

Министерство внешних экономических связей Украины
Украинский государственный научно-исследовательский
институт маркетинга и внешнеэкономической информации
/УГНИИМВЭИ/

На правах рукописи

Ахундов Айдын Гаджи оглы

РАЗВИТИЕ СЕТИ ПРЕДПРИЯТИЙ МАССОВОГО ПИТАНИЯ
РЕГИОНА В ПЕРИОД СТАНОВЛЕНИЯ РЫНОЧНЫХ ОТНОШЕНИЙ

Специальность: 08.00.05 – экономика, планирование,
организация управления
народным хозяйством и
его отраслями /торговля
и общественное питание/

А В Т О Р Е Ф Е Р А Т

диссертации на соискание ученой степени
кандидата экономических наук

Киев - 1994



00376077 (U)

Диссертация является руководский

Диссертация выполнена в Украинском государственном научно-исследовательском институте маркетинга и внешнеэкономической информации.

Научные руководители: доктор экономических наук, профессор

Кочерга Александр Иванович

доктор экономических наук, профессор

Карсекин Валерий Иванович

Официальные оппоненты: доктор экономических наук, профессор

Пятакова Фаина Самойловна

кандидат экономических наук

Манов Михаил Аркадьевич

Ведущая организация: Донецкий коммерческий институт

Защита состоится " 29 " апреля 1994 г. в 14 часов на заседании специализированного совета К 131.03.01 по присуждению ученой степени кандидата экономических наук в Украинском государственном научно-исследовательском институте маркетинга и внешнеэкономической информации по адресу: 252042, г. Киев-42, ул. Чигорина, 57.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке института.

Автореферат разослан " 28 " марта 1994 г.

Ученый секретарь
специализированного совета

Грицай Т.В.

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы. Становление национальной экономики Украины невозможно без глубокого рыночного реформирования народного хозяйства, развития предпринимательства. В переходной период важное значение имеет приватизация государственных предприятий, прежде всего ориентированных на удовлетворение потребностей населения. К таким предприятиям в полной мере следует относить предприятия массового питания, которые предлагают населению разнообразные услуги.

Социально-экономические и организационные проблемы функционирования предприятий питания по месту работы, учебы, жительства и отдыха потребителей получили широкое отражение в работах Л.П.Баскова, С.В.Бороздина, Бок Зи Коу, В.И.Карсекина, А.И.Кочерги, В.И.Пивоварова, В.Г.Шелегеды и других ученых-экономистов.

Потребность в услугах предприятий массового питания формируется под влиянием многих факторов, одним из важнейших среди которых является урбанизация. Процессы урбанизации обуславливают высокую мобильность городского населения, связанную с необходимостью выполнения им трудовых функций, учебой, отдыхом, совершением покупок и т.п. В свою очередь, это способствует формированию потребности во внедомашнем питании, которая принимает форму спроса на услуги предприятий массового питания. Вопросы формирования спроса, развития сети и условий эффективного функционирования предприятий массового питания в регионах, в том числе в крупных городах, детально рассматривается в работах В.И.Карсекина, А.И.Кочерги, М.Л.Деминьской, З.С.Хелс-

ровой, М.А.Манова, Л.Н.Яцуна и других экономистов. Эти исследования имеют важное теоретическое и методологическое значение, но, следует отметить, они проводились в условиях плановой экономики, стабильного потребительского рынка, централизованного управления отраслями народного хозяйства, в том числе общественного питанием, и поэтому не отражают современных реалий.

В условиях реформирования экономики и становления рыночных отношений требуют исследования и теоретического осмысления тенденции развития спроса потребителей на продукцию и услуги предприятий массового питания различных типов. Важность изучения формирующихся параметров потребительского спроса обусловлена тем, что они являются основой для принятия решений о развитии и размещении предприятий массового питания, рационального выбора их типологической структуры. Указанные характеристики, в свою очередь, оказывают определяющее влияние на эффективность предприятий массового питания.

Проведенные ранее исследования этих проблем были адресованы органам управления общественным питанием, принимавшим решения; связанные с планированием развития и размещения сети предприятий на макро- и мезоуровнях. В современных условиях многие вопросы решаются на уровне предприятий их собственниками или руководителями. Поэтому необходимы методические подходы к определению оптимальных характеристик развития сети на микроуровне, с тем, чтобы свести к минимуму риск принятия необоснованных решений предпринимателями. Современная практика показывает, что ошибки при выборе местоположения предприятия,

эго типоразмера приводят к низкой эффективности хозяйствования, а нередко являются причиной банкротства предприятий массового питания.

