

Антонова Валерия Анатольевна,
кандидат экономических наук, доцент кафедры гостиничного и ресторанного дела Донецкого национального университета экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского, г. Донецк
lera06@i.ua



Ресторанный бизнес: дефиниции и место в инфраструктуре торгово-производственного комплекса

Аннотация. В статье рассматривается содержание термина «ресторанный бизнес» исходя из анализа используемых формулировок в экономической литературе. Обосновывается необходимость дефиниции ресторанного бизнеса в авторской редакции, и определяется его место в инфраструктуре торгово-производственного комплекса с учетом специфических особенностей деятельности данного сектора экономики.

Ключевые слова: ресторанный бизнес, специфика ресторанного бизнеса, торгово-производственный комплекс, сфера услуг, производственная сфера, бизнес-деятельность.

Раздел: (04) экономика.

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. Особые условия, которые сложились в последнее время на востоке страны, не снижают актуальности и значимости исследований о месте ресторанного бизнеса в инфраструктуре торгово-производственного комплекса, необходимости рассмотрения его как самостоятельной отрасли экономики и отражения в статистической отчетности под названием «ресторанный бизнес».

В литературе и в повседневной жизни мы сталкиваемся с большим количеством определений, которыми обозначают сферу питания: общественное питание, ресторанное хозяйство, рынок предприятий питания, ресторанный бизнес. И это далеко не полный перечень. Однако нормативными являются только два: «общественное питание» (ДСТУ 3862-99. Громадське харчування. Терміни та визначення) и «ресторанное хозяйство» (ДСТУ 4281: 2004. Заклади ресторанного господарства. Класифікація) [1, 2]. Все разнообразие терминов используется в качестве синонимов термина «ресторанное хозяйство». Однако такое их применение, с нашей точки зрения, является необоснованным в силу того, что каждый из них несет свое конкретное содержание.

Бизнес-деятельность была невозможна в условиях жесткой централизованной плановой системы, и в таких условиях предприятия занимались именно хозяйственной деятельностью. Однако термин «ресторанное хозяйство», закрепленный нормативным документом, и до настоящего времени предполагает удовлетворение потребностей потребителей только в услугах питания, что сужает значение данного сектора экономики. В современных условиях наиболее целесообразно оперировать термином «ресторанный бизнес», который в большей степени соответствует 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 различных факторов и

предъявляемого спроса). Однако среди специалистов, которые заняты подготовкой кадров для этой сферы деятельности, сложилось достаточно ограниченное восприятие ресторанного бизнеса как интегрированной сферы предпринимательской деятельности, связанной с организацией производства и управлением ресторана и направленной на удовлетворение потребностей населения в разнообразной, здоровой и вкусной пище, сервисных услугах, а также на получение прибыли. В качестве объекта ресторанного бизнеса выступает ресторан, а в качестве субъекта – ресторатор.

Отдельные открытые бизнес-порталы пользуются одинаковыми определениями термина и предлагают своим пользователям под ресторанным бизнесом понимать «организацию такого вида обслуживания, которое обеспечивает клиента едой и напитками в специально отведенном для этого месте и отвечает основным гигиеническим и законодательным требованиям» [3, 4], что явно сужает сущность самого ресторанного бизнеса

Почти аналогичным образом определяет ресторанный бизнес экономист В. В. Тымчук: «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 и законодательным нормам и имеет целью получение прибыли предпринимателем» [5].

В дефиниции В. В. Бородиной мы находим определенные отличия от приведенных ранее определений: «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» [6]. Однако данное определение не является исчерпывающим, так как не охватывает одну из базовых составляющих ресторанного бизнеса, а именно 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» [7].

Однако все приведенные дефиниции термина «ресторанный бизнес» не являются исчерпывающими и не отражают специфику данного сектора экономики. Ресторанный бизнес (бизнес-деятельность) отличает то, что одновременно удовлетворяются потребности 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 бізнес – це вид економічної діяльності по виконанню соціального замовлення у вигляді послуг з найбільш повного задоволенню потреб у харчуванні різних соціальних груп населення з метою реалізації місії підприємства по стійкому розвитку в матеріальній і нематеріальній формі, регулюванню грошових потоків, фінансовому забезпеченню, у відтворенні робочої сили на основі узгодження інтересів всіх ринкових суб'єктів» [8].

