

УДК 338.488.2 : 640.43 (477)

Л. Івашина

L. Ivashina

**СУЧАСНИЙ СТАН РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ****MODERN STATE OF RESTAURANT BUSINESS IN UKRAINE**

*У статті проведено аналіз сучасного стану ринку ресторанного господарства, досліджено статистичні показники, на основі яких визначається перспективний сегмент ресторанного бізнесу. Визначено тенденції розвитку ресторанного господарства України. Наведено основні проблеми, які перешкоджають функціонуванню ресторанного бізнесу.*

**Ключові слова:** ресторанне господарство, зростання обороту, тенденції розвитку ресторанного господарства, економіка підприємства, можливі інвестиції.

*В статье проведен анализ современного состояния рынка ресторанного хозяйства, исследованы статистические показатели, на основе которых определяется перспективный сегмент ресторанного бизнеса. Определены тенденции развития ресторанного хозяйства Украины. Приведены основные проблемы, которые препятствуют функционированию ресторанного бизнеса.*

**Ключевые слова:** ресторанное хозяйство, рост оборота, тенденции развития ресторанного хозяйства, экономика предприятия, возможные инвестиции.

*In the paper the analysis of current state of restaurant business market is made, statistical indicators used to determine promising segment of restaurant business are investigated. Tendencies of the development of restaurant business of Ukraine are determined. The main problems that hinder the functioning of restaurant business are shown.*

**Keywords:** restaurant business, revenue growth, trends of restaurant business development, enterprise economy, possible investments.

**Постановка проблеми.** Ресторанний бізнес у світі є одним із найприбутковіших. За статистикою, середній обіг коштів, вкладених у ресторан, відбувається в 5–6 разів швидше, ніж інвестиції, вкладені в інші галузі виробництва.

Ефективність діяльності будь-якого закладу ресторанного господарства залежить від багатьох факторів, до яких можна віднести конкурентне позиціонування закладу, специфіку та технологію створення бренду ресторану, що забезпечить високу лояльність споживачів, визначення чітких стратегічних перспектив розвитку діяльності, проведення оптимальної фінансової та маркетингової діяльності.

Але ресторанний бізнес є одним із найбільш ризикованих видів діяльності, навіть незначні помилки можуть зумовити виникнення кризового стану ресторанного бізнесу. Інтерес підприємців до цього виду бізнесу постійно зростає, але для успішного ведення бізнесу необхідно мати інформацію для визначення перспективного сегмента та зменшення ризику.

**Метою статті** є проведення аналізу стану ресторанного господарства України та визначення перспектив розвитку.

**Аналіз останніх джерел досліджень і публікацій.** На думку фахівців, ресторанний бізнес України перебуває на стадії зародження. Особливості розвитку сфери ресторанного бізнесу розглядалися вітчизняними та зарубіжними науковцями. Основи діяльності підприємств харчування досліджували В. Л. Варфоломеева, Г. А. Костенюкова та ін. [1, 2], сучасні форми організації та роботи у ресторанному бізнесі, розвитку ресторанної справи України знайшли своє відображення у працях таких вчених, як А. І. Усіна, Т. П. Кононенко, Н. В. Полстяна, І. В. Хваліна, О. Л. Іванік, Г. Б. Мунін, А. О. Аветісова, В. А. Антонова, Н. О. П'ятницька та ін. [3–5]. В роботах науковців досліджено різні сегменти ресторанного бізнесу. Але залишається досить багато малодосліджених питань, які виникають зі зміною економічного стану країни, а також смаків та уподобань споживачів.

**Постановка завдання** – проаналізувати сучасний стан розвитку ресторанного господарства в Україні.

**Виклад основного матеріалу.** У XXI ст. ресторанний бізнес стає провідним напрямом економічного і соціального розвитку України. Ця галузь відноситься до найприбутковішого і найпривабливішого виду підприємництва. Але в Україні цей бізнес, на думку багатьох фахівців, лише формується.

Значний вплив на формування та розвиток ресторанного господарства має загальний стан економіки країни. Економічна криза, яка характерна для багатьох країн світу, відчутно впливає на розви-

ток ресторанного бізнесу. Тому доцільно простежити кількість об'єктів ресторанного господарства та динаміку товарообороту по роках.

На розвиток ресторанного бізнесу України в 2013 р. вплинув загальний стан української економіки, що призвело до суттєвого зменшення темпів розвитку ресторанного ринку порівняно з 2012 р. Сюди можна віднести відсутність істотних макроекономічних потрясінь, мінімальний рівень офіційної інфляції (0,5 % за минулий рік), відносно стабільний курс гривні, незважаючи на численні девальваційні очікування, тощо. Інвестиційна привабливість ресторанної галузі значно постраждала [6].

Темпи змін кількості закладів ресторанного господарства за період 2010 – 2013 рр. подано в табл. 1 [7].

