



УДК 640.43 (477)

Наталія Рогова, Світлана Робакова

(Полтава)

## ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ НА ТЕРИТОРІЇ УКРАЇНИ

*Ресторанний бізнес України активно розвивається останнім часом, але під впливом економічної кризи відчуває необхідність освоєння нових технологій та тенденцій у ресторанному бізнесі. Заклади ресторанного господарства, які відчувають динаміку змін у розвитку ресторанного бізнесу, мають велику конкурентоспроможність серед діючих закладів на території України.*

**Ключові слова:** *ресторанне господарство, новації, тенденції, IT-технології, теплан-шоу, концепція.*

*Restaurant business Ukraine is actively developing in recent years, but under the influence of the economic crisis feels the need to develop new technologies and trends in the restaurant business. Institutions restaurant industry experiencing dynamic changes in the development of the restaurant business, have a greater competitiveness among institutions operating in Ukraine.*

**Key words:** *hospoddarstvo restaurant, innovations, trends, IT technologies, teplan show concept.*

**Постановка проблеми.** Ресторанна сфера як одна з високорентабельних галузей світової економіки, у XXI ст. стає провідним напрямом економічного і соціального розвитку України. На сьогоднішній день ресторанний бізнес – одна з найбільш перспективних і швидкозростаючих галузей, що приносить по всьому світу багатомільйонні прибутки. Цей бізнес як одна з галузей несе в собі величезний потенціал для українського ринку, здатний приносити стійкий дохід у державний бюджет. Актуальність теми обумовлена тим, що сучасний розвиток ресторанного бізнесу базується на побудові такої системи обслуговування, яка необхідна для надання якісних послуг своїм споживачам.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Результати дослідження та аналіз розвитку ресторанного господарства під вплив науково-технічного прогресу в Україні широко висвітлювались у працях багатьох вчених-економістів, зокрема Г.Пятницької, Т.О. Колісніченко, Д.Р. Сагдаєва, Л.А. Любимова, С.Н. Морева, В.А. Антонова та ін.

**Формування цілей статті.** Дослідження стану та перспективи розвитку ресторанного господарства на території України під вплив економічних факторів та сучасних тенденцій розвитку сфери ресторанного господарства.

**Виклад основного матеріалу.** За даними Асоціації ресторанного господарства України, темпи зростання ринку ресторанних послуг протягом останнього часу коливалися в межах 60-100% на рік. З 600 закладів ресторанного господарства Києва працюють на повну потужність тільки 50, і тільки 30 є високорентабельними. Таким чином на ринку спостерігається ситуація, пов'язана з відходом старих «гравців» та приходом нових. Середній термін окупності ресторанного проекту становить 2 роки, іноді менше (якщо капіталовкладення були невеликими – до 200 тис. у.о.), іноді значно більше – до 4-5 років (якщо інвестиції перевищують 1,2-1,5 млн. у.о.).

Як свідчить світова практика, демократичні ресторани – досить динамічний сегмент ресторанного ринку. Основні споживачі таких підприємств – люди

середнього класу. З одного боку, в розвинених країнах споживання їжі переноситься в ресторани через брак вільного часу, з іншого – завдяки новим технологіям і високій конкуренції демократичні підприємства стають доступними все більшій кількості людей.

Тенденції ресторанного бізнесу – це, звичайно ж, і тенденції розвитку певних кухонь. Переваги по типу кухні дуже неоднозначні, особливо в регіонах України. Характерна прихильність до певного продукту, а не до типу кухні як такої, наприклад, переваги м'яса, часто певного виду (свинина, куряче м'ясо), або риби і морепродуктів. В основному в Україні в певних типах кухонь є свої групи шанувальників. Споживачі віддають перевагу улюбленому продукту в улюбленому виконанні, і при цьому абсолютно не важливо, який тип кухні представляє в іншу страву. За даними РІА «Ресторанний гід» групи національних кухонь розподілилися наступним чином . Рис. 1.



