

УДК 338.48

Пеєва В.А.¹

Белікова М.В.²

¹студ. гр. МТУ-114м ЗНТУ

²канд. іст. наук, доц. ЗНТУ

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ УКРАЇНИ

Ринкові перетворення в економіці України створили умови для розвитку конкуренції в сфері ресторанного господарства, зміни структури та характеру послуг, пропонованих населенню, підвищили роль підприємств ресторанного господарства в розвитку економіки країни та задоволенні індивідуальних потреб людини і, нарешті, зумовили підвищення якості життя населення та його добробуту.

Таким чином, становлення ринкових відносин і посилення конкуренції об'єктивно вимагають особливої уваги вчених і практичних працівників до проблем розвитку прогресивних форм і методів обслуговування, нових видів послуг, до оцінки ефективності суб'єктів господарювання у ресторанному господарстві.

Так, фундаментальні аспекти сучасних форм організації ресторанного бізнесу, розвитку ресторанної справи України знайшли своє відображення у працях А.О. Авегісової, В.А. Антонової, Н.М. Кузнецової, Н.О. П'ятницької.

Підприємство ресторанного господарства – це первинна ланка сфери ресторанного господарства, її самостійний суб'єкт з правом юридичної особи, створений для виробництва, реалізації та організації споживання продукції та організації дозвілля населення.

Ресторанне господарство як специфічна галузь включає в себе підприємства різних форм власності, об'єднані за характером перероблюваної сировини і продукції, що випускається, за організацією виробництва і формами обслуговування населення, за послуги, що надаються.

Місія підприємств ресторанного господарства полягає в задоволенні потреб населення в організації харчування та дозволяючи допомогою вироблених і купуваних продукції та послуг.

Принципи організації обслуговування в ресторанному господарстві:

- задоволення потреб населення в продукції і послугах;
- створення комфортних умов в торгових залах;
- відсутність негативних явищ, пов'язаних з процесом обслуговування споживачів;
- зростання рентабельності роботи підприємств ресторанного господарства за рахунок впровадження нових видів продукції та послуг;
- відповідність видів послуг постійно змінюються смакам споживачів, вимогам ринку.

Однією з ключових тенденцій останніх років стало залучення інвестицій в індустрію ресторанного бізнесу [1]. До галузі виявляють певний інтерес великі українських та іноземні інвестори. Однією з тенденцій розвитку ресторанного господарства стає зростання частки мережевих проєктів.

Щорічний приріст мережі підприємств швидкого обслуговування за країною в цілому складає близько 20 – 25 % – така ситуація тримається вже кілька років і, очевидно, збережеться в найближчі роки. Високі темпи зростання української мережі підприємств швидкого харчування забезпечуються появою нових ресторанів, в першу чергу в нових торговельних центрах, з розміщенням в них фуд-кортів, і відкриттям окремих ресторанів самообслуговування.

Тенденції ресторанного бізнесу – це, звичайно ж, і тенденції розвитку певних кухонь. На превеликий подив, в регіонах України переваги за типом кухні дуже неоднозначні. Характерна прихильність до певного продукту, а не до типу кухні як такому. Наприклад, перевагу м'яса часто певного виду (свинина, куряче м'ясо), у виконанні різних кухонь, або риби і морепродуктів. Тому тип кухні, найбільш часто зустрічається на території України, можна назвати як змішана (в деяких містах вона називається «Міжнародна»). Відповідно, змінюється концепція ресторанної кухні. Страви натуралізуються, зменшується їх додаткова обробка, мета оформлення блюда – підкреслення основного продукту, а не «камуфлювання» його. Клієнту має бути зрозуміло, який продукт він їсть. Все більше ресторанів при складанні меню роблять акцент на натуральному використанні продуктів, а

не складності рецептур. Звідси висновок: хай живе авторська кухня, що дозволяє творчо переробити всі існуючі кухні світу і створити свій власний продукт, яким і привертати споживача. В даний час в Україні представлені практично всі формати ресторанного бізнесу, за винятком закладів, що працюють за принципом «free-floor», тобто шведського столу.

Подібна ситуація спостерігається і з перевагами барної продукції, кожне з яких може бути підставою для створення цілого формату: кав'ярні, рюмочні – наливайки, закладу з акцентом на коктейлі і вино. Стратегічно вірним кроком є виробництво не одиничною кав'ярні або винного бару, мережі таких закладів. Споживач швидко звикає до певної торгової марки і продукції. Хочеться відзначити і перспективу закладів музичної спрямованості, не нічних клубів, а скоріше арт-ресторанів, арт-кафе.

Дуже вдалим з точки зору бізнесу є заклади, створені за вже наявного зразком. Активно розвиваються заміські заклади. Особливо, ті, які знаходяться на ключових трасах – Одеській, Житомирській, Київській. Помічено, що в період уїк-ендів в літній період ресторани, розташовані в межах міста, значно порожніють, тоді як заміські – переповнені. Ця тенденція з кожним роком стає все більш вираженою. Виграють тільки ті міські ресторани, які розташовані в рекреаційній зоні (парки, набережні). Це явище, швидше за все, пов'язано з з'являється традицією повноцінного сімейного відпочинку. Заміські заклади, як правило, створюються по одній і тій же схемі: ресторан (в одному приміщенні або окремі будиночки), готель на 15 – 25 номерів (в одній будівлі або котеджний формат), мангал (шашлик є неодмінним атрибутом відпочинку «на природі»), дитячий майданчик, іноді невеликий звіринець або басейн. Незважаючи на активний розвиток закладів заміського формату, найчастіше вони не брендovanі, розраховуючи на проїжджаючу повз аудиторію, і набагато рідше на самих городян, які цілеспрямовано їдуть в цей заклад.

В цьому випадку ми стикаємося з ситуацією, коли пропозиція формує попит – будь-який вдалий заміський заклад знаходить своїх споживачів. За містом легше викупити землю, побудувати власне приміщення для ресторану і стати повноправним його власником. Це – безперечна перевага, так як переважна більшість міських ресторанів приміщення орендують і переживають серйозні кризи при зміні власника нерухомості, відмови від оренди або підвищення орендних ставок.

Отже, основні тенденції розвитку мережі ресторанного господарства:

- розвиток загальнодоступної мережі організацій ресторанного господарства, включаючи мережу підприємств швидкого харчування, орієнтованих на різні верстви населення і розташованих в місцях масового відпочинку населення, паркових зонах, уздовж автомагістралей, на вокзалах;

– створення мережі підприємств ресторанного господарства, що належать підприємствам торгівлі, з метою збільшення обсягу товарообігу та доходів суб'єктів ринку, особливо це стосується підприємств швидкого харчування при торгово-розважальних комплексах, а також відділів кулінарії;

– розвитком підприємств з національною кухнею, фірмовій мережі підприємств, а також додаткових форм обслуговування – кейтеринг, доставка продукції додому.

Перераховані тенденції зумовлюють появу нових видів організацій ресторанного господарства, зростання конкуренції між ними, поглинання неконкурентоспроможних.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. **Белікова, М.В.** Сучасні трансформації світової сфери туризму [Електронний ресурс] / М.В. Белікова, В.Л. Прусс // Східна Європа: економіка, бізнес та управління. – 2018. – Випуск № 6(17). – С.21–28.– Режим доступу: http://www.easterneurope-ebm.in.ua/journal/17_2018/05.pdf.