадрове забезпечення торговельної діяльності	Стаття 11. Державна підтримка та регулювання торгівлі соціально значущими товарами
Стаття 15. Державний реєстр торговельних об'єктів та закладів ресторанного господарства	

1	2
Стаття 16. Порядок державної реєстрації торговельних об'єктів та закладів ресторанного господарства	Стаття 12. Обмеження у сфері торговельної діяльності
Стаття 17. Патентування торговельної діяльності	Стаття 13. Участь громадських організацій та об'єднань суб'єктів торговельної діяльності у формуванні та реалізації державної політики у сфері внутрішньої торгівлі
Стаття 18. Особливості вимог до здійснення дрібнороздрібною торгівлі	Стаття 14. Повноваження у сфері торгівлі спеціально уповноваженого центрального органу виконавчої влади та Ради міністрів Автономної Республіки Крим
Стаття 19. Особливості вимог до здійснення торгівлі на ринках	Стаття 15. Повноваження у сфері торгівлі місцевих органів виконавчої влади і органів місцевого самоврядування
Стаття 20. Розміщення торговельних об'єктів та закладів ресторанного господарства	
РОЗДІЛ IV Державне регулювання торгівлі	РОЗДІЛ 4. Організація та здійснення торговельної діяльності
Стаття 21. Загальні засади регулювання торгівлі	Стаття 16. Вимоги до організації торговельної діяльності
Стаття 22. Форми державного регулювання торгівлі	Стаття 17. Процедура оформлення організації торговельної діяльності
Стаття 23. Повноваження спеціально уповноваженого центрального органу виконавчої влади у сфері торгівлі	Стаття 18. Державний реєстр торговельних об'єктів та закладів ресторанного господарства
Стаття 24. Повноваження місцевих органів виконавчої влади і органів місцевого самоврядування у сфері торгівлі	Стаття 19. Особливості вимог до організації та здійснення дрібнороздрібною торгівлі
Стаття 25. Правовий статус недержавних органів управління у сфері торгівлі	Стаття 20. Особливості вимог до організації та здійснення торгівлі на ринках
Стаття 26. Державний контроль у сфері торгівлі	Стаття 21. Особливості вимог до організації та здійснення оптової торгівлі

Продолжение таблицы У.1

1	2
Стаття 27. Відповідальність у сфері торгівлі	Стаття 22. Особливості вимог до організації та здійснення дистанційної торгівлі
Стаття 28. Державна підтримка соціально значущої торгівлі	Стаття 23. Кадрове забезпечення торговельної діяльності
Стаття 29. Державна підтримка розвитку торгівлі у сільській місцевості	
РОЗДІЛ V Захист прав і законних інтересів суб'єктів торговельної діяльності	РОЗДІЛ 5. Відповідальність
Стаття 30. Гарантії прав суб'єктів торговельної діяльності у разі неправомірного застосування до них засобів примусового впливу	
Стаття 31. Розгляд спорів, що виникають у процесі торговельної діяльності	
Стаття 32. Порядок оскарження дій контролюючих органів та їх посадових осіб	
Прикінцеві положення	РОЗДІЛ 6. Прикінцеві положення

**ЗАКОН УКРАЇНИ**  
**Про внутрішню торгівлю**  
*Проект*

Цей Закон визначає правові та організаційні засади здійснення торговельної діяльності в Україні, основи її державного регулювання та спрямований *на державну підтримку торговельної діяльності і розвиток конкуренції*.

**РОЗДІЛ 1. Загальні положення**

**Стаття 1. Сфера дії Закону**

1. Дія цього Закону поширюється на відносини, пов'язані зі здійсненням на внутрішньому ринку торгівлі товарами народного споживання та *сфери ресторанного господарства*.

2. Цей Закон визначає відносини між органами державної влади і місцевого самоврядування з одного боку та суб'єктами господарювання, юридичними і фізичними особами, а також тими, що не мають статусу юридичної особи – резидентами і нерезидентами, що здійснюють торговельну діяльність, з іншого боку.

3. Цей Закон встановлює вимоги до організації та здійснення торговельної діяльності.

4. Дія цього Закону не поширюється на:  
зовнішню торгівлю;  
торгівлю у магазинах безмитної торгівлі;  
торгівлю ліками та лікарськими засобами;  
торгівлю цінними паперами, об'єктами нерухомості, лотерейними квитками, вхідними квитками у заклади культури та спорту; проїзними квитками, державними знаками поштової оплати, електричною та тепловою енергією;  
торгівлю предметами релігійного культу у культових закладах;  
*біржову торгівлю*  
валютно-обмінні операції;  
діяльність ломбардів

5. Відносини між суб'єктами господарювання, які здійснюють торговельну діяльність, та товаровиробниками регулюються Господарським кодексом України, Цивільним кодексом України.

6. Відносини між споживачами та виробниками і продавцями товарів, виконавцями робіт і надавачами послуг різних форм власності регулюються Законом України «Про захист прав споживачів».

**Стаття 2. Принципи здійснення торговельної діяльності**

Основними принципами здійснення діяльності у сфері торгівлі є:  
вільний розвиток підприємництва та конкуренції;  
забезпечення рівною мірою захисту прав і законних інтересів покупців (споживачів), суб'єктів торговельної діяльності і держави;

дотримання рівності прав суб'єктів господарювання на здійснення торговельної діяльності;

забезпечення дотримання встановлених законодавством вимог до рівня обслуговування покупців (споживачів);

налагодження стабільних та оптимальних господарських зв'язків суб'єктів торговельної діяльності із постачальниками товарів на основі відповідних договорів;

дотримання нормативно-правових актів, які регламентують торговельну діяльність;

державна підтримка торгівлі соціально значущими товарами;

недопущення неправомірного втручання у господарську діяльність суб'єктів торговельної діяльності.

### **Стаття 3. Законодавство про торгівлю**

1. Законодавство України про торгівлю складається з Конституції України, цього Закону і інших нормативно-правових актів, що регулюють відносини у сфері торгівлі.

2. Нормативно-правові акти центральних і місцевих органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування з питань торговельної діяльності приймаються в межах їх компетенції і не можуть суперечити положенням цього Закону.

### **Стаття 4. Визначення термінів**

У цьому Законі наведені нижче терміни вживаються в такому значенні:

Торговельна діяльність – діяльність суб'єктів господарювання, пов'язана з організацією та здійсненням ними продажу товарів.

товар – будь-яка продукція, призначена для продажу.

товари народного споживання – товари, не обмежені для купівлі-продажу, які використовуються у сфері споживання для задоволення особистих, сімейних або домашніх потреб кінцевих споживачів;

соціально значущі товари – товари народного споживання, які є необхідними для задоволення потреб соціально незахищених громадян;

внутрішня торгівля – торгівля на внутрішньому ринку вітчизняними або імпортованими товарами

оптова торгівля – торгівля товарами, призначеними для їх подальшого перепродажу або інших цілей, не пов'язаних з особистим, сімейним, домашнім або іншим подібним використанням

*роздрібна торгівля - торгівля товарами, призначеними для їх подальшого використання в особистих, сімейних, домашніх або інших подібних цілях*

ресторанне господарство – *є видом економічної діяльності, що базується на узгодженні інтересів всіх ринкових суб'єктів для виконання соціального замовлення у вигляді послуг з найбільш повного задоволення потреб у високоякісному і раціональному харчуванні різних соціальних груп населення з метою реалізації місії підприємства у відтворенні головної продуктивної сили суспільства;*

дистанційна торгівля – *форма продажу товарів поза торговельними або офісними приміщеннями, за якої вибір товару та його замовлення не збігаються у часі*

з безпосереднім передаванням вибраного товару споживачем; торгівля, яка здійснюється за допомогою засобів дистанційного зв'язку – телекомунікаційних мереж, поштового зв'язку, телебачення, інформаційних мереж, зокрема Інтернет, які можуть використовуватися для укладення договорів на відстані;

засоби дистанційного зв'язку – телекомунікаційні мережі, поштовий зв'язок, телебачення, інформаційні мережі, зокрема Інтернет, які можуть використовуватися для укладення договорів на відстані;

*торговельний об'єкт – майновий комплекс, який займає окрему капітальну споруду або який розміщено в спеціально призначеному та обладнаному для торгівлі приміщенні іншої капітальної або некапітальної споруди та має приміщення для провадження торговельної діяльності;*

*стаціонарний торговельний об'єкт – торговельний об'єкт, розташований у будівлі (або її частині), міцно зв'язаний фундаментом з земельної ділянкою і підключений до інженерних комунікацій;*

нестационарний торговельний об'єкт – торговельний об'єкт, розташований у тимчасовому приміщенні, яке міцно не зв'язане з земельної ділянкою, незалежно від підключення до інженерних комунікацій, конструкцій та розмірів, у тому числі – пересувні;

*магазин – стаціонарний торговельний об'єкт у роздрібній торгівлі, в якому здійснюється продаж товарів кінцевим споживачам і надання їм послуг. Магазин займає окрему капітальну споруду або розміщується в спеціально призначеному та обладнаному для торгівлі приміщенні іншої капітальної споруди і має торговельну площу й комплекс приміщень для здійснення торговельно-технологічних операцій;*

універсам, супермаркет – магазин самообслуговування торговельною площею від 400 до 2499 кв.м з асортиментом продовольчих і непродовольчих товарів понад 5 тисяч позицій

гіпермаркет – магазин самообслуговування торговельною площею понад 2500 кв.м. з асортиментом продовольчих та непродовольчих товарів не менше 15000 асортиментних позицій;

дискаунтер (магазин низьких цін) – магазин з вузьким асортиментом и мінімальним набором послуг для покупців, достатньо низькими цінами. Керування таким магазином направлено на зменшення витрат за рахунок мінімалістичного оздоблення торговельної зали, зменшення кількості обслуговуючого персоналу, обмеження асортименту, який повинен продаватися достатньо великими партіями за рахунок низької ціни;