Становление торгово-производственного комплекса (ТПК) региона (либо страны в целом) в особых кризисных условиях обуславливает необходимость рассматривать его в качестве объекта, имеющего открытый характер, определенную самостоятельность, целостность и одновременно влияющего на экономическое развитие региона в первую очередь и экономику страны в целом.

В любой области, независимо от политических, экономических и других важных факторов, перед социальной инфраструктурой сохраняется глобальная задача – более полное удовлетворение многообразных, постоянно изменяющихся потребностей и создание условий для всестороннего развития личности, а также формирования человека «творческого». Для успешного достижения отмеченной цели необходимо эффективное развитие отраслей сферы услуг.

В работах К. Маркса мы находим подтверждение тому, что некорректно сферу услуг отождествлять только с непроизводительным трудом. Рассматривая ее, он часто указывал на наличие здесь именно производительного характера труда. К. Маркс относил к непроизводительному труду лишь те затраты, которые не только не создавали новой стоимости, но и не увеличивали ее. Многие экономисты ставили знак равенства между понятиями «сфера услуг» и «непроизводственная сфера» (Г. В. Сапов, И. И. Столяров, Е. И. Капустин и др.). Однако эти понятия совсем не идентичны. Сфера услуг охватывает ряд отраслей материального производства. Одновременно не все отрасли непроизводственной сферы являются составными элементами сферы услуг. Например, специалисты по материально-техническому снабжению, сбыту занимаются практически только обслуживанием в основном производственных отраслей. Поэтому понятие сферы услуг гораздо шире просто непроизводственной сферы [9].

В зависимости от роли в процессе воспроизводства, от характера удовлетворения потребностей сферы деятельности объединяются в 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.

Разумеется, такое деление 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 деления обусловлена и 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» как отраслями материального производства (производственные виды бытового обслуживания, розничная торговля, предприятия ресторанного бизнеса), так и тем комплексом отраслей (сфер), которые полностью относятся к сфере услуг. Во-вторых, отрасли материально-бытового обслуживания населения являются преимущественно платными. Группа социально-культурных отраслей продолжает развиваться и сейчас в основном за счет общественных фондов потребления, образуя материальную основу реализации основных социально-экономических прав граждан Украины.

Как следует из сказанного выше, сфера услуг включает отрасли, обслуживающие личное потребление, быт людей, удовлетворяет широкий круг материальных и духовных потребностей человека и в силу этого является совершенно необходимой для обеспечения всестороннего развития личности, воспроизводства рабочей силы. Таким образом, наш вывод подтверждает точку зрения академика Л. Канторовича [10].

Это позволяет рассматривать сферу услуг как группу отраслей материального и нематериального производства (отраслей народного хозяйства), обслуживающих личное потребление материальных и духовных услуг, неотъемлемым структурным элементом которой являются предприятия ресторанного бизнеса.

Производство материальных благ действительно выступает основным условием, без которого не может существовать ни одно общество. В числе неотъемлемых составляющих материальной жизни людей и эффективного экономического развития на первый план выходит 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, его способности к физической и умственной деятельности, отражается на состоянии здоровья и продолжительности жизни, на производительности труда и эффективности экономического развития государства в целом.

Деятельность по организации питания как особая форма внедомашнего приготовления и потребления пищи занимает особое положение в системе расширенного воспроизводства. Функционирование предприятий питания связано с выполнением всех фаз воспроизводства: материального производства, распределения (обращение, обмен, реализация) продуктов труда и потребления (продукции и услуг). Однако в последнее время совершенно забыли о такой важной функции, как воспитание потребителей. Без этой функции деятельность будет сводиться просто к производству, реализации, потреблению продукции и услуг, тогда как сам процесс предоставления услуг, сервировка стола определенными предметами, подача блюд и соответствующих им напитков и т. п. – все это способствует воспитанию у потребителей определенных правил этикета и этики поведения, что способствует гармоничному развитию члена общества.

