

**СТАМАТ В. М.**, к.е.н., доцент,

доцент кафедри менеджменту та маркетингу,

**ГЕТМАНЦЕВА К. С.**, здобувач вищої освіти

*Миколаївський національний аграрний університет, м. Миколаїв*

## **СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ**

**Актуальність.** Актуальність даної теми полягає у динамічному розвитку ресторанного ринку України, який обумовлює посилення конкурентної боротьби між закладами харчування, появу нових форматів закладів та використання інноваційних підходів у діяльності підприємств ресторанного господарства країни. Метою дослідження є аналіз основних тенденцій розвитку ресторанного бізнесу в Україні.

**Результати дослідження.** Основним критерієм вибору закладу споживачами все частіше стає якість кухні, а тенденція «демократизації» призвела до появи ресторанів із гарним інтер'єром, меблями та посудом, але досить по доступних цінах.

Останнім часом в Україні з'явилися так звані вільні або креативні простори, які часто називають себе «коворкінгами», «некафе» або «smart cafe». 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.

Найбільш відомими креативними просторами в Києві є: «Часопис», «Циферблат», «BIBLIOTECH», «Freud House», «12», «Kyivworking», «Work-and-Roll». Формат таких закладів передбачає наявність кухні, де відвідувачі можуть знайти каву, чай, снеки, фрукти і печиво (у необмеженій кількості). Тут можна влаштовувати ділові зустрічі, семінари, майстер-класи, перегляди кінофільмів і концертів, просто спілкуватися або відпочивати. Креативні простори і коворкінги являють собою певні культурно-освітні кластери, які поєднують в собі кафе, офісні та освітні центри, магазини, велопрокати, кінозали, конференц-зали, дизайн-бутики, шоу-руми, лекторії та майданчики для зустрічей тощо [1].

З появою в Україні традиції повноцінного сімейного відпочинку почали активно розвиватися заміські ресторани, особливо на ключових трасах. Формат заміських ресторанів передбачає: ресторан, готель на 15-25 номерів (одна будівля або будиночки), мангал, дитячий майданчик, звіринець, басейн, автостоянка. Усе більшої популярності у великих містах набуває мода снідати у ресторанах, а тому деякі заклади починають свою роботу з 6-7 години ранку [3]. Пропонуються як окремі страви, так і комплексні сніданки в українському, французькому, англійському, німецькому, італійському та американському варіантах.





Вже не перше десятиліття в Україні розвивається культура їжі на вулицях. Цей ринок щороку зростає в середньому на 20-30%. Сьогодні цей сектор ринку демонструє різноманітність закладів (кіоски, мобільні кав'ярні та піцерії тощо), нові тематичні концепції, кулінарне різноманіття, різні цінові рівні, а також прагнення до якісної, здорової, збалансованої їжі та постійне збільшення асортименту продукції (свіжі соки, натуральна кава, млинці, салати, сендвічі, піца, солодощі). Гравці ринку намагаються створювати власні ніші і ставати там першими, ніж залишатися на другорядних позиціях в чужих [1].

За останній рік активізувався розвиток чайних і кав'ярень-кондитерських, стають популярними заклади в ціновому сегменті 30-45 грн., пропонують каву, чай, борошняні вироби, шоколад. Стратегічно вірним рішенням є створення мережі подібних закладів, об'єднаних однією торговою маркою і виробничою інфраструктурою, зокрема, з виготовлення власної продукції. В Україні так само стали відкриватися «інтелектуальні кафе» на базі книжкових магазинів «І» і «Літера», щоб можна було не тільки поїсти, але і почитати.

Систематичний експертний огляд українського ринку франчайзинга ведеться з 2005 року компанією Teamvision на замовлення Асоціації франчайзинга, оприлюднюється у ЗМІ та передається для використання органам державної влади. Основне скорочення відбулося за рахунок тих франшиз, які з точки зору Федерації розвитку франчайзингу в Україні шкодили самій сутності франчайзингу, оскільки не відповідали нормам цього виду відносин. З 2010 року тенденція зростання кількості франчайзерів відновилася на якісно іншому рівні [4].