Изложенное свидетельствует об актуальности избранной темы диссертации, посвященной проблемам развития и эффективного функционирования сети предприятий массового питания в регионах в период становления рыночных отношений.

Целью диссертационного исследования является определение основных направлений и особенностей развития сети предприятий массового питания различных типов; разработка методических рекомендаций по рациональному формированию, размещению, типизации сети, эффективному функционированию предприятий в регионе.

В соответствии с поставленной целью в диссертации предложены и решены следующие задачи:

- исследовано влияние урбанизации на формирование спроса населения региона на услуги предприятий массового питания;
- изучена внутререгиональная дифференциация спроса потребителей на услуги предприятий массового питания разных типов;
- определены критерии оптимального формирования сети предприятий массового питания с учетом эффективного функционирования предприятий;
- проанализирована эффективность функционирования предприятий массового питания и соответствие параметров развития сети особенностям спроса потребителей;
- обоснованы факторы, формирующие эффективное хозяйствование предприятий массового питания в условиях рынка;

- разработаны методики оптимизации параметров развития сети предприятий массового питания в регионе.

Объектом исследования явились предприятия массового питания различных типов и форм собственности гг. Киева, Ташкента, Баку, Москвы.

Предметом исследования является процесс формирования сети предприятий массового питания региона с учетом особенностей спроса потребителей в условиях рынка.

Информационной базой исследования являются статистические данные Министерства статистики Украины, других стран СНГ, материалы финансовой и статистической отчетности предприятий массового питания, материалы личных исследований.

Теоретической и методологической основой диссертационной работы послужили законодательные акты Украины, нормативные документы, монографическая и периодическая литература по рассматриваемой проблеме.

Методы исследования. В процессе исследования использованы экономико-статистические и экономико-математические методы анализа: сравнений, группировок, динамических рядов, факторный анализ, корреляционно-регрессионный анализ, критических соотношений, технико-экономических расчетов. Реализация основных расчетов производилась на ЭВМ, что обеспечило высокую точность и достоверность полученных результатов.

Научная новизна диссертационного исследования заключается в следующем:

- уточнено значение урбанизации как социально-экономической предпосылки формирования спроса населения на услуги предпри-

- тий массового питания в период перехода к рынку ;
- определены особенности формирования сети предприятий массового питания региона в условиях реформирования экономики и становления рыночных отношений ;
 - обоснованы группы факторов, формирующие спрос населения регионов на услуги предприятий массового питания в условиях рынка ;
 - обоснована связь между оптимизацией параметров развития сети и эффективностью функционирования предприятий массового питания ;
 - сформулированы методические подходы к определению эффективности хозяйствования предприятий массового питания в условиях реформирования экономики ;
 - уточнены методические подходы к оптимизации параметров развития сети предприятий массового питания с учетом уровней принятия решений ;
 - разработана принципиально новая методика выбора рационального типа предприятия массового питания в соответствии с критерием максимизации прибыли.

Практическая значимость работы заключается в разработке методик и рекомендаций по выбору предпочтительного типа предприятий, оптимизации параметров развития сети массового питания, адресованных руководителям коммерческих структур, отдельных предприятий массового питания, органам государственного регулирования торговли. Использование предлагаемых методик и рекомендаций будет способствовать повышению обоснованности управленческих решений, более эффективному хозяйствованию пред-

приятый, росту уровня удовлетворения спроса населения на продукцию и услуги массового питания.

Апробация исследования осуществлена в процессе участия автора в выполнении научно-исследовательских работ по проблеме: "Исследовать эффективность использования сети общественного питания на промышленных предприятиях цветной металлургии и разработать предложения по корректировке нормативов ее развития с учетом специфики производства" /№ гос.рег. 01900015256/; "Исследовать организационно-технический уровень предприятий общественного питания Ферганского коопстепторга и разработать предложения по его повышению" /№ гос.рег. 01.9.10020474/; "Разработать методические рекомендации и техническое задание по совершенствованию общественного питания Керченского судостроительного завода "Залив" /№ гос.рег. 01900041598/.