Основным назначением предприятий питания было и остается предоставление услуг по организации рационального 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, тем самым создаются условия для начала нового производства. Таким образом, выступая составной частью заключительной фазы воспроизводства, предприятия питания имеют 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 производит для него продукт, пробуждает в потребителе потребность, обуславливает занятость рабочей силы. Потребление, используя произведенные продукты труда, превращает их, во-первых, в предметы потребления; во-вторых, их расходование в потреблении создает необходимость в новом производстве продуктов взамен 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 различия 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.

По мере развития и совершенствования ресторанного бизнеса роль организации потребления постоянно возрастает. Совершенствование деятельности исследуемой сферы неразрывно связано с дальнейшим углублением процесса разделения труда.

Ресторанный сектор экономики выступает специфической сферой деятельности. По-прежнему остается дискуссионным и открытым вопрос о его месте в системе

народного хозяйства. Исследования по данной проблеме проводились экономистами СНГ: Л. П. Басковым, Бок Зи Коу, В. И. Карсекиным, А. И. Кочергой, В. Р. Мартыновым, Б. Г. Шелегедой и др.

В условиях отраслевого подразделения предприятий предлагалось осуществлять группировку предприятий розничной торговли и в их числе предприятий питания по видам деятельности (производство, реализация и организация потребления). При этом предприятия питания были отнесены к сфере материально-бытового обслуживания.

По мнению ученых [11–13], в деятельности предприятий питания основная масса работников занята обслуживающей деятельностью. Поэтому их относили к непроизводственной сфере.

Однако отнесение предприятий ресторанного бизнеса к производственной или непроизводственной сфере целесообразно при оценке степени их участия в воспроизводстве совокупного общественного продукта и национального дохода, а также характера труда работников данной сферы деятельности.

Конечным результатом труда работников ресторанного сектора выступает новая потребительная стоимость – произведенная продукция и услуги, реализуя которые они возмещают все затраты и материализуют содержащийся в ней прибавочный продукт. Таким образом, невещественный характер труда работников предприятий питания, аналогичный вещественному характеру работников предприятий пищевой промышленности, позволяет рассматривать труд как производительный. В самой основе производственно-торгового процесса на предприятиях ресторанного бизнеса лежат те же формы кругооборота производственных фондов, что и на предприятиях пищевой промышленности и других группах предприятий сферы материального производства.

По мнению В. Р. Мартынова, «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» [14].

Большая группа ученых еще в 20–30-е гг. выдвинула так называемую расширительную концепцию производительного труда, смысл которой заключается в признании производительным трудом всех видов деятельности, направленных на удовлетворение разумных личных и общественных потребностей в обществе. Главный идеолог этой концепции С. Г. Струмилин так 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» [15]. Точку зрения С. Г. Струмилины в те годы разделяли Д. Розенберг, П. Москвин и др.