Рис. 1. Структура національних кухонь ресторанного господарства України  
Все більше ресторанів роблять акцент на натуральному використанні продуктів, а не на складності рецептур. Серед різних тенденцій кухні набуває популярності авторська кухня, що дозволяє творчо переробити всі існуючі кухні світу і створити свій власний продукт, яким і привертає увагу споживача. Подібна ситуація спостерігається і з перевагою барної продукції, що може бути підставою для створення цілого формату: кав'ярні, пивні, заклади з акцентом на коктейлі або винах. Вільними нішами залишаються спеціалізовані дитячі кафе – дитяча тема присутня в багатьох закладах, але окремої уваги вона практично не заслуговує. Так само щоб утримати постійних відвідувачів і залучити нових в умовах жорсткої конкуренції крім різноманітності національних кухонь, стильного інтер'єру та якісної смачної їжі, впливають інновації в ресторанному бізнесі, а саме цікаві маркетингові кроки, заради яких споживачам хочеться приходити саме до цього ресторану [2].

На сьогодні креатив ІТ-технологій внесли інновації в ресторанний бізнес. Сьогодні і туристи, і жителі міст оберуть ресторан, кафе або бар, в якому є безкоштовний Wi-Fi: в очікуванні замовлення можна попрацювати, перевірити пошту, почитати новини або поспілкуватися з друзями і близькими [3].

Теплан-шоу, коли на очах у публіки Теплан-кухар віртуозно створює певне фірмове блюдо. Але яким би не було захоплюючим уявлення, кухонні запахи і вид використаного посуду подобається далеко не всім. Науково-технічний прогрес запропонував і Теплан-інновації ресторанного бізнесу: поруч з робочим місцем кухаря на кухні встановлюють камери, а по монітору на столику за його діями спостерігають тільки ті відвідувачі, кому це цікаво.

Очевидно, що мінливі умови життя українців відбилися і на їх перевагах. Не всі заклади, які нині популярні, такими і залишаться. І навпаки ринок з розпростертими об'ємними зустріне нові формати та ідеї. Найближчим часом будуть вимирати все дорогі пафосні і складні за своєю структурою ресторани, також ті у яких буде суміш «про все і ні про що». Активно розвиватимуться невеликі заклади з демократичними цінами, розрахованими на середній клас, так як матеріальне становище українців в найближчі роки не передбачає особливого зростання.

Також можна спрогнозувати зростання українських форматів, зокрема підвищення інтересу до національної кухні в її різних локальних проявах, за рецептами з різних регіонів. На сьогодні цей напрямок у нас недостатньо розвинене. Активно розвитку набудуть такі типи заклади ресторанного господарства, як кав'ярні. Культура споживання кави зростає на очах, ця тенденція йде з Заходу. Відбуватиметься відкриття самих різних кав'ярень різних форматів, починаючи від альтер-нативних, де всі схиблені на каву, закінчуючи традиційними. У тренді буде вулична їжа і все що стосується гнучких швидких мобільних форматів.

Ті ресторани, на місці яких нічого не відкрилося, так званий «чистий мінус». В результаті тільки за 2014 рік столичний ресторанний ринок відкотився до 2011 року, втративши все, що придбав за час бурхливого зростання.

В минулому році темпи скорочення ринку зменшилися – «чистий мінус» склав на 40 закладів менше, ніж в 2014-му. А відкриттів виявилось більше: якщо в 2014 році їх було 40, то в 2015-му – вже 68.

Якщо в Києві кількість закритих ресторанів перевищило кількість відкритих мало не вдвічі, то в двох інших містах з трійки лідерів ринку – Одесі та Львові – динаміки відкриття була позитивною. Так, в Одесі за минулий рік відкрилося близько 50 ресторанів, а закрилося близько 40.

А в Харкові, Дніпропетровську та інших містах ситуація схожа в Київську: кількість закритих ресторанів там більша, ніж тих що відкрилися, але, не в такій кількості, як в столиці.

Львівських та одеських рестораторів врятував постійний приплив туристів. За минуле літо Одеса та область прийняли понад п'ять мільйонів відпочиваючих. В 2015-му році кількість туристів перевищувала показники 2014 року, і це є позитивною тенденцією.

Львову вдалося зберегти статус «цінового заповідника» завдяки фактору міграції у зв'язку з подіями на сході України і в Криму: мігрували фінанси і сам бізнес. Але в той же час міграція спричинила за собою багато негативу для

гравців ринку. Для порятунку капіталу нові гравці платили необґунтовано високі суми за оренду або купівлю приміщень, що і вдарило по сталості ринку. В результаті чого закрилося багато старих закладів, на їх місці з'явилися нові, нікому не відомі проекти.

Одним з головних чинників, який привів до хвилі ресторанних закриттів, стало зростання ціни оренди.