Результаты исследований докладывались на научных конференциях в КТЭИ и УкрНИИТОПе в период 1990-1993 гг.

Публикации. Основные положения диссертации отражены в двух статьях общим объемом 0,6 п.л.

Съем и структура диссертации. Диссертационная работа состоит из введения, трех глав, заключения и 6 приложений. Объем текстовой части составляет 134 страницы машинописного текста, иллюстрированного 21 таблицей и 7 рисунками. Список использованной литературы включает 113 наименований.

Глава I. Методические вопросы формирования сети предприятий массового питания региона.

I.1. Роль, место и значение предприятий массового питания в удовлетворении потребностей населения региона.

1.2. Особенности формирования сети предприятий массового питания региона в период становления рынка.

Глава 2. Исследование рынка массового питания региона.

2.1. Состояние и тенденции развития рынка массового питания региона.

2.2. Анализ развития сети предприятий массового питания региона.

2.3. Особенности типизации сети и ее влияние на эффективность хозяйственной деятельности предприятий массового питания.

Глава 3. Оптимизация развития сети предприятий массового питания региона в условиях рынка.

3.1. Методические подходы к определению эффективности хозяйствования предприятий массового питания.

3.2. Оптимизация параметров развития сети предприятий массового питания региона.

3.3. Методика выбора предпочтительного типа предприятия массового питания.

СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИОННОЙ РАБОТЫ

На защиту выносятся следующие основные положения:

I. Процессы урбанизации, выражающиеся в росте удельного веса и роли городов в расселении, в распространении городского образа жизни, сопровождаются ускоренным развитием крупных городов, концентрацией в них рабочих мест, предприятий сферы услуг, в том числе массового питания. Для населения регионов - крупных городов, вследствие выполнения им трудовых функций, учебы, отдыха, совершения покупок и пр., в дневное время ха-

рактрно преимущественное пребывание вне дома. Это объективно обуславливает более высокую потребность городского населения в услугах предприятий питания, которая в условиях действия товарно-денежных отношений принимает форму спроса на услуги предприятий массового питания. Таким образом, наличие спроса населения является экономическим обоснованием развития сети предприятий массового питания, критерием их эффективного функционирования в условиях рынка.

2. Следствием процессов урбанизации является, среди прочих, объективно возрастающая потребность населения регионов в услугах предприятий массового питания, что в принципе должно обуславливать повышение потребительского спроса. Действительно, тенденция увеличения спроса имела место в условиях плановой экономики. Так, за период 1980-1988 годов численность населения, пользующегося услугами предприятий питания возросла на 29,9 %.

Увеличению спроса в рассматриваемый период способствовали следующие факторы:

- превышение темпов роста денежных доходов населения над темпами роста цен. Например, на протяжении 1960-1988 годов средняя заработная плата по народному хозяйству бывшего СССР выросла более чем в 2,7 раза, тогда как индексы цен составили по всем товарам народного потребления - 113%, а по продовольственным товарам - 122% ;
- незначительная дифференциация спроса населения на услуги предприятий общественного питания разных типов вследствие незначительной дифференциации населения по уровню жизни. Так,

если в 1988 г. средняя заработная плата превышала минимальный ее уровень приблизительно в 3 раза, то в 1993 г. это соотношение превышает 20. Поэтому в прежних условиях услуги предприятий питания оставались доступными, с точки зрения цен, практически для всех категорий потребителей;

- превышение спроса населения над предложением услуг со стороны предприятий общественного питания вследствие недостаточного развития сети предприятий. Проявлениями превышения спроса над предложением были, среди прочего, очереди во многих предприятиях, формирование неудовлетворенного спроса. Следует отметить, что превышение спроса над предложением создавало благоприятные условия для развития сети предприятий общественного питания;

- финансирование развития сети предприятий общественного питания преимущественно за счет бюджета, в основном в виде отчислений от средств, выделяемых на жилищное строительство. Средства организаций общественного питания - трестов, городских и областных управлений, как правило, использовались лишь для финансирования реконструкции или технического перевооружения действующих предприятий, развития сезонной сети.

3. На протяжении исторического развития регионов - крупных городов, на их территории объективно формировались санитарные, промышленные, рекреационные и другие функциональные зоны. Это обуславливает многочисленные, разнообразные по целям внутрирегиональные миграции населения. Кроме того, крупные города как центры расселения, являются также центрами маятниковой миграции, туризма. Поскольку пункты, привлекающие население, территориально распределяются неравномерно, в городах формиру-

ются пункты /зоны/ концентрации населения, где также концентрируется спрос, в том числе на услуги предприятий питания.