магазин cash & carry – оптовий магазин самообслуговування для суб'єктів підприємницької діяльності з широким асортиментом продовольчих і непродовольчих товарів та привабливими оптовими цінами, у якому розрахунки за товари здійснюються за готівку та не здійснюється доставка товарів покупцям

ринок – це суб'єкт господарювання, створений на відведеній за рішенням місцевого органу виконавчої влади чи органу місцевого самоврядування земельній ділянці, на підставі затвердженої належним чином проектно-

кошторисної документації, зареєстрованої в установленому порядку, погодженого у відповідних державних органах Паспорта з наданням статусу ринку, функціональними обов'язками якого є надання послуг та створення для торговців і споживачів належних умов у процесі купівлі-продажу товарів за цінами, що складаються залежно від попиту і пропозицій;

адміністрація ринка – особи, які здійснюють організацію роботи ринку з продажу товарів, надання послуг відповідно до законодавства;

**кіоск – торговельний об'єкт для організування роздрібного продажу товарів, який має постійне просторове місце, займає окрему закриту споруду некапітального типу на одне робоче місце без торговельної зали для покупців та додаткової площі для розміщення запасу товарів;**

роздрібна торговельна мережа – сукупність стаціонарних, тимчасових та пересувних торговельних об'єктів, а також аптеки для організування роздрібного продажу товарів, пунктів дистанційного продажу товарів, а також пунктів ремонту предметів особистого користування і домашнього вжитку, не пов'язаного з виробництвом цих виробів;

дрібнороздрібна торговельна мережа – частина роздрібної торговельної мережі, яка об'єднує торговельні об'єкти, розміщені в спорудах некапітального типу або в пересувних (переносних) технічних засобах, і призначена для організування продажу товарів певного асортименту з використанням найпростішої технології торговельного процесу;

торговельна площа – сукупність площ торговельного зала та приміщень для приймання, зберігання та підготовки до продажу товарів;

*торговельна зала – торговельне приміщення для демонстрування, вибирання товарів та обслуговування покупців, яке охоплює площу для розміщення торговельно-технологічного устаткування, вузлів розрахунку, робочих місць продавців та площу для покупців;*

Державний реєстр торговельних об'єктів та закладів ресторанного господарства – автоматизована система збереження, накопичення, захисту, обміну та надання інформації про ці торговельні об'єкти;

торговий патент – державне свідоцтво, що засвідчує право суб'єкта господарювання чи його структурного (відокремленого) підрозділу займатися роздрібною, оптовою, дрібнооптовою торгівлею, торговельно-виробничою діяльністю;

соціальні магазини – магазини, що торгують соціально значущими товарами за низькими цінами, з метою задоволення потреб соціально-незахищених верств населення;

соціальні підприємства харчування – заклади, які здійснюють надання послуг з організації харчування соціально незахищених верств населення з метою задоволення їх потреб;

*продовольчі магазини в межах пішохідної досяжності – магазини з продажу продовольчих товарів повсякденного попиту, які розташовані в радіусі не більше 500 м від жилого кварталу;*

реєстровий торговець – зареєстрована установленим порядком юридична або фізична особа, яка здійснює на постійній основі для одержання прибутку торговельну діяльність і укладає в процесі своєї діяльності правові угоди від свого імені, на свій ризик і під свою майнову відповідальність;

*продавець – суб'єкт господарювання, який згідно з договором реалізує споживачеві товари або пропонує їх до реалізації;*

*мережевий маркетинг – маркетинг, який забезпечує товарообіг через багаторівневу мережу агентів збуту (дистриб'юторів) фірми-виробника*

*дистриб'ютор – фірма або агент промислового підприємства, які здійснюють реалізацію продукції і виступають як торговці за договором на основі угоди про право на продаж в окремому регіоні;*

*товарна інтервенція - продаж соціально значимих продовольчих товарів при зростанні цін на внутрішньому ринку понад максимальний рівень, що здійснюється з метою досягнення рівня рівноваги;*

*Соціальний діалог – це процес визначення та зближення позицій, досягнення спільних домовленостей та прийняття узгоджених рішень сторонами соціального діалогу, які представляють інтереси працівників, роботодавців та органів виконавчої влади і місцевого самоврядування, з питань формування та реалізації державної соціально-економічної політики та регулювання соціально-трудова відносин.*

## **РОЗДІЛ 2. Види та форми торгівлі**

### **Стаття 5. Види торгівлі**

1. Торгівля включає такі види: роздрібну торгівлю, оптову торгівлю, а також ресторанне господарство.

Різновидом роздрібної торгівлі є дрібнороздрібна торгівля, різновидом оптової торгівлі – дрібнооптова.

*Різновидом ресторанного господарства виступають підприємства (заклади), які надають послуги харчування різного виду з організацією споживання їх в будь-яких умовах (залах, поза залами, вдома і т ін.).*

2. Суб'єкти господарювання мають право займатися одним або декількома видами торговельної діяльності, якщо це не заборонено законодавством України.

### **Стаття 6. Форми здійснення роздрібної торгівлі**

1. За формами організації продажів роздрібна торгівля поділяється на магазинну та позамагазинну.

Торгівля у магазинах – основна форма здійснення роздрібної торгівлі.

Позамагазинна торгівля здійснюється через позамагазинні об'єкти, які залежно від ступеня сталості їх місцезнаходження поділяються на:

стаціонарні – ринки (організовані);

напівстаціонарні – павільйони, кіоски, торгові автомати;

пересувні – розвізні (вагонолавки, суднолавки, автолавки, автоцистерни тощо), розносні (лотки, корзини, столики тощо), переносні (палатки);

або через дистриб'юторів (мережевий маркетинг);

або за допомогою засобів дистанційного зв'язку.

3. Різновидом роздрібної торгівлі є дрібнороздрібна торгівля.

Дрібнороздрібні торговельні об'єкти розміщують з урахуванням створення максимальних зручностей для населення на вулицях, в місцях відпочинку і масового зосередження покупців.

4. Сукупність магазинів (або позамагазинних об'єктів), що належать і керується із єдиного центра реєстрового торговця складає мережеві роздрібні/дрібнороздрібні підприємства.

### **Стаття 7. Форми здійснення оптової торгівлі**

1. Оптова торгівля має пряму і непрямую форми.

Пряму форму оптової торгівлі організовують безпосередньо товаровиробники без залучення посередників.

Непрямую форму оптової торгівлі здійснюють:

оптові торговельні посередники, що придбавають право власності на товар; оптові посередники, що не придбавають права володіння товаром (агенти, брокери, комісіонери), одержуючи комісійні у вигляді відсотка від продажів.

Оптові торговельні посередники за функціональним призначенням можуть бути:

оптовими торговими підприємствами, що мають власні або орендовані складські приміщення і здійснюють повний цикл обслуговування партнерів: як постачальників так і споживачів;

оптовими торговими підприємствами, що не мають складських приміщень і надають обмежений набір послуг партнерам.

Оптова торгівля може здійснюватися через:

складські приміщення;

аукціони;

товарні біржі;

оптові ярмарки;

оптові продовольчі ринки;

виставки-ярмарки;

*або за допомогою засобів дистанційного зв'язку*

2. Різновидом здійснення оптової торгівлі є дрібнооптовий продаж товарів на основі самообслуговування за готівковий розрахунок без доставки відібраних і сплачених оптовими покупцями товарів.

Дрібнооптова торгівля здійснюється на основі оптових операцій з купівлі-продажу товарів дрібними партіями, забезпечуючи задоволення попиту на товари дрібних оптових покупців з обмеженим циклом обслуговування.

3. Фізичні особи-підприємці, які здійснюють діяльність без створення юридичної особи, мають право лише на посередницьку діяльність, яка сприяє організації оптового обороту.

### **Стаття 9. Форми здійснення ресторанного господарства.**

1. Торговельно-виробнича діяльність у закладах ресторанного господарства здійснюється у таких формах: повного технологічного циклу, заготівельної, доготівельної, роздавальної, торгової діяльності та змішаного технологічного циклу.

2. *Торговельно-виробнича діяльність здійснюється через заклади ресторанного господарства, які поділяються на типи (ресторан, кафе, бар, кафетерій, їдальня, закусочна та ін.).*

Ресторани і бари поділяються на класи (люкс, вищий, перший).

*Вибір типу закладу (підприємства) ресторанного господарства та класу ресторану або бару здійснюється суб'єктом господарювання самостійно з урахуванням вимог, встановлених центральним органом виконавчої влади з питань торгівлі та законодавством України.*

### **РОЗДІЛ 3. Організація та здійснення торговельної діяльності**

#### **Стаття 18. Правовий статус суб'єкта торговельної діяльності**

1. *Суб'єкти торговельної діяльності здійснюють свою діяльність за наявності в них свідоцтв про їх державну реєстрацію, виписки з Державного реєстру торговельних об'єктів та закладів ресторанного господарства, у випадках, передбачених Законом, відповідні дозвільні документи (торговельний патент, ліцензії, тощо). Державна реєстрація юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців, а також торговельних об'єктів та закладів ресторанного господарства здійснюється відповідно до Закону.*

2. Суб'єкти торговельної діяльності створюються і припиняють свою діяльність у порядку, передбаченому законодавством України.

3. Суб'єкти торговельної діяльності можуть створюватися в будь-яких організаційно-правових формах господарювання всіх форм власності.

4. Обмеження на здійснення торговельної діяльності визначаються законодавством України.

#### **Стаття 19. Вимоги до організації торговельної діяльності**

2. Порядок і вимоги до діяльності суб'єктів роздрібною торгівлі, оптової торгівлі і *ресторанного господарства* встановлюються відповідно до законодавства України

3. Суб'єкти торговельної діяльності повинні мати у розпорядженні власні або орендовані майнові комплекси, що включають земельні ділянки, будівлі, капітальні або некапітальні споруди, устаткування, інвентар та інше, необхідні для здійснення торговельно-технологічних процесів у роздрібній торгівлі, оптовій торгівлі та ресторанному господарстві.