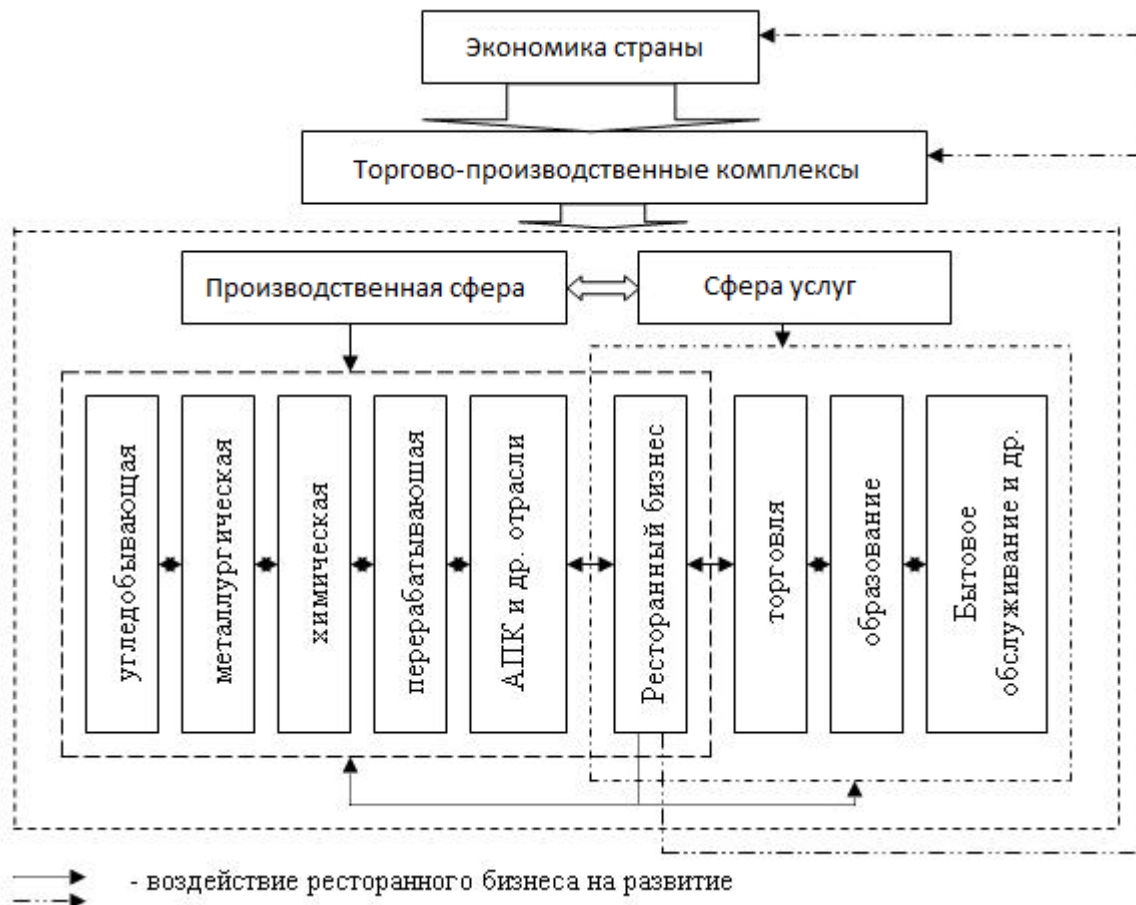
Совершенно иное положение выдвинуто экономистом А. И. Кочергой: «И почему, например, в общественном питании взята только группа работников кухни? А ведь труд тех же буфетчиков на 70–80% производительный, так как часто он связан с изготовлением и подготовкой товара к продаже. Производительную функцию выполняют те же уборщицы, складские работники и т. д. По нашим расчетам, 80–90% работников общественного питания (в зависимости от типа предприятия) выполняют производительные функции» [16].

По расчетам Д. И. Правдина, в 70-х гг. XX столетия в промышленности 14,3% работающих выполняли непроизводительные функции, а на предприятиях питания – более 50% [17]. В современных условиях доля непроизводительного труда во всех

отраслях народного хозяйства продолжает увеличиваться в силу интенсификации НТП и использования высокопроизводительного оборудования, механизированных и автоматизированных линий, новых видов техники и технологий на предприятиях.

Относительно деятельности предприятий ресторанного бизнеса следует отметить: а) труд работников производственной группы имеет в большинстве своем вещественную форму, потому что материализуется в новых потребительных стоимостях; б) труд работников зала и торговой группы выражается полезной деятельностью по организации реализации и организации потребления готовой продукции, что является материальной услугой.

Таким образом, исходя из целевого назначения предприятий питания, характера труда и выполняемых функций, их следует рассматривать как самостоятельный структурный элемент сферы услуг, воздействующий на развитие и результативность деятельности всех без исключения отраслей экономики (см. рисунок), а предоставление материальных услуг потребителям является отличительным признаком деятельности предприятий питания.