Ринок ресторанного бізнесу займає найбільшу частку (близько 55%) серед усіх брендів, які розвивають франчайзинг в Україні. Найбільш прибутковими і активними є компанії, які розвивають іноземні франшизи, тому деякі українські оператори ресторанного бізнесу розглядають можливості купівлі іноземних франшиз для посилення власного портфеля бізнесу та збільшення капіталізації [3].

Для утримання постійних відвідувачів та залучення нових в умовах жорсткої конкуренції використовуються інноваційні підходи як в організації обслуговування клієнтів, приготуванні їжі, так і в маркетингу. Саме сервіс, оперативний зв'язок, оптимізація відвідуваності, онлайн замовлення, доставка додому, бізнес-інструменти лояльності, розвиток у соціальних мережах та адаптація мобільних гаджетів являються сьогодні основним чинником успішних концепцій.

Серед найбільш поширених інновацій у ресторанному бізнесі слід відзначити такі: безкоштовний Wi-Fi у закладі; приготування кухарем фірмової страви закладу перед публікою; інтерактивне електронне меню; використання QR-кодів; інтерактивний стіл; інтерактивний бар.

Сьогодні в Україні на заваді ефективному впровадженню інновацій на підприємствах ресторанного господарства, передусім стоять: низькі фінансові можливості підприємств, відсутність матеріальної мотивації, неналежна для





реалізації інновацій кваліфікація персоналу та опір інноваціям з боку колективу підприємства [5]. Ресторанний бізнес найбільш активно розвивається у великих містах, причому правила розвитку диктує економічна ситуація в місті, традиції та менталітет, воля окремих рестораторів та мереж.

Саме брендований формат торгівлі є однією із стійких тенденцій розвитку ресторанного бізнесу України. Через посилення конкуренції з'явилося поняття концептуального ресторану – закладу, у якому все підпорядковане одній спільній ідеї, яка пронизує все, що стосується бренду. Особливо це помітно у мережевих проєктах, де спільні стилістичні рішення в дизайні ресторанних залів, оформленні меню, фірмового одягу персоналу дають відвідувачу чіткий сигнал, який сприяє ідентифікації проєкту [4].

За останній рік активізувався розвиток чайних і кав'ярень-кондитерських, стають популярними заклади в ціновому сегменті 30-45 грн., пропонують каву, чай, борошняні вироби, шоколад. Стратегічно вірним рішенням є створення мережі подібних закладів, об'єднаних однією торговою маркою і виробничою інфраструктурою, зокрема, з виготовлення власної продукції. В Україні так само стали відкриватися «інтелектуальні кафе» на базі книжкових магазинів «І» і «Літера», щоб можна було не тільки поїсти, але і почитати.

**Висновки.** Отже, можемо зазначити, що оцінюючи український ринок послуг харчування можна зробити наступні висновки: споживачеві пропонується широкий вибір концепцій, розрахованих на різні рівні доходу і соціальні запити, ринок перебуває в стадії розвитку і далекий від насичення, розвиток ринку у великих містах відбувається досить неоднорідне. Подальший розвиток ринку буде спрямована в бік більш вузького позиціонування і створення сильних мережевих брендів. Незважаючи на стрибки показників з товарообігу в негативну сторону, обумовлені кризовою ситуацією в Україні, ресторанний бізнес залишається перспективним напрямком для інвесторів, які можуть вкласти свої грошові кошти в найбільш затребувані підприємства ресторанного господарства: заміські заклади, заклади одного продукту або напою, закладу при букіністичних магазинах, «заклади однієї вулиці», заклади музичної спрямованості (арт-кафе, арт-ресторан), дитячі кафе, заклади різних типів, що знаходяться у франчайзинговій мережі, орієнтовані на середній ціновий сегмент.

#### Список використаних джерел:

1. Харченко О. Між офісом та будинком: 7 коворкінгів та креативних просторів Києва. URL : <http://ain.ua/2013/01/22/108929>.
2. Інновації у ресторанному бізнесі. URL : <http://nippondom.com/innovatsii-v-restorannom-biznese>.
3. Інновації у ресторанному світі. URL : <http://reston.com.ua/topics/8>.
4. Кількість ресторанів зростає. URL : <http://www.kiev-urus.org/?p=944>.
5. Про Компанію Fast Food Systems. URL : <http://www.nbs.com.ua/about/clients/about-ffs.html>.