4. *Торговельні підприємства та заклади ресторанного господарства мають бути пристосовані для відвідувачів з особливими потребами (інвалідів).*

5. Суб'єкти торговельної діяльності зобов'язані:

- забезпечити продаж товарів належної якості і безпеки, культуру обслуговування покупців (споживачів) та додержання їх прав як споживачів;
- дотримуватися норм і правил та стандартів торгівлі, встановленого порядку розрахунків із покупцями (споживачами);
- дотримуватися встановленого режиму роботи торговельного об'єкту;
- встановлювати на підставі законодавства знижки на ціни споживчих товарів з метою забезпечення їх доступності для окремих категорій громадян;
- дотримуватися інших вимог, які встановлені Законом.

## **Стаття 20. Особливості вимог до організації та здійснення дрібнороздрібної торгівлі**

1. Дрібнороздрібна торгівля здійснюється:

суб'єктами торговельної діяльності – юридичними особами, які мають діяти на підставі торгового патенту через відповідні торговельні об'єкти;

суб'єктами торговельної діяльності – фізичними особами-підприємцями, які здійснюють продаж товарів народного споживання населенню без створення юридичної особи;

громадянами, що здійснюють продаж власних речей, продукції особистого господарства з лотків, прилавків і сплачують ринковий збір за місце для торгівлі в межах ринків усіх форм власності.

## **Стаття 21. Особливості вимог до організації та здійснення торгівлі на ринках**

1. *Вимоги до ринків з продажу товарів регулюють відносини щодо організації роботи створених в установленому порядку ринків з продажу товарів (далі – ринки) усіх форм власності, організації оптового та роздрібного продажу на них сільгосппродуктів, продовольчих і непродовольчих товарів, худоби, тварин, кормів тощо, надання послуг, а також права й обов'язки осіб, що здійснюють таку діяльність.*

*Вимоги до ринків з продажу товарів встановлюються Кабінетом Міністрів України.*

2. *Правила торгівлі на ринках встановлюються центральним органом виконавчої влади з питань торгівлі і носять рекомендаційний характер для затвердження органами місцевого самоврядування відповідно до законодавства.*

*Правила торгівлі на ринках визначають специфіку роботи ринків безпосередньо на території місцевого самоврядування, особливості продажу продовольчих і непродовольчих товарів, порядок укладання договору про надання торговельного місця, його типову форму та ціну, а також розмір торговельного місця.*

3. *Адміністрація ринку зобов'язана створити умови для здійснення постійного контролю за безпекою і якістю товарів, які реалізуються на ринку.*

## **РОЗДІЛ 4. Державне регулювання торговельної діяльності**

### **Стаття 10. Цілі державного регулювання торговельної діяльності**

Цілі державного регулювання торговельної діяльності:

розвиток торговельної діяльності в Україні, у тому числі через державну підтримку *національного товаровиробника*, торговельної діяльності та розвиток конкуренції;

підвищення якості *торговельного* обслуговування та доступності товарів *першої необхідності* у місцях проживання громадян;

впровадження єдиного порядку організації та здійснення торговельної діяльності на всій території України;

забезпечення сталого насичення *торговельної мережі* соціально значущими товарами;

здійснення *інтервенційних заходів* з метою подолання інфляційних процесів;

*підтримка соціально незахищених громадян шляхом створення соціальних підприємств торгівлі та ресторанного господарства*

### **Стаття 11. Методи державного регулювання торговельної діяльності**

1. Методами державного регулювання торговельної діяльності є:  
встановлення вимог до організації та здійснення торговельної діяльності;  
антимонопольне регулювання у галузі торгівлі;  
державна реєстрація торговельних об'єктів;  
державне регулювання цін і націнок на окремі види соціально значущих продовольчих товарів;  
патентування торговельної діяльності;  
ліцензування торгівлі окремими видами товарів;  
підтвердження відповідності, технічне регулювання *продукції, що реалізується на внутрішньому ринку*;  
здійснення товарних інтервенцій;  
державний контроль і нагляд у сфері торгівлі.

### **Стаття 12. Державна підтримка та регулювання торгівлі соціально значущими товарами**

1. Торгівля соціально значущими товарами спрямована на задоволення потреб у товарах та торговельних послугах соціально незахищених громадян.

2. Державна підтримка торгівлі соціально значущими товарами передбачає:  
*формування державних та регіональних товарних ресурсів для здійснення товарних інтервенцій*;

*розроблення єдиного стандарту обслуговування пільгових категорій населення у спеціалізованих магазинах, закладах ресторанного господарства за місцем роботи та навчання та забезпечення контролю за його дотриманням*;

створення мережі магазинів з торгівлі соціально значущими товарами , у тому числі магазинів для *соціально незахищених громадян*;

організацію безоплатного та пільгового харчування (за рахунок бюджетів відповідних рівнів) певних категорій громадян відповідно до Закону.

3. Обслуговування окремих категорій громадян, яким згідно з чинним законодавством надаються відповідні пільги, здійснюється у спеціалізованих торговельних об'єктах (*соціальних магазинах, соціальних підприємствах харчування*) чи в спеціально відведених торговельних приміщеннях (відділах, секціях).

4. Державне регулювання цін на окремі види соціально значущих продовольчих товарів здійснюється Кабінетом Міністрів України шляхом встановлення граничних цін та/або націнок на такі товари.

Перелік окремих видів продовольчих товарів, щодо яких здійснюється державне регулювання цін визначається Кабінетом Міністрів України.

5. *Товарні інтервенції на ринку соціально значущих продуктів харчування здійснюються у порядку встановленому Кабінетом Міністрів України .*

6. *Кабінет Міністрів України може вводити обмеження кількості посередників, які здійснюють оптовий продаж соціально значущих товарів, та розмір оптової надбавки при здійсненні оптових операцій з соціально значущими товарами.*

### **Стаття 13. Обмеження у сфері торговельної діяльності**

У випадках, коли це необхідно для захисту прав та законних інтересів споживачів, захисту моралі та здоров'я громадян, державою встановлюється заборона або обмеження на продаж окремих товарів.

У залежності від форм, видів і спеціалізації торговельних об'єктів держава має право визначати місця, де здійснення торговельної діяльності обмежується або забороняється.

### **Стаття 14. Участь громадських організацій та об'єднань суб'єктів торговельної діяльності у формуванні та реалізації державної політики у сфері внутрішньої торгівлі**

*1. Держава з метою регулювання трудових, соціально-економічних відносин в галузі внутрішньої торгівлі, забезпечення соціальної стабільності, розвитку громадянського суспільства веде соціальний діалог з об'єднаннями професійних спілок працівників торгівлі та об'єднанням організацій роботодавців торгівлі відповідно до законодавства.*

*Соціальний діалог здійснюється між сторонами соціального діалогу у формах: обміну інформацією; консультацій; узгоджувальних процедур; колективних переговорів з укладення колективних договорів і угод.*

2. Торговельні організації з метою представництва і захисту прав і загальних економічних інтересів, координації підприємницької діяльності і формування сприятливого підприємницького середовища, можуть створювати об'єднання торгових організацій на добровільній основі у формі асоціацій і союзів, що є некомерційними організаціями.

Не допускається використання об'єднань торговельних організацій для монополізації і розділу товарних ринків, дискримінації і обмеження умов конкуренції для суб'єктів торговельної діяльності які в них не входять.

Правовий статус громадських організацій та об'єднань суб'єктів торговельної діяльності визначається відповідно до законодавства України.

Основним завданням громадських організацій та об'єднань суб'єктів торговельної діяльності є формування сприятливого середовища для розвитку торгівлі та задоволення потреб населення.

3. Органи виконавчої влади, органи місцевого самоврядування зобов'язані аналізувати і вивчати пропозиції об'єднань суб'єктів торговельної діяльності, громадських організацій з метою вдосконалення нормативно-правових актів у сфері торгівлі.

4. Держава сприяє створенню і розвитку громадських організацій та об'єднань торговельної діяльності.

### **Стаття 15. Повноваження у сфері торгівлі спеціально уповноваженого центрального органу виконавчої влади**

*Спеціально уповноважений центральний орган виконавчої влади здійснюючи свої повноваження у сфері торгівлі, бере участь у формуванні та реалізації державної політики щодо розвитку внутрішньої торгівлі, розробляє механізм її*

*реалізації і здійснює державне регулювання торгівлі, а також координацію діяльності в цій сфері інших органів виконавчої влади;*

*координує роботу Держкомрезерву та Стабілізаційного фонду щодо здійснення товарних інтервенцій;*

*здійснює інформаційно-методологічне забезпечення та координацію роботи відповідних підрозділів місцевих органів виконавчої влади у сфері торгівлі;*

*здійснює моніторинг стану споживчого ринку;*

*забезпечує розвиток співробітництва з громадськими організаціями у сфері торгівлі та об'єднаннями суб'єктів торговельної діяльності;*

*здійснює співробітництво з міжнародними організаціями та відповідними органами іноземних держав;*

*здійснюють інші повноваження відповідно до законодавства України.*

**Стаття 16. Повноваження у сфері торгівлі місцевих органів виконавчої влади і органів місцевого самоврядування**

1. До повноважень місцевих органів виконавчої влади у сфері торгівлі належать:

*участь у реалізації торговельної політики;*

*здійснення контролю за виконанням цього Закону, інших нормативно-правових актів у сфері торгівлі;*

*розроблення пропозицій щодо обґрунтування виробництва і реалізації продукції для місцевих потреб;*

*прийняття (в межах їх компетенції) нормативно-правових актів, які регулюють відносини у сфері торгівлі на відповідній території;*

*здійснення державної реєстрації роздрібних, оптових торговельних об'єктів та закладів ресторанного господарства;*

*розроблення і реалізація регіональних програм розвитку торгівлі в межах відповідної території;*

*визначення місця розміщення торговельних об'єктів на відповідній території;*

2. До повноважень органів місцевого самоврядування у сфері торгівлі належать:  
створювати економічні умови для залучення у товарооборот товари народного споживання місцевих товаровиробників;

*прийняття (в межах їх компетенції) нормативно-правових актів, які регулюють відносини у сфері торгівлі на відповідній території;*

*здійснення аналізу та розроблення пропозицій щодо регулювання торговельної діяльності на відповідній території;*

*здійснення державної реєстрації роздрібних, оптових торговельних об'єктів та закладів ресторанного господарства;*

*надання на конкурсних засадах суб'єктам торговельної діяльності земельних ділянок під будівництво об'єктів оптової та роздрібної торгівлі, магазинів, закладів ресторанного господарства відповідно до генеральних планів-схем забудови міст та інших населених пунктів з визначенням спеціалізації торговельних об'єктів та закладів ресторанного господарства;*

інші повноваження, необхідні для забезпечення потреб населення у товарах народного споживання, відповідно до законодавства України.