Таким образом, в регионах – крупных городах, спрос населения на услуги предприятий массового питания территориально дифференцирован. По данным исследований, максимальный объем спроса характерен для центральных планировочных зон крупных городов, благодаря концентрации в них исторических и культурных памятников, деловых и торговых центров, объектов социальной инфраструктуры, в том числе предприятий массового питания, удобному транспортному сообщению с другими функциональными зонами города. Значительно ниже объем потребительского спроса в районах с завершенным в основном жилищным строительством, относительно сформированной социальной и транспортной инфраструктурой. Минимальный спрос на услуги предприятий массового питания характерен для периферийных планировочных районов, в которых ведется интенсивное жилищное строительство, тогда как уровень развития транспортных коммуникаций, других обслуживающих систем, еще недостаточен. Территориальная дифференциация потребительского спроса логично требует дифференцированного подхода к формированию сети предприятий массового питания в регионах. Следовательно, параметры развития сети не могут быть одинаковыми в различных функциональных зонах крупных городов.

4. В настоящее время спрос на услуги предприятий массового питания значительно снизился. Такое положение является следствием неблагоприятной экономической ситуации, которая характеризуется увеличением уровня инфляции, нарушением хозяйственных связей, замедленной приватизацией государственных

предприятий. В результате многие предприятия массового питания функционируют неэффективно. Основными причинами этого являются: — значительное снижение спроса населения на услуги предприятий массового питания. С начала 1992г. вследствие освобождения цен существенно возросли цены на потребительские товары, в том числе продовольственные. Так, если еще в 1988г. средняя стоимость покупки в кафе, столовой II наценочной категории не превышала 60-70 копеек, или 1% от минимальной заработной платы, то, согласно нашим исследованиям; в декабре 1992г. она составляла уже 200-250 крб., или 10% от минимального уровня заработной платы. Вследствие этого большинство потребителей вынуждены полностью либо частично отказываться от услуг предприятий массового питания;

— углубление дифференциации населения с точки зрения спроса на услуги предприятий массового питания различных типов в зависимости от уровня доходов, то есть сегментации рынка массового питания. В принципе сегментация рынка является объективным процессом. Однако, следует отметить, что рыночные сегменты в развитых странах формируются не только под влиянием факторов благосостояния населения, но и, например, пола, возраста, социальных и других факторов. К сожалению, в настоящее время в Украине сегментация рынка массового питания в значительной степени обусловлена экономическими факторами. Вследствие этого отдельные категории населения вынуждены ограничивать частоту обращений к услугам предприятий массового питания. Так например, стоимость услуг ресторанов, по данным наших исследований, в январе-марте 1993г. составляла не менее 2-2,5 тыс.крб., т.е. при-

близительно 50% от минимальной заработной платы. Разумеется это превышает финансовые возможности студентов, пенсионеров, многих рабочих и служащих;

- превышение предложения услуг предприятиями массового питания над спросом населения. Такая ситуация не является следствием развития сети предприятий массового питания, она обусловлена значительным снижением спроса на их услуги. Так, если в 1987-1988 гг. по данным исследований ВНИИИКа, хотели бы пользоваться общественным питанием при условии повышения качества продукции и услуг в 3-5 раз больше потребителей по сравнению с фактическим уровнем, то сегодня речь идет о финансовой несостоятельности многих потребителей оплачивать услуги предприятий массового питания.

Само по себе превышение предложения над спросом правомерно рассматривать как позитивное явление, поскольку при этом отсутствуют предпосылки для формирования неудовлетворенного спроса, стимулируется конкуренция, создаются условия для повышения эффективности и качества работы. Однако в современных условиях из-за недостаточного спроса на услуги предприятий массового питания, многие из них находятся на пороге банкротства, диверсифицируются.

5. Наличие спроса населения на внедомашнее питание обуславливает необходимость развития сети предприятий массового питания. Сеть предприятий массового питания обычно классифицирует по двум признакам: с точки зрения контингента потребителей /размещения/ различает предприятия городского уровня и уровня жилого района; по типу - рестораны, кафе, закусочные и т.д.

