

УДК 338.4

Кіреєва К.Р.¹, Журавльова С.М.²

¹ студ. гр. МТЕ-410 НУ «Запорізька політехніка»

² канд. екон. наук, доц. НУ «Запорізька політехніка»

СУЧАСНИЙ СТАН РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

Ресторанне господарство надає значну кількість робочих місць, допомагаючи вирішувати проблему безробіття. Заклади ресторанного типу користуються великою популярністю серед широких верств населення, що вимагає постійного вдосконалення ресторанного сервісу. Ресторани повинні задовольняти потреби і бажання людей. У кожної людини повинен бути вибір, тому конкуренція серед ресторанів – це головна мотивація до розвитку і досконалості.

У всьому цивілізованому світі ресторане господарство є одним із найбільш розповсюджених видів малого бізнесу, тому між закладами та підприємствами постійно існує боротьба за оптимальне позиціонування на ринку та найбільш перспективні його сегменти; за пошук нових та утримання постійних клієнтів.

Проаналізувавши сучасні тенденції розвитку ресторанного господарства в Україні, можна стверджувати, що останнім часом з'явилися так звані вільні або креативні простори, які часто називають себе «коворкінгами», «некафе» або «smart safe». Вони можуть розташовуватися в центрі міста або в офісних центрах. Основна концепція таких закладів – безкоштовно все, крім часу. Ці заклади працюють за системою «все включено» (відвідувач платить не за їжу та напої, а за час) і являють собою нерухомість нового формату, яка спеціально пристосована для фрілансерів, стартаперів, ІТ-підприємців та маркетологів. Коворкінг – це модель роботи, коли працівники залишаються вільними і незалежними, і використовують вільний простір для своєї діяльності. Займатися своїми справами вони можуть у коворкінг-центрах або у креативних просторах, винайнявши робоче місце на місяць, день або декілька хвилин.

Останнім часом поряд з традиційними повносервісними ресторанами з'явилися спеціалізовані підприємства зі скороченим набором пропонованих послуг і страв. Спеціалізація їх може бути різноманітною. Ресторани можуть спеціалізуватися, як правило, на приготуванні національних страв, вечерь, сніданків. Поширення набувають в Україні ресторани швидкого обслуговування, які спеціалізуються на гамбургерах і смаженій картоплі («McDonald's»), піци («Pizza Hut», «Domino», «Little Caesar»), біфштексах («Sizzler»), морепродуктах («Red Lobster»), сендвічах («Subway»). Особливо актуальними є тематичні ресторани, переважно такі ресторанні господарства

пропонують обмежену кількість страв, але зосереджуються на створенні відповідного настрою та атмосфери.

Ресторанне господарство в Україні – одна з небагатьох сфер, де ініціаторами проєктів є в т.ч. іноземці, вони вже навчилися у себе на батьківщині вести такий бізнес і приходять в Україну з солідними інвестиціями, з чітким розумінням того, яким повинен бути їх бізнес, впроваджують власні готові рішення і ноу-хау, перш за все це стосується інтер'єру, меню і технологічних карт. Але нові учасники ринку ресторанного бізнесу намагаються менше інвестувати в ресторанне господарство і прагнуть якомога швидше окупити свої інвестиції, тому попитом користуються формати, які не вимагають великих капіталовкладень.

В останні роки конкурентна боротьба змушує гравців ринку підвищувати якість обслуговування. В цьому відношенні успішні ресторани помітно наблизилися до іменитих західних закладів. І якщо саме по собі поняття репутації важливо для будь-якого бізнесу, то для ресторанного – особливо. Тоді, як років 15 тому назад, один незадоволений клієнт ніяк не міг вплинути на успіх закладу і нікому не було до нього справи, зараз все виглядає зовсім інакше: навіть один негативний відгук може мати далекосяжні наслідки. А тому прихильність клієнта з роками тільки набуває цінності.

Бажаючи вистояти в конкурентній боротьбі, вітчизняні підприємства ресторанного господарства не тільки займаються пошуком нових сегментів ринку, а й широко застосовують інновації в кулінарії і дизайні, до яких можна віднести креативну кухню, стиль високих технологій, кейтеринг-сервіс тощо.

До основних тенденцій в ресторанному бізнесу можна віднести: 1) відмова від алкоголю на користь безалкогольної альтернативи; 2) активне використання локальних продуктів рослинного походження; 3) використання нових видів масла; 4) доставка їжі і готових страв; 5) відмова від цукру; 6) орієнтація на глобальну кухню; 7) автоматизація та діджіталізація; 8) монопродукція; 9) крафтова продукція та технології; 10) національна та регіональна кухня; 11) Dark kitchen; 12) спрощення меню; 13) безконтактна взаємодія; 14) франшиза; 15) турбота про навколишнє середовище.