



УДК 65.012.23:640.43

РОЗВИТОК РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Студ. В.С. Алексеєнко, гр. БГР-1-18

Науковий керівник проф. В.В. Бугас

Київський національний університет технологій та дизайну

Мета і завдання. Мета – узагальнити особливості організації ресторанного бізнесу в Україні.

Об'єкт та предмет дослідження: Об'єкт дослідження – ресторанний бізнес.

Предмет дослідження – теоретичні та практичні аспекти розвитку ресторанного бізнесу в Україні.

Результати дослідження. Ресторанний бізнес – це підприємницька діяльність у сфері ресторанної справи, за рахунок власних чи позичкових коштів на свій ризик та під свою відповідальність. Звісно, для успішного функціонування ресторанної установи важлива якість страв, різноманітність меню, рівень обслуговування, помірні ціни, атмосфера, менеджмент, також вагомим критерієм є місце розташування. Крім того особливість сьогоденної ситуації полягає у тому, що розвиток ресторанної справи відбувається в комплексі із розвитком транспортного вузла – залізничного вокзалу, автовокзалу чи аеропорту. Разом з тим навколо них розбудовується інфраструктура, що включає в себе готелі, магазини, численні кафе та ресторани та інші.

Ресторанна справа в світі є однією з найприбутковіших, тому кожного дня можна спостерігати розширення даної форми підприємства. За статистикою, середній обіг коштів, вкладених у ресторан відпрацьовується в 5-6 разів швидше, ніж інвестиції, вкладені, наприклад, у магазин одягу.

В останнє десятиліття в Україні триває не лише прискорене зростання суб'єктів ресторанного бізнесу, а й сталися суттєві зміни, що стосуються різноманітності типів і класів обслуговування. У 2017 р. продовжувалися тенденції 2016 р., які проявлялися й у 2018 р. Відкриваються заклади в середньому і нижньому сегментах, що відповідає ціновим очікуванням ресторанної аудиторії. Для Києва нижній сегмент – це заклади із середнім чеком до 200 грн., майже завжди із самообслуговуванням. Середньоцінові – 200–400 грн., які діляться на три підгрупи: «середній», «середній -» і «середній +». Із великим відривом іде елітний сегмент із середнім чеком 800–1200 грн. на одну особу. Сегмент елітних ресторанів нині є найменш динамічним у галузі. Експерти пояснюють скорочення елітних ресторанів насиченням ринку. Крім того, у ресторанному бізнесі протягом останніх років спостерігається тенденція до зміщення акценту відомих рестораторів із сегмента елітних на сегмент демократичних ресторанів.

Сучасний ресторанний бізнес, як ніколи раніше, пропонує широкую номенклатуру послуг споживачам продукції та послуг громадського харчування. Але в ресторанній справі немає меж досконалості, тому й з'являються нові їх види: послуги сомельє, години фортуни та щасливі години для гостей; гастрономічні шоу; урочиста презентація страв; бар-шоу; рибалка та кулінарне приготування у присутності гостя; караоке; кімнати для паління; знижки постійним споживачам; виїзний кейтерінг з організацією дозвілля та широким спектром різноманітних послуг у будь-якій точці міста, його садово-паркової зони та мальовничих колиць; відпочинок та розваги на воді, землі та в повітрі тощо.

Підприємства різного роду діяльності постійно просувають свою діяльність до споживачів і клієнтам, намагаючись реалізувати цілі інформування споживачів про свої послуги, переконати покупця віддати перевагу саме даному закладу. Ці цілі досягаються за допомогою реклами, продавців, назв магазинів, оформлення вітрин, упаковки, розсилки літератури, роздачі безкоштовних зразків, купонів, прес-релізів та інших комунікаційних видів діяльності. Просування складає частину комплексу маркетингу, з яким безпосередньо

має справу управління просуванням. Управління просуванням містять ідею комунікації зі споживачами, необхідну для успішного розвитку бізнесу.

Найбільшу частку в структурі мережі закладів ресторанного господарства займають кафе, закусочні, буфети (більше 53 %), що обумовлено стійким попитом споживачів на продукцію і послуги цих підприємств. Частка їдалень на сьогодні складає трохи більше 20 %, барів - 16, інших закладів ресторанного господарства - 7 %. З розрахунку на 100 тис. населення у країні функціонує шість ресторанів, 119 кафе, закусочних, буфетів, 35 барів, 14 їдалень та 11 інших закладів ресторанного господарства

Серед ресторанів національної кухні в Україні, за даними РІА «ресторанний гід» (наданими у таблиці 1) перевага надається ресторанам з українськими традиціями – 36,8%, значна увага приділяється і французькій кухні – 21%; італійській, кавказькій, японській по 7,9%; всі інші – 18,5%. Тематичні ресторани, які останім часом набувають популярності в різних містах України. Вони привертають увагу не лише українців, а й іноземців. В Україні вже є певний досвід у створенні таких закладів харчування, найвідоміші з яких у Львові: "Криївка", присвячений героям УПА, та планується відкриття автомобільного ресторану; у Києві: "Шинок", "Царське село" – ресторани-музеї – присвячені українським традиціям.



Табл.1 Структура національних кухонь ресторанного господарства України

Висновки. Отже, з кожним роком в Україні з'являються все нові види громадського харчування, починаючи від фаст-фудів і закінчуючи тематичними і високо елітними ресторанами. Однак, на думку працівників галузі, все ще є проблематичним дотримання міжнародних стандартів надання послуг у сфері туризму [4].

На нашу думку слід надавати більше уваги новим напрямкам та формам розвитку цього бізнесу та орієнтувати його на більш глибоке та широкое задоволення різноманітних потреб споживачів на ринку громадського харчування.

Ключові слова: підприємства, ресторанний бізнес, громадське харчування.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Денисов Д.І. Суперприбыльный фаст-фуд: як процвітати у бізнесі. – М.: Вершина, 2008. – 192 з.
2. Солдатенков Д.В. Современный ресторан: новые форматы. – М.: Ресторанные ведомости, 2017. – 144 з.
3. Ромат Є.В. Реклама. Учебник для вузов. – СПб, Пітер, 2007. – 208 з.
4. Шацька З.Я., Акульшин М.І. Актуальні проблеми та перспективи розвитку сфери туризму в Україні // З.Я. Шацька, М.І. Акульшин. – Економіка та суспільство. Електронне фахове видання. – №19. – грудень 2018. – 15 с. – Режим доступу: www.economyandsociety.in.ua
5. Шок Патті Д., Боуен Джон. Маркетинг в ресторанний бізнес. – М.: Ресторанные ведомости, 2005. – 234 з.