В Україні оренда пов'язана з курсом долара, до того ж на момент початку кризи оренді ставки в Києві були сильно завищені – десь в два рази вище, ніж у Східній Європі, зокрема, Вітчизняна наука на зламі епох: проблеми та перспективи розвитку наприклад, в Польщі. За оренду 1 кв.м в центрі столиці ресторатори платили 100\$, а то і 150\$. Ціна в Одесі майже не відрізнялася від столиці. У Львові – дешевше, але там, як і в багатьох містах Західної України, де центр міста маленький, взагалі ні за які гроші не знайти вільних приміщень. У Харкові, Дніпропетровську оренда дешевше приблизно на 30%, але ціни все одно виявилися непідйомними, після того як доллар восени 2014 року злетів в два, а до весни 2015-го – в три рази.

Адже якщо на початку 2014 року при курсі 8 грн / 1 \$ приміщення в центрі Києва здавалося за 20 тис. \$ (тобто 160 тис. грн), то восени при курсі 15 грн / 1 \$ ціна злетіла до 300 тис. Тобто на рівному місці оренда виросла на 140 тис. грн. Фактор неадекватної ціни за оренду став причиною закриття багатьох ресторанів.

В 2015-му ситуація змінилася. Сталося це після того, як приміщення простояли порожніми по півроку, що змусило орендодавців змиритися з реаліями і знизити ціни. Чверть всіх власників пішли назустріч своїм орендарям, зафіксувавши оренду в гривні. Навіть з'явилася нова схема оплати, до якої раніше не вдавалися: власник приміщення погоджується на відсоток від доходу – від 10% до 20%.

В центрі Києва на ресторанних майданчиках відбулися великі зміни. Вулиця Хрещатик, ще недавно вважалася у ріелторів найдорожчою, перейшла в розряд середньої цінової категорії.

Падіння орендних ставок, яке тривало весь 2015 рік, призвело до активного відкриття нових закладів, так як приміщення стали доступніші.

Домовитися про знижки та прив'язку до гривні, вдалося не всім. Тому багато хто відмовився працювати в центрі та переїхали в спальні райони.

Закрилися ті, хто різко підняв ціни в 2014-му і навіть знизивши їх, уже не зміг відновитися.

Закрилися ресторани, де в меню основною була імпортна складова. Після різкого підняття цін миттєво спорожніли кафе мережі «Сушія», але менеджмент вчасно зреагував і опустив ціни.

Наслідки нинішньої кризи відрізняються від кризи 2008-2009 років. Тоді в першу чергу постраждали ресторани середньої цінової категорії, оскільки їні клієнти – представники середнього класу – мали валютні кредити і стрибок курсу долара надовго вибив їх зі звичної колії. При цьому елітні і дешевші ресторани майже не втратили клієнтів.

Зараз постраждали якраз заклади нижньої цінової категорії та елітні ресторани. Останні, втратили до половини клієнтів. А ось ресторани середньої цінової категорії постраждали менше. Відвідувачі цих закладів – представники

середнього класу – валютними кредитами на цей раз не були обтяжені, і у них збереглися доходи, що дозволяють відвідувати ресторан.

Відбувається зміна пріоритетів при виборі ресторану. Якщо в 2014 році головним фактором вибору була ціна, а вже потім якість та сервіс, то в 2015-му ситуація змінилася. Представники середнього класу хочуть отримати смачну їжу, хороший сервіс, чистоту в залах.

Висновки. Оцінюючи український ринок послуг харчування можна зробити наступні висновки: споживачеві пропонується широкий вибір концепцій, розрахованих на різні рівні доходу і соціальні запити, ринок знаходиться в стадії розвитку і ще далекий від насичення, розвиток ринку в великих містах відбувається досить неоднорідно. Подальший розвиток ринку буде направлено в сторону більш вузького позиціонування і створення сильних мережевих брендів. Незважаючи на зміну показників по товарообігу в негативну сторону, ресторанний бізнес залишається перспективним напрямком для інвесторів, які можуть вкласти свої кошти в підприємства ресторанного господарства: заміські заклади, заклади одного продукту або напою, заклади музичної спрямованості (арт-кафе, арт-ресторан), дитячі кафе, заклади різних типів які орієнтовані на середній ціновий сегмент. Вітчизняна наука на зламі епох: проблеми та перспективи розвитку.