Таблиця 1

#### Темпи змін кількості закладів ресторанного господарства

Роки	Наявність об'єктів ресторанного господарства (ресторани, кафе, бари, їдальні тощо) підприємств (юридичних осіб) на кінець року, тис. од.
2010	23,4
2011	22,9
2012	21,6
2013	20,6

Аналізуючи показники, подані в табл. 1, визначено порівняльну тенденцію зменшення кількості закладів ресторанного господарства. За чотири роки (2010 – 2013 рр.) кількість закладів зменшилася на 2,8 тис. одиниць. Прогнозуючи розвиток кількості підприємств на найближчі роки, можна сказати, що буде спостерігатися подальше зменшення кількості закладів ресторанного господарства.

Одним із чинників такої динаміки розвитку ресторанного господарства є зміна структури споживчих витрат населення України [8].

Проте про масове закриття ресторанів говорити рано, оскільки економічну кризу не змогли пережити ті, хто працювали на межі рентабельності та орендували приміщення. Іншою причиною для непоганих перспектив розвитку є те, що український ринок ресторанних послуг ще зовсім не насичений, і навіть якщо попит впав, це не означає, що люди перестали відвідувати ресторани, вони просто ходять рідше та замовляють менше.

За висновками дослідження тенденцій розвитку ресторанного бізнесу в Україні, аналітики компанії Pro-Consulting представили основні перспективи цього напрямку в Україні, а також розрахували місткість ринку. Відзначено, що найбільша кількість мереж ресторанного бізнесу знаходяться в Києві – більше 1,5 тис. од. Також великі показники мають Харківська, Дніпропетровська, Львівська та Донецька області.

За даними Державного комітету статистики, приріст обороту ресторанного господарства за минулий рік становив лише 1,4 %, тоді як у 2010 – 2012 рр. цей показник коливався в межах 3,5–11 %. Причому не можна говорити, що в 2013 р. ситуація в економіці була набагато гіршою, ніж у 2010 – 2012 рр. Однак падіння оборотів галузі є досить відчутним (табл. 2) [7].

Характерно, що консалтингова компанія Pro-Consulting прогнозувала ресторанній галузі в 2013 р. 10–12 % приросту. Окремі ресторатори також говорять про зростання більше 10 % за підсумками 2013 р., але це стосується локальних форматів і конкретних закладів, а не ринку в цілому [9].

Таблиця 2

#### Обороти і динаміка ресторанного ринку в 2010 – 2013 рр. [7]

Показники	2010	2011	2012	2013
Оборот ресторанного господарства, млрд. грн. (з урахуванням обороту фізичних осіб та підприємців)	17,64	20,92	23,79	24,32
Динаміка обороту ресторанів, у % до попереднього року	3,5	11,0	8,2	1,4

Аналізуючи показники, подані в табл. 2, визначено порівняльну тенденцію збільшення обороту ресторанного господарства.

Поняття обороту ресторанного ринку мало пов'язано з динамікою середнього чека. За словами генерального директора компанії «Ресторанний консалтинг» Ольги Насонової, середній чек в одних і тих же закладах за минулий рік зріс на 10–15 %, що пов'язано з традиційними факторами – інфляцією (0,5 % у 2013 р.) і подорожчанням продуктів харчування та енергоносіїв.

Потрібно відзначити, що індекс споживчих цін на послуги готелів та ресторанів у 2013 р. відносно попереднього року зріс на 1,9 %.

Динаміка і тенденції ресторанного ринку відбиваються і на його деяких сегментах. Якщо розглядати сегмент японської кухні, то тенденції були ідентичними із загальними для ринку. Однак у той же час показники зростання були трохи нижчими, ніж у 2012 р. Однією з об'єктивних причин виявилася складна і нестабільна економічна ситуація в країні. У зв'язку з цим купівельна спроможність у людей знизилася, вони почали більш раціонально підходити до розподілу свого бюджету і скорочувати деякі його статті. Іншою причиною такої динаміки ринку японської кухні можна назвати насичення ринку. В країні спостерігається уповільнення розвитку ресторанного господарства. Є тенденція розвитку мережі в регіонах – через відкриття своїх ресторанів або продаж франшизи [6].

Порівняно з 2011 р. у 2012 р. незначно збільшилася кількість закладів ресторанного господарства в сільській місцевості – до 32,6 %. Відповідно в містах їх кількість зменшилася за рік з 68,9 до 67,4 %. Виявлено, що населення України починає змінювати мету відвідування ресторанів [8].

Упродовж 2010 – 2012 рр. заклади ресторанного господарства намагаються відновити свої позиції. За сучасних економічних умов закладам ресторанного господарства доводиться кардинально перебудовувати свою роботу, переглядати стратегії та плани розвитку.

Щоб вижити в період кризи, дорогі ресторани оптимізували штати, ресторани сегменту середніх цін – заманювали знижками, а низькоцінові – скорочували «привілеї» для клієнтів.

Антикризові заходи можна проаналізувати на прикладі столичних ресторанів (табл. 3) [9, 10].