*Ресторанный бизнес: место в инфраструктуре ТПК и экономическом развитии Украины
 (разработано автором на основании исследования)*

Таким образом, социальный и экономический успех ресторанной бизнес-деятельности во многом зависит от степени гармонизации интересов его участников с учетом воздействия динамичных факторов среды. Поскольку предприятия ресторанного бизнеса являются важным неотъемлемым элементом сферы услуг и одновременно самостоятельной отраслью, то анализ их деятельности и развития следует осуществлять во взаимосвязи с этой сферой и через призму рыночных трансформаций и кризисных явлений.

При обосновании и прогнозировании стратегических направлений развития ресторанного бизнеса обязательным условием должен стать учет требований полноценного и рационального питания, что позволит устранить причины негативного влияния кризисных ситуаций на здоровье и дееспособность нации в целом и будет способствовать повышению социально-экономической эффективности всех без исключения секторов экономики. Для этого необходим действенный механизм стратегического управления развитием данной отрасли национального хозяйства.

Ссылки на источники

1. ДСТУ 3862-99. Громадське харчування. Терміни та визначення. – Київ: Держспоживстандарт України, 1999. – 29 с.
2. ДСТУ 4281: 2004. Заклади ресторанного господарства. Класифікація. – Київ: Держспоживстандарт України. – 24 с.
3. Информационный бизнес-портал. – URL: <http://market-pages.ru/marusl/14.html>.
4. Валовая экономика (образовательный портал). – URL: <http://www.grosseconomic.ru/>.
5. Тымчук В. В. Предпринимательские решения в развитии ресторанного бизнеса (на примере Санкт-Петербурга): автореф. дис. ... канд. экон. наук. – СПб., 2006. – С. 10. – URL: <http://economy-lib.com/predprinimatelskie-resheniya-v-razvitii-restorannogo-biznesa#ixzz3pOMJNRfq>.
6. Бородина В. В. Маркетинг услуг. – М.: Гардарики, 2004. – С. 371.
7. Жидков И. Е. Формирование и развитие рынка услуг ресторанного бизнеса в экономике России): автореф. дис. ... канд. экон. наук. – Тамбов, 2003. – С. 8.
8. Антонова В. А. Ресторанный бизнес в экономическом развитии Украины // Экономическая стратегия и перспективы развития сферы торговли та послуг: збірник наукових праць. – Харків: ХДУХТ, 2010. – Вип. 1(11). – С. 598.
9. Антонова В. А. Стратегическое развитие ресторанного бизнеса: теория и методология исследования: монография. – Донецк: ДонНУЭТ, 2008. – С. 40–45.
10. Канторович Л. Сфера обслуживания и наука // Правда. – 1967. – 20 марта.
11. Правдин Д. И. Развитие непромышленной сферы при социализме (темпы, пропорции, перспективы). – М.: Экономика, 1976. – С. 25.
12. Семенов В. С. Сфера обслуживания и ее работники. – М.: Изд-во полит. лит., 1966. – С. 22.
13. Семенов В. С. Сфера обслуживания населения при социализме. – М.: Мысль, 1968. – С. 21.
14. Мартынов В. Р. Общественное питание: резервы эффективности. – М.: Экономика, 1985. – С. 7, 12.
15. Струмилин С. Г. Народный доход СССР // Плановое хозяйство. – 1926. – № 8. – С. 145.
16. Кочерга А. И. Экономические проблемы общественного питания: монография. – М.: Экономика, 1972. – С. 50–51.
17. Правдин Д. И. Указ. соч. – С. 30, 39.

Valeriya Antonova,

Candidate of Economic Sciences, Assistant Professor at the chair of Hotel and Restaurant Business, Donetsk National University of Economics and Trade after Mikhail Tugan-Baranovsky, Donetsk
lera06@i.ua

Restaurant business: definitions and place in infrastructure of trade industrial complex

Abstract. The paper discusses the meaning of the term "restaurant business" based on the analysis of the language used in the economic literature. The necessity of definition of the restaurant business in author's edition and is determined by its place in the infrastructure of commercial and industrial complex on the basis of specific features of the sector of the economy.