### **Стаття 17. Державний реєстр торговельних об'єктів та закладів ресторанного господарства**

1. Торговельні об'єкти, заклади ресторанного господарства, що призначаються для здійснення роздрібною та оптовою торгівлі, підлягають реєстрації в Державному реєстрі торговельних об'єктів та закладів ресторанного господарства.

2. Державна реєстрація торговельних об'єктів, закладів ресторанного господарства проводиться за їх місцезнаходженням у виконавчому комітеті міської, районної у місті ради або в районній, районних у місті Києві та Севастополі міських державних адміністраціях.

3. Торговельний об'єкт та заклад ресторанного господарства повинні відповідати вимогам будівельних, протипожежних, санітарно-епідеміологічних норм та правил, нормативних документів щодо зберігання, виробництва та продажу відповідних товарів, а також охорони праці. Вимоги до торговельних об'єктів та закладів ресторанного господарства встановлюються Кабінетом Міністрів України.

4. Порядок ведення Державного реєстру торговельних об'єктів та закладів ресторанного господарства визначається Кабінетом Міністрів України.

5. Інформація з Державного реєстру торговельних об'єктів та закладів ресторанного господарства є відкритою та доступною для юридичних і фізичних осіб.

6. Торговельна діяльність через торговельні об'єкти та заклади ресторанного господарства, що не внесені до Державного реєстру торговельних об'єктів та закладів ресторанного господарства, забороняється.

7. Суб'єкт торговельної діяльності для державної реєстрації торговельного об'єкта та закладу ресторанного господарства до органу державної реєстрації подає:

довідку з Єдиного державного реєстру підприємств і організацій України;  
документ, що засвідчує право власності (на оренду) суб'єкта торговельної діяльності на приміщення торговельного об'єкта, закладу ресторанного господарства;

реєстраційну картку встановленого зразка, яка є водночас заявою про державну реєстрацію, в якій зазначається: найменування суб'єкта торговельної діяльності; найменування, тип (його товарна спеціалізація та розмір торговельної площі) торговельного об'єкта; *найменування і тип закладу ресторанного господарства*.

Органу державної реєстрації забороняється вимагати від суб'єктів торговельної діяльності додаткові документи, не передбачені цим Законом.

8. Державна реєстрація торговельних об'єктів проводиться за наявності всіх необхідних документів за заявочним принципом протягом не більше трьох робочих днів. Орган державної реєстрації зобов'язаний протягом цього терміну внести дані з реєстраційної картки до Державного реєстру торговельних об'єктів та закладів ресторанного господарства і видати дозвіл на розміщення об'єкту торгівлі, закладу ресторанного господарства з додатком про внесення до Державного реєстру торговельних об'єктів та закладів ресторанного господарства

встановленого зразка. Опис бланка додатку встановлюється спеціально уповноваженим органом виконавчої влади у сфері торгівлі.

9. За порушення терміну реєстрації та вимагання подання для реєстрації додаткових документів, не передбачених цим Законом, посадові особи органів державної реєстрації несуть адміністративну відповідальність згідно із законодавством України.

10. Підставою для відмови в державній реєстрації торговельного об'єкта та закладу ресторанного господарства є:

неподання до органу державної реєстрації в повному обсязі документів, передбачених для державної реєстрації торговельного об'єкта та закладу ресторанного господарства;

недостовірність відомостей, зазначених у документах, які подані для державної реєстрації торговельного об'єкта та закладу ресторанного господарства.

11. У разі зміни власника приміщення торговельного об'єкта та закладу ресторанного господарства суб'єкт торговельної діяльності, що став його новим власником або орендарем, у місячний строк з моменту підписання договору купівлі-продажу або оренди приміщення торговельного об'єкта зобов'язаний подати документи для його державної перереєстрації.

Перереєстрація торговельного об'єкта та *закладу ресторанного господарства* проводиться в порядку, встановленому для його реєстрації.

12. Зняття з державної реєстрації торговельного об'єкта та *закладу ресторанного господарства* здійснюється за заявою суб'єкта торговельної діяльності або уповноваженого ним органу.

13. Примусове скасування реєстрації здійснюється в таких випадках:

у разі припинення суб'єкта господарювання як юридичної особи, що здійснює торговельну діяльність;

при використанні торговельного об'єкта, *закладу ресторанного господарства* не за призначенням, зазначеним у Державному реєстрі торговельних об'єктів та закладів ресторанного господарства протягом трьох місяців;

у разі невиконання суб'єктом торговельної діяльності вимог щодо необхідності перереєстрації торговельного об'єкта, *закладу ресторанного господарства* у зв'язку із зміною його власника (орендаря).

## **Стаття 22. Кадрове забезпечення торговельної діяльності**

1. Працівники торгівлі та *ресторанного господарства* повинні мати професійну підготовку і відповідати освітньо-кваліфікаційним вимогам, встановленим для даної професії.

2. Перелік професій працівників торгівлі та *ресторанного господарства* затверджується спеціально уповноваженим центральним органом виконавчої влади у сфері торгівлі за погодженням із спеціально уповноваженим органом виконавчої влади у сфері праці та соціальної політики.

3. Не допускаються до здійснення торговельної діяльності особи: дієздатність яких обмежена законодавством України;

позбавлені судом права займатись цією діяльністю протягом певного періоду;

які не мають відповідного дозволу медичних органів;

які не мають професійної підготовки.

1. Порядок та умови здійснення професійної підготовки працівників торгівлі встановлюються Кабінетом Міністрів України.

### **Стаття 23. Відповідальність у сфері торгівлі**

1. Суб'єкти торговельної діяльності відповідають за невиконання або неналежне виконання зобов'язань чи порушення правил та вимог до здійснення торговельної діяльності на підставі і в порядку, визначеному законодавством України.

За вчинене правопорушення суб'єкт торговельної діяльності несе відповідальність на підставах, визначених законодавством України.

2. У сфері торговельної діяльності застосовуються такі види юридичної відповідальності: цивільно-правова, адміністративна, кримінальна.

Цивільно-правова відповідальність полягає у формі відшкодування збитків, моральної шкоди, а також сплати штрафу.

Посадові особи та інші працівники суб'єктів торговельної діяльності та фізичні особи-підприємці в разі порушення встановлених правил і вимог притягаються до адміністративної відповідальності згідно з Кодексом України про адміністративні правопорушення.

Кримінальна відповідальність у сфері торгівлі застосовується лише у випадках, передбачених кримінальним законодавством.

3. За правопорушення при здійсненні трудових правовідносин у сфері торгівлі застосовується дисциплінарна та матеріальна відповідальність згідно з Кодексом законів про працю України.

4. За здійснення окремих правопорушень у сфері торгівлі передбачені стягнення у формі штрафу (фінансових санкцій), що сплачуються суб'єктом торговельної діяльності до відповідного бюджету.

Визначення правопорушень, розмір і порядок накладення та стягнення штрафів устанавлюються законами, що регулюють відповідні правовідносини.

5. За порушення правил та вимог до здійснення торговельної діяльності згідно з Господарським кодексом України органи державної влади та органи місцевого самоврядування відповідно до своїх повноважень та в порядку, встановленому законодавством, можуть застосовувати до суб'єктів торговельної діяльності такі адміністративно-господарські санкції:

вилучення необґрунтовано одержаної суми виручки;

анулювання ліцензії на торгівлю окремими видами товарів відповідно до законодавства України;

обмеження або зупинення торговельної діяльності;

*звертатись до суду з позовом про припинення юридичної особи – суб'єкта торговельної діяльності.*

6. До підприємств сфери торгівлі та *ресторанного господарства*, які систематично реалізують неякісні та небезпечні товари, порушують права

споживачів, правила торгівлі та надання послуг або умови зберігання і транспортування товарів, *органами державної влади, органами місцевого самоврядування, територіальними дозвільними органами* застосовуються такі санкції:

тимчасове або повне припинення їх діяльності відповідно до чинного законодавства;

вилучення неякісних товарів, документів та предметів (зокрема, засобів вимірювання, що не відповідають вимогам нормативних документів), які свідчать про порушення прав покупців (споживачів);

припинення (заборона) суб'єктами торговельної діяльності відвантаження, реалізації (продажу) і виробництва товарів та надання послуг, що не відповідають вимогам нормативно-правових актів;

вилучення з обігу небезпечних для здоров'я продуктів харчування, хімічних та радіоактивних речовин, біологічних матеріалів;

опломбування (опечатування) виробничих, складських, торговельних та інших приміщень, а також вимірювальних приладів, що не відповідають вимогам нормативних документів.

Порядок прийняття рішень про застосування зазначених адміністративно-господарських санкцій, їх виконання та оскарження визначається спеціальними нормативно-правовими актами.

## **РОЗДІЛ 5. Захист прав і законних інтересів суб'єктів торговельної діяльності**

### **Стаття 24. Гарантії прав суб'єктів торговельної діяльності в разі неправомірного застосування до них засобів примусового впливу**

1. Держава забезпечує захист прав і законних інтересів суб'єктів торговельної діяльності.

2. Кожен суб'єкт торговельної діяльності має право на захист своїх прав і законних інтересів. Засоби захисту та порядок їх реалізації визначаються законодавством України.