В результате наших исследований установлено, что наиболее эффективно функционируют предприятия городского уровня, прежде всего расположенные вблизи крупных пунктов концентрации населения /табл. I/.

Таблица I

Эффективность использования сети предприятий
массового питания в зависимости от их размещения

| Мощность пункта концен- трации населения за день, тыс. чел. | Количество обследо- ванных пунктов в группе, ед. | Дневной товаробо- рот городской сети на место, тыс. крб. |
|---|--|--|
| 5-50 | 15 | 2,2 |
| 51-100 | 12 | 3,1 |
| 101-200 | 17 | 4,5 |
| св. 200 | 5 | 3,7 |

Расчитано по данным исследований декабря 1992 г.

6. Одним из важнейших факторов, влияющих на эффективность хозяйствования, является тип предприятия массового питания. Так, по данным наших исследований, наибольшим спросом потребителей в центральных зонах крупных городов пользуются услугами ресторанов и кафе. При этом более эффективно функционируют крупные предприятия /вместимостью 200 мест и более/. Например, для Киева зависимость между анализируемыми показателями имеет вид следующей регрессионной модели: $Y = 1,736 + 0,036X$, где Y - дневной товароборот ресторана на место, тыс. крб; X - число мест. Характерно, что эта зависимость для ресторанов, расположенных вне центральной планировочной зоны имеет противоположный характер - $Y = 1,739 - 0,020X$, что свидетельствует о предпочтительности сравнительно небольших предприятий /до 150-200 мест/.

7. В период формирования рыночных отношений эффективность функционирования предприятий массового питания зависит от разнообразных факторов, которые, по нашему мнению, целесообразно классифицировать с точки зрения их отношения к предприятиям на факторы внешней и внутренней среды.

К факторам первой группы относятся:

- государственная политика в сфере экономики, предпринимательства: законодательная деятельность, влияние на условия хозяйствования субъектов предпринимательства путем установления налоговых ставок, регулирования цен, ограничения фондов потребления и пр. Для предприятий массового питания, которые отнесены к коммунальной собственности, важное значение имеют отношения с территориальными органами государственного управления. От органов местной власти зависит решение вопросов приватизации предприятий, развития сети, налогообложения и др. Поэтому политика местных органов государственного управления по отношению к предпринимательству, в том числе в сфере массового питания, в значительной степени формирует эффективность функционирования предприятий массового питания;

- состояние потребительского рынка. Потребители ожидают от предприятий массового питания широкого предложения продукции и услуг, высокой культуры обслуживания по приемлемым ценам. Однако в условиях экономического кризиса не все ожидания потребителей могут быть реализованы. Фактически сегодня ожидания потребителей оправдывают лишь те предприятия массового питания, которые ориентированы на предоставление услуг наиболее состоятельной части населения;

- отношение общественности к предприятиям массового питания вообще и к каждому конкретному предприятию. Следует отметить, что часть потребителей выражает нередко справедливые сомнения в способности предприятий массового питания обеспечить высокую культуру и качество обслуживания. Разумеется, такое отношение не способствует увеличению спроса потребителей. Те предприятия массового питания, которые на протяжении длительного периода обеспечивают высокую культуру и качество обслуживания, пользуются хорошим отношением к себе общественности, что положительно влияет на эффективность их деятельности. Об этом свидетельствуют результаты наших исследований в ряде ресторанов Киева, проведенных в марте-апреле 1992г. /табл.2/.

Таблица 2
Функционирования ресторанов в зависимости
от индекса предпочтения

| Рестораны | Индекс предпочтения / в % от числа опрошен- ных / | Средняя загрузка зала, % |
|----------------|---|-----------------------------|
| Русь | 38 | 54 |
| Золотые ворота | 20 | 43 |
| Столичный | 18 | 48 |
| Братислава | 15 | 35 |
| Верховина | 9 | 27 |

Данные таблицы свидетельствуют о связи между отношением общественности к предприятию массового питания и спросом на его услуги, который в значительной мере обуславливает эффективность хозяйствования;