#### **ДЖЕРЕЛА ТА ЛІТЕРАТУРА**

1. Колісниченко Т.О., Сагдаєва Д.Р Сучасні тенденції ресторанного бізнесу у Дніпропетровській області // Туристичний, готельний і ресторанний бізнес: інно- вації та тренди [Електронне видання] : тези. Міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 7 квіт. 2016 р.) / Відп. ред. А.А. Мазаракі. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. – 362 с.
2. Любимова Л. А., Морева С. Н. Факторы и их влияние на развитие гостинично-ресторанного бизнеса [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://cyberleninka.ru/article/n/factory-i-ih-vliyanie-na-razvitie-gostinichno-restorannogo-biznesa>
3. Антонова В.А. Ресторанный бизнес в экономическом развитии Украины [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://e.mail.ru/attachment/14905990250000000444/0;7>
4. Пятницька Г., Григоренко О., Найдюк В. Розвиток ресторанного господарства в Україні: структурні трансформації, фінансова стійкість підприємств, прогнози.

#### **ЗМІСТ**

##### **ЕКОЛОГІЯ**

*Тетяна Васильєва, Світлана Смирнова, Віктор Смирнов* 3

ДИНАМІКА ЧИСЕЛЬНОСТІ МАРТИНА ЗВИЧАЙНОГО (LARUS RIDIBUNDUS)  
У МИКОЛАЇВСЬКІЙ ОБЛАСТІ ТА ЇЇ ПРИЧИНИ

##### **ТУРИЗМ І РЕКРЕАЦІЯ**

*Катерина Галасюк* 7

ПОПУЛЯРИЗАЦІЯ ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА  
У МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ

##### **ЕКОНОМІКА**

<b>Вадим Беседовський, Оксана Ліснічук</b> ДОХОДИ ДЕРЖАВНОГО БЮДЖЕТУ УКРАЇНИ (ПОДАТКОВІ ТА НЕПОДАТКОВІ НАДХОДЖЕННЯ)	10
<b>Дарина Добродзій, Оксана Ліснічук</b> ДОХОДИ НАСЕЛЕННЯ – ІНСТРУМЕНТИ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ СУСПІЛЬСТВА	12
<b>Юлія Дорошенко</b> ВИЗНАЧЕННЯ ВПЛИВУ ФАКТОРІВ НА ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ	14
<b>Наталія Кирніс</b> ПІДВИЩЕННЯ КВАЛІФІКАЦІЇ ПРАЦІВНИКІВ ЯК ЧИННИК ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА, ЯКІ НАДАЮТЬ КЕЙТЕРИНГОВІ ПОСЛУГИ	19
<b>Вікторія Кушнірук, Людмила Слюсарєва</b> АНАЛІЗ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ НА ПРИКЛАДІ ПАТ «БЕЛЬ ШОСТКА УКРАЇНА»	22
<b>Сергій Максименко</b> ВПЛИВ ІНСТИТУТІВ РИНКУ ПРАЦІ НА СТРУКТУРУ РОБОЧОЇ СИЛИ	25
<b>Наталія Михайлова</b> СТРАХУВАННЯ – ІНФРАСТРУКТУРА ФІНАНСОВОЇ СИСТЕМИ	30
<b>Mohammad Ahmad Saleh AL Naimat</b> FEATURES OF COST ACCOUNTING IN ISLAM	33
<b>Яна Петрів</b> ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ БАНКУ	35
<b>Владислав Свириденко</b> НОВІ АСПЕКТИ СУТНОСТІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ	38
<b>Єлизавета Сівакова, Олександр Сторожук</b> ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ УКРАЇНИ	41
<b>Олександр Сторожук, Ганна Свириденко</b> СТРАТЕГІЯ АКТИВІЗАЦІЇ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ УКРАЇНИ	44
<b>Олександр Сторожук, Зоряна Халімончук</b> ПОРІВНЯННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ УКРАЇНСЬКИХ ТА ЗАРУБІЖНИХ БРЕНДІВ	48
<b>Петро Сук</b> ВИКОРИСТАННЯ АЛЬТЕРНАТИВНИХ МЕТОДІВ ОЦІНКИ ВИБУТТЯ ЗАПАСІВ	52
<b>Дарина Тур, Людмила Діхтярь</b> ПІДХОДИ ЩОДО ФОРМУВАННЯ ЦІНИ	54