3. Суб'єкти торговельної діяльності мають право оскаржити до суду рішення будь-якого органу державної влади або органу місцевого самоврядування щодо застосування до них будь-яких засобів примусового впливу.

4. У разі прийняття органами державної влади або органами місцевого самоврядування актів, що суперечать законодавству і порушують права чи законні інтереси суб'єктів торговельної діяльності, останні мають право звернутися до суду із заявою про визнання таких актів повністю або частково недійсними.

5. Збитки, завдані суб'єктам торговельної діяльності в результаті неправомірного застосування до них засобів примусового впливу, підлягають відшкодуванню у встановленому законодавством України порядку.

### **Стаття 25. Вирішення спорів, що виникають у процесі торговельної діяльності**

1. Суб'єкти торговельної діяльності мають право звертатися до господарського суду згідно з установленою підвідомчістю господарських справ за захистом своїх порушених або оспорюваних прав та інтересів, які охороняються законодавством України.

2. Суб'єкти торговельної діяльності можуть відмовитися від прав на звернення до господарського суду у зв'язку з передачею спору між ними на вирішення третейського суду за їх домовленістю згідно з договором.

На розгляд третейського суду може бути переданий спір, який підвідомчий тільки господарському суду, за винятком категорій спорів, визначених Законом України "Про третейські суди".

3. Зверненню до господарського суду може передувати досудове врегулювання спору у випадках і в порядку, визначених Господарським процесуальним кодексом України.

### **Стаття 26. Порядок оскарження дій контролюючих органів та їх посадових осіб**

1. Неправомірні дії контролюючих органів та їх посадових осіб можуть бути оскаржені суб'єктами торговельної діяльності до вищого у порядку підлеглості контролюючого органу та/або до господарського (*адміністративного*) суду.

2. Скарги на дії контролюючих органів та їх посадових осіб у зв'язку з накладенням адміністративних стягнень розглядаються також судами України згідно з Цивільним процесуальним кодексом України.

3. У разі прийняття необґрунтованого рішення про тимчасове зупинення або обмеження торговельної діяльності, заборону відвантаження, реалізації (продажу) і надання послуг чи інших неправомірних рішень стосовно суб'єктів торговельної діяльності винні в цьому контролюючі органи та посадові особи несуть відповідальність згідно із законодавством України.

4. Посадові особи контролюючого органу, винні в порушенні цього Закону, несуть дисциплінарну, адміністративну, кримінальну та матеріальну відповідальність відповідно до законодавства.

Збитки, завдані суб'єкту господарювання неправомірними діями або необґрунтованими рішеннями посадових осіб контролюючих органів, підлягають відшкодуванню за рахунок коштів державного бюджету, які спрямовані на фінансування контролюючого органу.

### **РОЗДІЛ 6. Прикінцеві положення**

1. Цей Закон набирає чинності з дня його опублікування.

Кабінету Міністрів України у шестимісячний строк з дня набрання чинності цим Законом:

внести на розгляд Верховної Ради України пропозиції щодо приведення законів України у відповідність із цим Законом;

забезпечити прийняття нормативно-правових актів, передбачених цим Законом;

привести свої нормативно-правові акти у відповідність із цим Законом;

забезпечити приведення міністерствами, іншими центральними органами виконавчої влади своїх нормативно-правових актів у відповідність із цим Законом.

## **Структура та пояснення до положень Концепції розвитку внутрішньої торгівлі на період до 2012 року для ресторанного бізнесу**

### **1. Вступ ( загальні положення)**

Ресторанне господарство – сфера діяльності, яка покликана задовольняти потреби споживачів шляхом надання послуг з приготування, реалізації та організації споживання їжі та надання різноманітних супутніх послуг і організації дозвілля у будь-яких не домашніх умовах.

Ресторанне господарство – це сфера, де одночасно здійснюється процес виробництва, реалізації та організації споживання специфічних товарів та послуг. Діяльність цього сектору економіки дозволяє висвободити частину позаробочого часу споживачів та направити їх зусилля на саморозвиток та самоудосконалення; повніше реалізовувати і використовувати науково-технічний та розумовий потенціал, що сприятиме подоланню кризових явищ в національній економіці.

### **2. Аналіз сучасного стану розвитку ресторанного господарства (підсумки розвитку за минулі роки)**

Які питання було вирішено під час реалізації попередньої Концепції розвитку, яких результатів досягнуто...

Але на фоні позитивних тенденцій розвитку ... зберігається ряд проблем та невирішених задач:

- недостатній розвиток мережі підприємств харчування, які б відповідали сучасним вимогам дизайну, технологічного оснащення, прогресивним методам обслуговування;
- є певні перекоси в територіальному розміщенні підприємств харчування;
- не розвинена мережа підприємств, яка б була орієнтована на різні верстви споживачів, а також підприємств швидкого обслуговування;
- недостатній рівень якості та асортимент послуг, які надаються споживачам на підприємствах харчування.

### **3. Цілі та завдання Концепції**

Ціллю Концепції є забезпечення функціонування та стабільного розвитку споживчого ринку, задоволення потреб населення в товарах та послугах ресторанного господарства, які відповідають світовим стандартам якості та безпеки.

Досягнення поставленої цілі пов'язано з рішенням наступних задач:

- удосконалення нормативно-правових основ функціонування ринку товарів та послуг ресторанного господарства;
- формування ефективної інфраструктури ресторанного господарства;
- визначення принципів підходів до розробки механізмів раціонального розміщення мережі підприємств ресторанного господарства, впровадження сучасних маловідходних та безвідходних технологій та сучасних методів та форм

обслуговування споживачів, надання широкого переліку послуг відповідно із типом та направленістю діяльності підприємства харчування, а також враховуючи контингент, який обслуговується;

- підвищення якості послуг, які надаються споживачам;
- координація взаємодій підприємств харчування із підприємствами, які здійснюють виробництво продуктів та напівфабрикатів; розробка раціонального механізму просування напівфабрикатів різного ступеня готовності для підприємств харчування на внутріобласному чи регіональному ринках (з ціллю оптимізації витрат різних видів ресурсів та підвищення якості продукції);
- створення благоприємних умов для забезпечення економічної ефективності та фінансової стабільності підприємств, підвищення податкової ефективності ресторанного господарства як сфери діяльності;
- забезпечення якості та безпечності продукції та послуг, які пропонуються споживачам в ресторанному господарстві;
- відновлення та підвищення інвестиційної привабливості сфери ресторанного господарства.

#### **4. Державне регулювання розвитку ресторанного господарства.**

Мета, принципи і завдання державного регулювання ресторанного господарства (основна мета полягає у забезпеченості прибутковості капіталу, попередженні соціальних вибухів внаслідок безробіття, зниження рівня життя, інфляційних процесів та ін. явищ. Держава повинна регулювати та координувати економічні інтереси та пов'язувати в єдине ціле суспільні і приватні інтереси. Для цього слід забезпечити загальну інформованість, високу наукоємність, міжнародну інтеграцію, єдиний економічний простір, соціальну функцію системи, яка регулюється суспільством);

- форми і механізми державного регулювання розвитку ресторанного господарства (шляхом удосконалення нормативно-правової та методичної бази, контрольно-наглядової та обмежувально-заборонної системи заходів; практики державної підтримки розвитку найбільш важливих об'єктів ресторанного господарства, в більшості випадків – соціально орієнтованих підприємств).

#### **5. Концептуальні основи формування інфраструктури ресторанного господарства.**

Ресторанне господарство є важливою складовою сфери послуг. Політика в сфері ресторанного господарства направлена на задоволення потреб (попиту населення) в послугах, які пов'язані з організацією харчування за місцем навчання, роботи, відпочинку та інших позадомашніх умовах, а також на підвищення якості, розмаїття асортименту продукції та послуг, удосконалення культури обслуговування.

Для реалізації відмічених напрямків передбачається вирішення певних задач:

- розвиток, удосконалення та розширення загальнодоступної мережі підприємств харчування (орієнтація на різні верстви населення, вирівнювання міжмікрорайонної диференціації показників забезпеченості місцями згідно із

генеральним планом розвитку міста, району, області, країни; спираючись на індустріальні методи приготування їжі);

- розширення мережі соціально орієнтованих підприємств харчування;
- забезпечення підприємств харчування достатньою кількістю професійно підготовлених кадрів;
- розширення спектру різноманітних послуг, обслуговування поза підприємствами харчування і т. ін.

Формування розгалуженої мережі загальнодоступних підприємств ресторанного господарства, з одного боку, буде йти по шляху все більшої уніфікації їх видового складу (ресторан, кафе, бар, їдальня, закусочна, ПШО), а з іншого, - все більшої диференціації цих структур з точки зору комфортності, якості обслуговування та асортименту послуг, які пропонують споживачам на підприємствах різних типів та видів.

#### **6. Кадрове забезпечення ресторанного господарства.**

На сучасному етапі впровадження ринкових реформ в сферу ресторанного господарства вирішальне значення має робота що до удосконалення діяльності, пов'язаної із підготовкою кваліфікованих кадрів та формуванням якісно нової системи управління персоналом підприємств та організацій ресторанного господарства. На вирішення проблем кадрового забезпечення ресторанного господарства впливають різні фактори: кон'юнктура ринку праці, державне регулювання, якість життя людей, демографічна ситуація, освітній рівень населення, інші соціально-економічні процеси, які визначають стратегію розвитку, кадрову політику та принципи кадрового управління.

#### **7. Формування інвестиційної, податкової та фінансово-кредитної політики.**

В умовах ринкової економіки важливим показником добробуту суб'єктів регіону і держави в цілому є стійкість фінансів та грошового обігу. Через інвестиційну, податкову та фінансово-кредитну політику виконавча влада різних рівнів здійснює реалізацію основних пропорцій розвитку економіки на підвідомчих територіях, стимулювання пріоритетних напрямків розвитку ресторанного господарства.

#### **8. Висновки.**

Прийняття Концепції як керівного документа буде сприяти розробці плану заходів що до реалізації на різних відомчих рівнях. План заходів може акумулювати в собі елементи інших цільових програм та планів розвитку споживчого ринку та ресторанного господарства.