- уровень развития инфраструктуры массового питания. Предприятия массового питания зависят от хозяйственных связей с поставщиками сырья и продовольственных товаров, оборудования и предметов материально-технического обеспечения, автотранспортными, ремонтно-монтажными, ремонтно-строительными, рекламными предприятиями. Следует отметить, что в настоящее время значительно возросли цены на поставляемую продукцию, тарифы на транспортные услуги, ремонтные работы и пр. Кроме того, вследствие инфляции, предприятия массового питания зачастую вынуждены оплачивать коммунальные и другие услуги путем предоплаты, что негативно сказывается на их эффективности. В целом современный уровень развития инфраструктуры не способствует эффективному функционированию предприятий массового питания;

- уровень развития инфраструктуры рынка, прежде всего финансовых институтов: банков, фондовой биржи, инвестиционных компаний и т.п. В настоящее время инфраструктура рынка на Украине находится в стадии формирования. Поэтому предприятия массового питания сталкиваются с трудностями в вопросах кредитования, привлечения инвестиций, страхования предпринимательского риска и пр., а это негативно влияет на эффективность их функционирования.

Таким образом, факторы внешней среды в значительной степени обуславливают эффективность хозяйствования предприятий массового питания. При этом предприятия практически не способны оказывать существенное влияние на поведение внешних субъектов предпринимательской деятельности. Речь может идти лишь об адаптации предприятий массового питания к экономическим усло-

виям переходного периода.

8. Среди факторов внутренней среды, в наибольшей степени оказывают влияние на эффективность функционирования предприятий массового питания следующие:

- неопределенность вопросов собственности, что препятствует формированию дееспособной системы управления предприятиями. Как известно, в настоящее время преобладающая часть предприятий массового питания Украины коммерциализована, то есть предприятия обладают хозяйственной самостоятельностью, оставаясь собственностью государства. В результате руководители предприятий имеют возможность практически бесконтрольно принимать хозяйственные решения, которые естественно, не всегда являются оптимальными. Кроме того, руководители и персонал коммерциализованных предприятий часто не уверены в том, что станут их собственниками. Вследствие этого, текущая хозяйственная деятельность чаще всего направлена на достижение краткосрочных, тактических целей, тогда как долгосрочная стратегия нередко вообще не разрабатывается. По нашему мнению, скорейшая приватизация предприятий массового питания, среди прочего, будет способствовать формированию системы управления, способной принимать оптимальные решения в части повышения эффективности хозяйственной деятельности;

- параметры развития сети и отдельных предприятий массового питания. Как показывает практика, во многих случаях неэффективное функционирование предприятий массового питания обусловлено их неправильным размещением, нерациональным определением типа, вместимости и т.п.

9. На протяжении последних десятилетий планирование развития сети предприятий массового питания осуществлялось путем разработки и реализации Генеральных схем развития и размещения сети в составе генпланов городов. Следует отметить, что решения о развитии сети и определении ее параметров принимались централизованно, для региона в целом, и поэтому были не всегда оптимальными.

Существует мнение, что в условиях рынка вообще не следует планировать развитие сети предприятий массового питания, каким-либо образом регулировать параметры ее развития, поскольку эти вопросы должны самостоятельно решать предприниматели в зависимости от ожидаемой прибыли, других факторов. Однако, такая точка зрения не учитывает планомерного развития городов. Как известно, застройка городов производится не хаотично, а в соответствии с генпланами. Поэтому, если на стадии разработки генплана города не предусмотреть выделение земельных участков для предприятий массового питания, развитие сети будет связано в основном лишь с сезонными предприятиями, использованием первых этажей зданий и т.п. Естественно, этого будет недостаточно для удовлетворения спроса потребителей.

Таким образом, планирование развития сети предприятий массового питания на региональном уровне /город, район/ является обязательным. Другой вопрос, что не все параметры развития сети целесообразно определять централизованно. Разработанная в диссертации методика оптимизации параметров развития сети предприятий массового питания предусматривает двухуровневый подход к определению параметров развития сети.

На уровне региона централизованно следует определять такие параметры развития сети:

- потребность региона в сети предприятий массового питания. Эта потребность может быть определена для городов - нормативным методом; для планировочных районов городов - с помощью дифференцированных нормативов;
- определения на плане региона пунктов, в которых целесообразно размещение предприятий массового питания;
- определение мощности сети, которая соответствует реально сложившемуся спросу населения региона на услуги предприятий массового питания.