Keywords: restaurant business, the specifics of restaurant business, trade-industrial complex, services sector, production sphere, business activities.

References

1. (1999). *DSTU 3862-99. Gromads'ke harchuvannja. Termini ta viznachennja*, Derspozhi-vstandart Ukraïni, Kïiv, 29 p. (in Ukrainian).
2. DSTU 4281: 2004. *Zakladi restorannogo gospodarstva. Klasifikacija*, Derspozhi-vstandart Ukraïni, Kïiv, 24 p. (in Ukrainian).
3. *Informacionnyj biznes-portal*. Available at: <http://market-pages.ru/marusl/14.html> (in Russian).
4. *Valovaja jekonomika (obrazovatel'nyj portal)*. Available at: <http://www.grosseconomic.ru/> (in Russian).

5. Tymchuk, V. V. (2006). *Predprinimatel'skie reshenija v razvitii restorannogo biznesa (na primere Sankt-Peterburga): avtoref. dis. ... kand. jekon. nauk*, St. Petersburg, p. 10. Available at: <http://economy-lib.com/predprinimatelskie-resheniya-v-razvitii-restorannogo-biznesa#ixzz3pOMJNRfq> (in Russian).
6. Borodina, V. V. (2004). *Marketing uslug*, Gardarika, Moscow, p. 371 (in Russian).
7. Zhidkov, I. E. (2003). *Formirovanie i razvitie rynka uslug restorannogo biznesa v jekonomike Rossii): avtoref. dis. ... kand. jekon. nauk*, Tambov, p. 8 (in Russian).
8. Antonova, V. A. (2010). "Restorannij biznes v ekonomichnomu rozvitku Ukraïni", *Ekonomichna strategija i perspektivi rozvitku sferi torgivli ta poslug: zbirnik naukovih prac'*, HDUHT, Harkiv, vip. 1(11), p. 598 (in Ukrainian).
9. Antonova, V. A. (2008). *Strategicheskoe razvitie restorannogo biznesa: teorija i metodologija issledovanija: monografija*, DonNUJeT, Doneck, pp. 40–45 (in Russian).
10. Kantorovich, L. (1967). "Sfera obsluzhivaniya i nauka", *Pravda*, 20 marta (in Russian).
11. Pravdin, D. I. (1976). *Razvitie neproizvodstvennoj sfery pri socializme (tempy, proporcii, perspektivy)*, Jekonomika, Moscow, p. 25 (in Russian).
12. Semenov, V. S. (1966). *Sfera obsluzhivaniya i ee rabotniki*, Izd-vo polit. lit., Moscow, p. 22 (in Russian).
13. Semenov, V. S. (1968). *Sfera obsluzhivaniya naselenija pri socializme*, Mysl', Moscow, p. 21 (in Russian).
14. Martynov, V. R. (1985). *Obshhestvennoe pitanie: rezervy jeffektivnosti*, Jekonomika, Moscow, p. 7, 12 (in Russian).
15. Strumilin, S. G. (1926). "Narodnyj dohod SSSR", *Planovoe hozjajstvo*, № 8, p. 145 (in Russian).
16. Kocherga, A. I. (1972). *Jekonomicheskie problemy obshhestvennogo pitaniya: monografija*, Jekonomika, Moscow, pp. 50–51 (in Russian).
17. Pravdin, D. I. (1976). Op. cit., p. 30, 39.

Рекомендовано к публикации:

Горевым П. М., кандидатом педагогических наук,
 главным редактором журнала «Концепт»

| | | | |
|---|----------|--|----------|
| Поступила в редакцию <i>Received</i> | 03.11.15 | Получена положительная рецензия <i>Received a positive review</i> | 05.11.15 |
| Принята к публикации <i>Accepted for publication</i> | 05.11.15 | Опубликована <i>Published</i> | 30.12.15 |



www.e-koncept.ru

© Концепт, научно-методический электронный журнал, 2015
 © Антонова В. А., 2015