Про надання пропозицій щодо розробки  
Програми розвитку внутрішньої торгівлі  
України до 2012 р.

### **1. Стан питання, визначення основних проблем розвитку внутрішньої торгівлі України**

Внутрішня торгівля України - одна зі сфер економіки, яка динамічно розвивається, що підтверджується позитивною динамікою обсягу роздрібного товарообігу, зростанням чисельності суб'єктів підприємницької діяльності, зайнятих у торгівлі, значними бюджетними надходженнями, створенням нових робочих місць для працевлаштування населення. Разом з тим, економічні та соціальні перетворення в суспільстві України суттєво вплинули на розвиток торгівлі. Загострення конкурентної боротьби внаслідок змін у системах ціноутворення, оподаткування, кредитування та розрахунків; розвиток ринкової інфраструктури у сфері фінансово-кредитних відносин; поява великої кількості нових господарських утворень та проникнення іноземних фірм призвели до втрати торговельними підприємствами традиційних структур і функцій.

Необхідність розв'язання назрілих соціально-економічних проблем розвитку вітчизняної торгівлі об'єктивно вимагає відповідного пристосування її до сучасних ринкових умов господарювання, потребує принципового коригування економічної політики, в якій визначальним має стати застосування ефективних механізмів інноваційної та структурної перебудови як усієї торговельної галузі, так і торговельної діяльності на місцях.

На підставі аналізу торговельних підприємств і закладів ресторанного господарства одного з найбільших регіонів України - Донецької області - можна виділити низку проблемних питань, які потребують негайного рішення.

*По-перше*, механізм реалізації системної державної політики розвитку та регулювання торговельної діяльності передбачає формування належної законодавчої та нормативно-правової бази, яка б регламентувала організаційні, юридичні й економічні аспекти розвитку торгівлі та ресторанного господарства. Постанова Кабінету Міністрів України №833, якою затверджено Порядок ведення торговельної діяльності й правила торговельного обслуговування населення (зі змінами й доповненнями), не забезпечує належного рівня правового регулювання внутрішньої торгівлі. Це ж стосується й окремих законів, у яких розглядаються особливі питання регулювання торговельної діяльності: «Про захист прав споживачів», «Про ліцензування певних видів господарської діяльності», «Про патентування деяких видів підприємницької діяльності» й ін. Нецивілізовані торговельні відносини повинні бути замінені ефективною та відповідальною торговельною діяльністю на основі чітких й зрозумілих правил, що відповідають сучасним європейським і світовим критеріям. Реально започаткувати цей важливий процес дозволить прийняття Закону України «Про внутрішню

торгівлю», який надасть можливість розробки інших законодавчих актів відносно більш конкретної регламентації торговельної діяльності, а також державних стандартів якості торговельних процесів і послуг. На даний час актуальним питанням є посилення економіко-правових методів впливу не стільки на суб'єктів торговельного підприємництва безпосередньо, скільки на стан ринку споживчих товарів і рух на ньому товарних потоків, тобто необхідна відповідна законодавча база.

*По-друге* – це зміни, які відбулися в структурах: Мінекономіки, облдержадміністрацій, виконкомів міських рад і райдержадміністрацій, реорганізація Департаменту внутрішньої торгівлі, Управлінь торгівлі в областях, відділів торгівлі в містах і районах. Проведена реструктуризація призвела до значного скорочення кількості фахівців, які займаються питаннями торгівлі, що негативно вплинуло на роботу з координації галузі.

*Третє*, продовжує залишатися актуальним питання розвитку й функціонування оптової торгівлі. Особливістю сучасної структури оптової торгівлі є наявність підприємств, які відрізняються невеликими розмірами, слабкою матеріально-технічною базою та нерівномірністю територіального розміщення. Щільність оптових структур в розрізі окремого регіону свідчить про відсутність цілеспрямованої політики з боку держави та її інститутів у питанні формування інфраструктури оптової торгівлі. Регіональні органи регулювання торговельної діяльності Донецької області неодноразово направляли в Міністерство економіки пропозиції щодо необхідності розробки Правил оптової торгівлі й Порядку заняття оптовою діяльністю, у тому числі Правил оптової торгівлі алкогольними напоями.

Відсутність розвинених структур оптової торгівлі призводить до цінових коливань на ринку сільгосппродукції, створює додаткові труднощі, як для сільгоспвиробників, так і для переробників. Виходом із ситуації, що створилася, безумовно, має стати створення оптових ринків сільськогосподарської продукції (ОРСП). Розвиток системи таких ринків дозволить проводити політику розміряного розвитку галузей сільського господарства й торгівлі та забезпечить відкриті торги між виробниками й споживачами й формування справедливих цін. На місце дрібного посередництва і перепродажу споживчих товарів мають прийти сучасні оптові підприємства, що здатні виконувати закупівельно-збутові операції з наданням права власності на великі оптові партії товару, та які матимуть належну матеріально-технічну базу.

*Четверте*, слід вказати на той факт, що мало хто з операторів споживчого ринку, як оптових, так і роздрібних, дотримується строгого форматування своїх торговельних об'єктів. Однією з причин такого положення є відсутність чіткої класифікації торговельних підприємств й основних вимог до їхньої організації, тому для більшості підприємців виникає проблема визначення найбільш ефективного шляху побудови своїх товаропровідних систем. Підприємства, які мають намір надавати роздрібні чи оптові послуги відповідно до типізації та спеціалізації, повинні мати певним чином обладнані торговельні приміщення,

кадровий потенціал, складське господарство, обігові кошти, транспортні засоби й ін., а також забезпечувати відповідний рівень послуг.

З іншого боку слід відзначити, що відсутність чітко визначених стандартів форматування торговельних підприємств не дозволяють виконувати регулюючі функції з боку місцевих державних установ під час надання ліцензій підприємцям і атестації торговельних об'єктів.

*П'яте*, слід враховувати трансформації у структурі доставки товару в роздрібну торгівлю. Скорочується частка каналів дистрибуції, збільшується частка продукції, що надходить через власні розподільні центри. Однак потрібно визнати, що в Донецькій області не багато товаропровідних систем оперують із достатньою ефективністю, застосовуючи сучасний інструментарій логістичного та інноваційного управління. Відповідно до світових тенденцій розвитку торгівлі саме інформаційно-технологічна інтеграція логістичних процесів компаній-постачальників із роздрібними торговельними підприємствами дозволить одержати додаткову можливість для взаємовигідного співробітництва. Постачальники, які першими створять інноваційну розподільчо-сенсорну систему, інтегровану з інфосистемою роздрібної мережі, одержать серйозну конкурентну перевагу перед своїми конкурентами.

*Шосте*, намітилася й ще одна досить важлива тенденція: покупці не завжди можуть визначитися у продуктових торговельних марках. Тому в торгівлі почався процес зсуву акценту на марки самих торговельних мереж, що, в свою чергу, розширює можливості маркетингу, як засобу підвищення довіри до бренду товаропровідної мережі. Тому важливим фактором подальшого розвитку торгівлі є ефективне позиціонування торговельних підприємств і забезпечення відповідного рівня торговельного обслуговування клієнтів. Між тим, на даний час, не дивлячись на збільшення частки підприємств, що працюють цивілізовано за європейськими стандартами та технологіями (супер-гіпермаркети, де гарантуються якість товарів і обслуговування й за якими перспектива розвитку), переважна більшість роздрібних підприємств (гастрономи, універмаги, торговельні центри, дрібнороздрібна мережа: павільйони, кіоски) не забезпечують належний рівень обслуговування.

*Сьоме*, незважаючи на велику чисельність супермаркетів, універсамів і невеликих продуктових магазинів біля дому, місцеві жителі ставляться цілком лояльно й часто роблять покупки саме на ринках, бо відносно низькі ціни для багатьох споживачів є основним мірилом привабливості. Сучасні ринки не тільки забезпечують робочі місця для багатьох жителів області та надають можливості організації виїзної торгівлі виробникам продукції, ці підприємства є засобом суттєвого наповнення місцевих бюджетів.

Одним з пріоритетних напрямків організації ринкової торгівлі має стати робота щодо залучення на ринки безпосередніх сільгоспвиробників і стимулювання продажу сільгосппродукції. В напрямку розвитку ринкової торгівлі актуальності набуває питання упорядкування земельних відносин, повноти сплати ринками земельного податку та орендної плати за землю.

Сучасний стан функціонування ринків, передбачає посилення вимог до порядку здійснення торговельної діяльності, запобігання проявам несумлінної конкуренції, посилення захисту прав учасників торгівлі на ринках, визначення в установленому порядку відповідальності продавців і адміністрацій ринків за порушення Правил торгівлі на ринках, посилення вимог до професійної підготовки осіб, які здійснюють управління ринками та працюють безпосередньо за прилавками. Крім того, з метою недопущення необгрунтованого підвищення плати за послуги, які надаються ринками, збереження її стабільності та забезпечення соціального захисту населення від зростання цін на товари, необхідно запроваджувати заходи щодо регулювання розмірів плати за ринкові послуги.

*Восьме*, у загальнодоступній торговельній мережі останнім часом сповільнюється розвиток підприємств ресторанного господарства, особливо в сільських районах, через низьку купівельну спроможність населення. Багато підприємств ресторанного господарства закриваються, перепрофілюються під магазини роздрібної торгівлі; застарілі нормативи забезпеченості населення місцями в підприємствах ресторанного господарства в загальнодоступній мережі й за контингентами населення не відповідають сучасним вимогам. Значно зменшений вплив держави на розвиток ресторанного господарства через відсутність системи вертикального координування роботи: законодавчими та нормативними актами Міністерства економіки затверджено ряд методичних рекомендацій щодо організації харчування окремих контингентів населення, але всі вони носять характер рекомендацій, тому здебільшого не виконуються.