В современных условиях реальный спрос населения существенно ниже не только нормативной, но и фактической мощности развития сети предприятий массового питания. Действующие предприятия дифференцированы в зависимости от их эффективности - от высокорентабельных до стоящих на пороге банкротства. Поэтому важно не только сохранить достигнутый уровень развития сети, но и обеспечить условия для ее дальнейшего развития в будущем. Это требует регулирующего воздействия со стороны органов государственного управления, основными элементами которого, на наш взгляд, должны являться:

- содействие приватизации предприятий массового питания. Отметим, что большинство рентабельных предприятий арендованы трудовыми коллективами, которые очевидно станут их собственниками. Малорентабельные предприятия целесообразно приватизировать путем конкурсной /аукционной/ продажи. Во всех случаях необходимо предусмотреть неизменность профиля предприятий /предоставле-

ние услуг массового питания/ в течение минимум 3-5 лет;

- освобождение от налогообложения средств, направляемых мало- рентабельными предприятиями на переспециализацию, реконструкцию, техническое перевооружение;
- содействие предприятиям массового питания в развитии сезон- ной сети, лоточной торговли и т.п.;
- разрешение предприятиям массового питания осуществлять, поми- ме основных функций, другие виды предпринимательской деятель- ности;
- содействие предприятиям массового питания в получении льгот- ных кредитов в рамках целевых программ социально-экономического развития регионов;
- снижение ставок арендной платы на землю, освобождение от мес- тных налогов и сборов.

10. Определение ассортимента продукции, форм и методов об- служивания потребителей, вместимости предприятий массового пита- ния являются прерогативой их собственников или руководителей. Для более обоснованного принятия решений по вопросам определе- ния типа и вместимости предприятий, предприниматели должны быть вооружены научно обоснованными методическими подходами. Предло- женная в диссертации методика выбора типа предприятия массового питания предусматривает три этапа:

I/ анализ потребительского рынка массового питания в районе размещения предприятия. Целью анализа является определение сред- недневной численности потребителей, которые реально предъявля- ют спрос на услуги предприятий массового питания различных ти- пов;

2/ определение условий безубыточности предприятий массового питания различных типов в районе размещения предприятия. В основе второго этапа лежат следующие допущения:

- каждый тип предприятий массового питания характеризуется определенным набором продукции и услуг, которые пользуются спросом у преобладающего числа потребителей. Следовательно, для определения товарооборота предприятия достаточно стоимость комплексной услуги умножить на среднедневное количество потребителей;

- зависимость между прибыльностью и объемом реализации в предприятиях массового питания может быть определена методом критических соотношений, который позволяет также определить дневное количество потребителей, достаточное для безубыточной работы. Например, согласно нашим расчетам, в феврале-марте 1993г. в Киеве сложились следующие условия безубыточности для предприятий массового питания различных типов вместимостью 100 мест. Так для ресторанов оно составляло - 0,5, для кафе, закусочных и столовых соответственно 0,8-0,9; 1,2; 2,3-2,4;

3/ на третьем этапе следует сопоставить численность потенциальных потребителей по каждому типу предприятий массового питания с расчетными условиями безубыточности. Если численность потенциальных потребителей превышает условия безубыточности, то данный тип предприятия массового питания способен эффективно функционировать. В тех случаях, когда в рассматриваемом районе способны безубыточно функционировать два или более типов предприятий, решение целесообразно принимать по критерию максимизации прибыли.

Предложенная методика выбора типа предприятия массового питания будет полезна предпринимательским структурам, органам государственного регулирования, коммерческим банкам, инвестиционным и трастовым компаниям.

Использование предложенных в диссертации методик будет способствовать повышению эффективности предприятий массового питания в регионах, оптимальному и научно обоснованному развитию сети.

Основные положения диссертационной работы опубликованы в следующих работах:

1/ Общественное питание: рационализация структуры и повышение эффективности использования сети его предприятий в крупном регионе в условиях рыночных отношений //Общественное питание и экономическая реформа. Сб. науч. тр. /Киев, торг.-экон. ин-т. 1992. - С.31.

2/ Проблема эффективности предприятий общественного питания в условиях рынка //Общественное питание в условиях коммерциализации и приватизации. Сб. науч. тр. / Киев. торг.-экон. ин-т, 1994. - С.134 /в соавторстве/.

Подписано к печати " 25 " марта 1994 г. Уч. изд. л. - 1,0

Заказ № 48 . Тираж 85 экз.

Ротапринтный участок УГНИИМВЭИ, март 1994 г.

AB 29.919