Відсутні регуляторні акти, які б визначали статус і тип підприємства ресторанного господарства у відповідності з вимогами державних стандартів, а також механізм цього визначення. Державним стандартом України ДСТУ 4281:2004 «Заклади ресторанного господарства. Класифікація» зазначені вимоги до різних типів підприємств ресторанного господарства, наведені класи таких підприємств як ресторан і бар, однак відсутній порядок атестації цих підприємств. У місцях масового відпочинку населення в літній період працює багато підприємств харчування, в яких відсутній зал для споживачів, а виробничі приміщення обладнані в будинках сезонного типу, що не відповідає сучасним вимогами щодо стандартів обслуговування.

У дошкільному, шкільному та оздоровчому харчуванні вимагає відновлення матеріально-технічна база їдалень. Обідні зали в більшості учбових і санаторних закладів не мають естетичного оформлення, оснащення виробничих цехів застаріле, неефективне та не відповідає сучасним вимогам. Для рішення цих питань важливим є прийняття відповідних програм щодо фінансування організації харчування в дошкільних, навчальних й оздоровчих установах.

*Дев'яте*, статистична звітність підприємств торгівлі та ресторанного господарства не відповідає сучасним вимогам: облік ведеться тільки по підприємствах із чисельністю більше 15 чоловік. Близько 80 % суб'єктів підприємницької діяльності в торговельній сфері не є юридичними особами, у

статистичних даних яких не висвітлюються результати роботи, тобто не відображається реальний стан справ у виконанні основних показників: фактичного обсягу товарообороту, результатів фінансової діяльності й відрахувань у бюджети всіх рівнів.

*Десяте*, з метою захисту прав споживачів необхідна реалізація комплексу заходів, спрямованих на забезпечення контролю щодо виконання суб'єктами підприємництва правил торгівлі й гарантій на якісне обслуговування. Нажаль, підприємницькою діяльністю в сфері торгівлі та ресторанного господарства часто займаються підприємці, які не мають фахової освіти (підготовки). Кадрова політика в торговельній сфері повинна бути спрямованою на підвищення якості обслуговування споживачів, дотримання вимог чинного законодавства та достатньої професійної підготовки. Однак, не дивлячись на достатньо широку мережу курсів і тренінгів, які створені при профільних навчальних закладах, а також вимоги законодавства про обов'язкову професійну підготовку осіб, зайнятих торговельною діяльністю, низький освітньо-кваліфікаційний рівень працівників залишається однією з головних проблем торгівлі.

## **2. Рекомендації щодо основних принципів Концепції розвитку внутрішньої торгівлі України**

Цивілізована торгівля неможлива поза чіткого концептуального підходу, законодавчої та нормативно-правової регламентації галузі. Основна мета Програми розвитку внутрішньої торгівлі до 2012 р. повинна полягати у розробці та обґрунтуванні субординованої системи заходів щодо забезпечення збалансованого розвитку всіх ланок сфери торгівлі та ресторанного господарства в Україні. При цьому національні правові норми здійснення торговельної діяльності необхідно гармонізувати з нормами законодавства ЄС.

До складу базових принципів концепції розвитку внутрішньої торгівлі та ресторанного господарства можна запропонувати наступне:

- визначення торгівлі та ресторанного господарства як сфери діяльності та важливого сектору народногосподарського комплексу, а також багатомірної соціально-економічної системи;
- визначення структурних трансформацій у підсистемах торгівлі та ресторанного господарства: функціональній, організаційній, соціальній та територіальній;
- необхідність системного державного регулювання торгівлі та ресторанного господарства, розробка законодавчої та нормативно-правової бази у сфері торговельної діяльності;
- визначення необхідності формування адекватної структури організаційних утворень у сфері торгівлі та ресторанного господарства відповідно до сучасних світових вимог організації обслуговування; пріоритет розподілу товарів над їх виробництвом, організація торговельної діяльності на підставі глибоких маркетингових досліджень ринку та оптимізації логістичних процесів на всьому шляху проходження товарів від виробника до кінцевого споживача, формування адекватних маркетингово-логістичних

- структур у багатоканальній моделі товаропросування;
- підвищення інвестиційної привабливості підприємств торгівлі та ресторанного господарства;
- впровадження світового досвіду розвитку торгівлі з урахуванням вітчизняних особливостей та тенденцій, налагодження постійного зв'язку з науковими установами щодо наукових розробок й забезпечення інноваційного розвитку торговельних і підприємств харчування;
- розробка відповідної системи багатоступеневої підготовки висококваліфікованих кадрів у сфері торгівлі та обслуговування.

### **3. Пропозиції щодо програмних положень і заходів реалізації**

Прийняття відповідних програмних документів буде сприяти забезпеченню гарантій законності торговельної діяльності у сферах роздрібної та оптової торгівлі, ресторанного господарства, більш ефективному забезпеченню державного регулювання внутрішньої торгівлі, яке має спрямовуватися на посилення економічних методів впливу не стільки на суб'єктів торговельної діяльності, скільки на процеси, що відбуваються на споживчому ринку. Це надасть можливість істотно обмежити масштаби фальсифікації товарів і підвищити якість обслуговування у сфері торгівлі та ресторанного господарства. Важливо те, що будуть створені спонукальні мотиви до більш цивілізованих форм ведення торговельного бізнесу.

В якості основних програмних положень у напрямку вдосконалення внутрішньої торгівлі слід визначити:

- розробку загальнодержавних нормативно-законодавчих документів щодо регулювання торгівлі та ресторанного господарства і, перш за все, Закону України "Про внутрішню торгівлю", що сформує рамкові правові й організаційні основи торговельної діяльності та обслуговування споживачів на рівні законодавчого акту;
- розробку та впровадження державних стандартів класифікації суб'єктів інфраструктури торгівлі та ресторанного господарства й визначення стандартизованих вимог до організації технологічних процесів і якості послуг згідно з положеннями СОТ, що надасть можливість проведення атестації торговельних підприємств та надання їм статусу відповідних ринкових утворень;
- удосконалення системи статистичного обліку показників розвитку підприємств торгівлі;
- підвищення технічного рівня оснащення торговельних і підприємств харчування, удосконалення технологічних процесів, забезпечення логістично-маркетингового управління та впровадження інноваційних технологій;
- налагодження інтеграції наукових закладів і підприємств торгівлі та ресторанного господарства щодо розвитку внутрішньої торгівлі згідно з вимогами СОТ;
- розробку системи інституційного забезпечення привабливості інвестиційно-

- інноваційних проектів розвитку внутрішньої торгівлі;
- забезпечення зниження асиметрії інформації через розробку та моніторинг стандартів якості роботи підприємств внутрішньої торгівлі, формування загальнодержавних і міжрегіональних інформаційних баз даних;
- удосконалення системи захисту прав власності у взаєминах підприємств внутрішньої торгівлі та споживачів під час роботи в новій економіці (економіці знань);
- усунення протиріч з питань отримання професійної підготовки кадрів для здійснення підприємницької діяльності, інвестування у гуманний капітал, залучення колективів торговельних і підприємств харчування до програм підвищення кваліфікації спеціалістів для роботи в ринкових умовах.

До механізмів і заходів державного регулювання внутрішньої торгівлі пропонується віднести:

- уточнення правових засад здійснення торговельної діяльності, зокрема правового статусу суб'єкта торговельної діяльності;
- встановлення вимог до здійснення торговельної діяльності, які диференційовані залежно від виду торгівлі;
- встановлення засад регулювання торговельної діяльності, що передбачає взаємодію спеціально уповноваженого центрального органу виконавчої влади у сфері торгівлі, місцевих органів виконавчої влади і органів місцевого самоврядування, громадських організацій та об'єднань суб'єктів торговельної діяльності;
- виділення інструментів державного регулювання торговельної діяльності та визначення порядку їх використання;
- розробку системи та порядку надання дозволів на розміщення об'єктів торгівлі та закладів ресторанного господарства;
- державну реєстрацію роздрібних, оптових торговельних об'єктів, закладів ресторанного господарства відповідно до типізації та спеціалізації підприємств;
- створення системи міжрегіональних оптових ринків сільськогосподарської продукції (ОРСП) і забезпечення сприятливих умов для відкритих торгів між виробниками й споживачами та формування справедливих цін;
- забезпечення вимог до здійснення дрібнороздрібною торгівлі, насамперед, формування асортиментного переліку товарів, що реалізуються через дрібнороздрібну торговельну мережу;
- розробку програми (механізму) для припинення стихійної торгівлі та удосконалення земельних відносин у ринковій торгівлі;
- розробку механізму приведення тарифів за послуги ринків у відповідність з їх економічним обґрунтуванням і удосконалення чинного порядку справляння ринкового збору;
- розмежування міри відповідальності за порушення правил торгівлі та інших нормативних вимог на ринках між органами контролю й нагляду, та чітке

визначення повноважень адміністрацій ринків з питань забезпечення продавцями вимог правил торгівлі та чинного законодавства, регламентуючого здійснення підприємницької діяльності на ринках;

- сприяння розвитку електронної комерції та її відповідності до світових стандартів;
- формулювання вимог до кадрового забезпечення торговельної діяльності, зокрема, щодо професійної підготовки та відповідності до освітньо-кваліфікаційного рівня працівників торгівлі та ресторанного господарства;
- удосконалення порядку здійснення державного контролю у сфері торгівлі;
- фіксування видів юридичної відповідальності у сфері торговельної діяльності;
- удосконалення порядку державної підтримки торгівлі соціально значущими товарами;
- уточнення порядку захисту прав і законних інтересів суб'єктів торговельної діяльності.

Створення програмних документів розвитку внутрішньої торгівлі до 2012 р. буде забезпечувати: належний рівень підтримки й регулювання внутрішньої торгівлі; стимулювання цивілізованого підприємництва в торговельній діяльності; підвищення якості торговельного обслуговування населення; розвиток ефективних цивілізованих форм товаропостачання й торговельного обслуговування; відновлення ефективної діяльності оптової, роздрібною торгівлі та підприємств ресторанного господарства; зменшення кількості дрібно-роздрібною та стихійною торгівлі; формування належного конкурентного середовища в сфері внутрішньої торгівлі; протидію безпідставному росту споживчих цін; обмеження тіньових відносин і реалізації контрафактної продукції; розширення обсягів реалізації безпечних й якісних споживчих товарів; посилення соціальної орієнтації торговельної діяльності; раціоналізацію територіальної дислокації об'єктів торгівлі та територіальної доступності торговельних послуг (особливо за якістю) для населення; посилення захисту прав і законних інтересів суб'єктів торговельної діяльності; упорядкування питань юридичної відповідальності в сфері торгівлі; розширення податкової бази торговельної діяльності внаслідок забезпечення її більш прозорого характеру.

## Справки о внедрении результатов исследования

Исх. № 125  
от 27.05.2014 г.

В специализированный Ученый Совет  
Донецкого национального университета  
экономики и торговли имени Михаила  
Туган-Барановского  
по защите диссертаций на соискание ученой  
степени доктора экономических наук

### СПРАВКА

о внедрении результатов исследований диссертационной работы  
Антоновой В. А. на тему: «Организационно-экономический механизм  
управления развитием ресторанного бизнеса, представленную на соискание  
ученой степени доктора экономических наук по специальности 08.00.05 –  
Экономика и управление народным хозяйством: экономика, организация и  
управление предприятиями, отраслями, комплексами (промышленность)

Методические разработки научного исследования Антоновой В. А.  
относительно системы показателей результативности ресторанного бизнеса  
приняты к руководству и используются для осуществления мониторинга  
реальных и потенциальных возможностей повышения эффективности управления  
развитием предприятия питания ООО «Отель «Централь»» г. Донецка.

Полученный эффект от внедрения разработок: объективные и  
сопоставимые показатели разных временных периодов использованы для  
повышения обоснованности принимаемых управленческих решений, разработки  
прогнозных моделей с реализацией основных функций управления для  
оценки социальной полезности и экономической эффективности деятельности  
предприятий питания. Ожидаемый экономический эффект от внедрения  
прогнозируется в объеме 108,0 тыс. грн. в год.

Генеральный директор  
ООО «Отель Централь»



Ищенко С.А.

Главный бухгалтер

Жукова Л.А.



ДОНЕЦКАЯ НАРОДНАЯ РЕСПУБЛИКА  
 АДМИНИСТРАЦИЯ КАЛИНИНСКОГО РАЙОНА г.ДОНЕЦКА  
 бульвар Шевченко,75, г. Донецк, 83017, тел./факс (062) 294-11-52, E-mail: kantselyariya\_akr@mail.ru

08.11.2015 № 01/19-2351

на № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_

В специализированный Ученый  
 Совет Д 01.004.01  
 по защите диссертаций на соискание  
 ученой степени доктора  
 экономических наук

### СПРАВКА

о принятии и использовании результатов исследования по диссертационной работе к.э.н., доцента Антоновой В.А. на тему «Организационно-экономический механизм управления развитием ресторанного бизнеса»

Положения диссертационной работы к.э.н., доцента Антоновой Валерии Анатольевны, касающиеся экономических механизмов самоуправления, мотивации и регулирования развития ресторанного бизнеса приняты к использованию для оптимизации деятельности существующих предприятий питания и разработки программы социально-экономического развития г. Донецка, которая касается стабилизации и повышения эффективности развития сети ресторанного хозяйства Калининского района.

Результаты научного исследования имеют несомненную практическую значимость, а их реализация позволит повысить эффективность управления развитием ресторанного сектора экономики Калининского района и города Донецк в целом.

И.о. главы администрации района

В.А. Ткачук

**Ресторан «BaNaNa»»**  
**г. Донецк, ул Артема, 80А**  
**+ 38((066) 341-58-58**

№\_245

от 18.11. 2015 г.

В специализированный Ученый Совет  
Д 01.004.01  
по защите диссертаций на соискание  
ученой степени доктора  
экономических наук

### **СПРАВКА**

о принятии и использовании результатов исследования по диссертационной работе соискателя Антоновой В.А. на тему «Организационно-экономический механизм управления развитием ресторанного бизнес»

Научные рекомендации диссертационной работы соискателя к.э.н., доцента Антоновой В. А. относительно системы показателей результативности управления развитием ресторанного бизнеса применяются в ООО «СТАРТ ПЛЮС» при анализе, оценке и мониторинге деятельности предприятия питания ресторан «BaNaNa».

Система базируется на существующих показателях планирования, учета и контроля, адаптированных к условиям деятельности и современной ситуации и позволяет объективно оценивать результаты деятельности, выявлять и мобилизовывать резервы повышения эффективности, обеспечивать необходимой информацией для определения эффективных путей развития предприятий ресторанного бизнеса на перспективу на основе оптимальных решений по управлению их развитием.

Таким образом, апробация предложенной Антоновой В.А. системы показателей результативности управления развитием имеет несомненную практическую значимость, а ее использование в процесс деятельности ресторана «BaNaNa» оценки и мониторинга приведет к повышению эффективности его хозяйственной деятельности.

Руководитель  
предприятия,  
ресторан «BaNaNa»



Пузин В.В.

Исх. № 284 от  
05.12.2015 г.

В специализированный Ученый Совет  
Д 01.004.01  
по защите диссертаций на соискание  
ученой степени доктора  
экономических наук

### СПРАВКА

о принятии и использовании результатов исследования по диссертационной  
работе соискателя Антоновой В.А.

Научные рекомендации диссертационной работы соискателя к.э.н., доцента Антоновой В. А. относительно оценки экономического механизма самоуправления на предприятиях ресторанного бизнеса приняты и используются в ООО «ДОНБИЗНЕСАЛЬЯНС» для повышения эффективности функционирования деятельности общества.

В целом результаты исследований Антоновой В. А. имеют несомненную практическую ценность, и их реализация приведет к повышению эффективности хозяйственной деятельности предприятий ресторанного бизнеса ООО «ДОНБИЗНЕСАЛЬЯНС». В связи с этим рекомендовано внедрение предложений по использованию экономического механизма самоуправления ресторанного бизнеса, разработанные Антоновой В. А. на всех предприятиях ООО «ДОНБИЗНЕСАЛЬЯНС».

Директор  
ООО «ДОНБИЗНЕСАЛЬЯНС»



А.В. Каминская

Исх. № 184 от  
08.12.2015 г.

В специализированный Ученый Совет  
Д 01.004.01  
по защите диссертаций на соискание  
ученой степени доктора  
экономических наук

### СПРАВКА

о принятии и использовании результатов исследования по диссертационной  
работе соискателя Антоновой В.А.

НАУЧНЫЕ рекомендации диссертационного исследования к.э.н., доцента Антоновой В.А. на тему «Организационно-экономический механизм управления развитием ресторанного бизнеса» по вопросу использования системы показателей оценки конкурентоспособности используются на предприятиях питания ООО «ИМПЭРО», ресторан «Cavallino Bianco» для определения уровня конкурентоспособности.

Полученный эффект от внедрения разработок: определение уровня конкурентоспособности позволяет оценить устойчивость положения предприятия на рыночном сегменте, разработать и своевременно откорректировать принятые направления развития с укреплением собственных рыночных позиций, экономический эффект достигает 45 тыс. руб. в месяц.

Предоставленные рекомендации важны для принятия своевременных обоснованных решений по повышению эффективности деятельности ресторанного бизнеса для стабилизации их рыночного положения и дальнейшего развития.

Руководитель

Управляющий рестораном





**Министерство образования и науки  
ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ**

**Государственная организация высшего профессионального образования  
«Донецкий национальный университет  
экономики и торговли  
имени Михаила Туган-Барановского»**

ул. Щорса 31, г. Донецк, 83050    Тел.: 342-90-40    факс: (062)304-83-16    Эл. почта: info@donnuet.dn.ua

24.11.2015 № 11/1033  
на № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_  
Г \_\_\_\_\_ Т \_\_\_\_\_

В диссертационный Совет Д 01.004.01  
по защите диссертаций на соискание ученой  
степени доктора экономических наук при  
ГО ВПО «Донецкий национальный  
университет экономики и торговли имени  
Михаила Туган-Барановского»

**СПРАВКА**

о внедрении результатов исследований диссертационной работы  
Антоновой В.А. на тему: «Организационно-экономический механизм управления развитием  
ресторанного бизнеса, представленную на соискание ученой степени доктора экономических  
наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством: экономика,  
организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами (промышленность)»

Теоретические разработки Антоновой В.А. относительно места и роли ресторанного  
бизнеса в инфраструктуре торгово-производственного комплекса и экономическом развитии  
страны, методологии управления развитием ресторанного бизнеса приняты для совершенствования  
курсов «Основы ресторанного сервиса», «Организация ресторанного хозяйства»; методология  
управления ресторанным бизнесом для разработки курса «Маркетинг в ресторанном хозяйстве».

Теоретические основы управления ресторанным бизнесом и методология управления  
ресторанным бизнесом апробированы при выполнении финансируемой госбюджетной темы  
«Механизмы и методы стратегического управления развитием сферы торговли и ресторанного  
хозяйства» (2007-2008 гг., номер госрегистрации 0107U000084); организационный механизм  
управления развитием и система показателей результативности – при выполнении хоздоговорной  
темы «Совершенствование механизма управления стратегическим развитием предприятия»  
(2009 г., номер госрегистрации 0109U003255); научно-методические подходы к  
совершенствованию управления развитием ресторанного бизнеса и механизм обеспечения  
конкурентоспособности ресторанного бизнеса – при выполнении темы «Стратегическое  
управление развитием ресторанного бизнеса в современных условиях» (2010-2014 гг., номер Д-  
2010-9).

Мониторинг факторов развития ресторанного бизнеса, механизм обеспечения  
конкурентоспособности ресторанного бизнеса и экономический механизм мотивации развития  
ресторанного бизнеса используются при выполнении дипломных проектов и подготовке  
магистерских диссертаций.

Проректор по научной работе  
и.и., профессор



*Е.М. Азарян*

Е.М. Азарян