Таблиця 3

**Антикризові заходи столичних ресторанів, в % опитаних (газета «Бізнес»)**

Захід щодо приваблення клієнтів	Елітні ресторани	Ресторани із середніми цінами	Ресторани із низькими цінами
Підвищення цін	65	30	15
Скорочення персоналу	80	15	5
Зменшення порцій	40	40	20
Перегляд постачальників	40	40	20
Зменшення привілеїв для клієнтів	15	25	60
Оновлення меню	40	40	20
Скорочення витрат на рекламу	35	35	30
Збільшення знижок	15	60	25

Згідно з даними дослідження майже увесь набір антикризових заходів, у тому числі й підвищення цін, найактивніше використовували елітні заклади. Так, ціни підвищили 65 % опитаних ресторанів, що позиціонують себе у високій ціновій категорії. З тих, що взяли участь у дослідженні низькоцінових закладів, на такий крок відважилися лише 15 % точок, що цілком зрозуміло. Ресторатори знають: переважна більшість клієнтів дорогих ресторанів, підтримуючи реноме, гроші на харчування й імідж навіть в скрутні часи особливо не обмежують.

Тому ціни в елітних ресторанах зросли прямо пропорційно зростанню закупівельних цін. Власники інших закладів ресторанного господарства, щоб не втратити клієнта, більш охоче йшли на зниження власної маржі. Проте близько 40 % високоцінових ресторанів все-таки намагалися утримати вартість блюд, зменшуючи масу дорогих інгредієнтів.

Низькоцінові заклади, щоб вижити, активно скорочували так звані «привілеї» для гостей – наприклад, практиковану до кризи для підвищення лояльності клієнтів роздачу безкоштовних газованих напоїв, соків, шоколадок, дрібних презентів. В елітних закладах це робили не так масово. Як правило, в цій категорії закладів як привілей для клієнта найчастіше пропонується безкоштовне блюдо від шеф-кухаря.

Досить активно ресторатори оптимізували і кількість персоналу. Згідно з даними дослідження активніше за інших скорочували персонал елітні ресторани, систему знижок у період розвитку кризи найактивніше застосовували середньоцінові ресторани, які дуже постраждали від втрати клієнтів. Правда, розміри знижок порівняно з докризовим рівнем помітно скоротилися – з 25–30 до 15–20 %.

З початком кризи і зниженням обсягів продажу майже на всіх продовольчих ринках між постачальниками продуктів харчування дуже посилилася конкуренція. Сьогодні рестораторам не станеться великих труднощів знайти постачальника, який пропонує нижчі ціни та привабливіші умови постачання товару, що при цьому зберігає високу якість.

Варто також відзначити, що деякі власники елітних ресторанів почали пропонувати додаткові послуги.

**Висновки.** Ресторанний бізнес в Україні перебуває в стадії розвитку і ще далекий від насичення, розвиток ресторанного господарства у великих містах відбувається досить неоднорідно. Подальший розвиток ринку буде спрямовано в бік більш вузького позиціонування і створення сильних мережевих брендів. Незважаючи на стрибки показників по товарообігу в негативну сторону, що обумовлено кризовою ситуацією в Україні, ресторанний бізнес залишається перспективним напрямом для інвесторів, які можуть вкласти свої грошові кошти в найбільш затребувані підприємства ресторанного господарства: заміські заклади, заклади одного продукту або напою, дитячі кафе, заклади різних типів, що знаходяться під франчайзинговою мережею, орієнтовані на середній ціновий сегмент.

#### Список використаної літератури

1. Варфоломеева В. Л. Главные направления развития массового питания / В. Л. Варфоломеева // Коммерческое дело в России: история, современное состояние, будущее : тезисы докл. междунар. науч.-практ. конф. – М. : Изд-во МГУК, 1999. – 88 с.
2. Костенюкова Г. А. Ресторанный бизнес как составная часть общественного питания, проблемы и возможности на региональном уровне / Г. А. Костенюкова, О. А. Аничкина // Актуальные вопросы экономики и управления : материалы II междунар. науч. конф. – М. : Буки-Веди, 2013. – С. 50–52.
3. Аветисова А. О. Ресторанні мережі: конкурентні переваги, проблеми, перспективи розвитку / А. Аветисова // Вісник соціально-економічних досліджень. – 2005. – № 28. – С. 117–123.
4. Антонова В. А. Конкуренція і управління конкурентоспроможністю підприємств ресторанного господарства в умовах становлення ринку / В. А. Антонова // Науковий вісник Полтавського університету споживчої кооперації України. – 2007. – № 1 (21). – С. 54–57.
5. П'ятницька Г. Т. Вплив інноваційних змін на діяльність підприємств ресторанного господарства / Г. Т. П'ятницька, Н. О. П'ятницька // Економіка розвитку. – 2013. – № 1. – С. 122–126.
6. Григоренко Ю. Ресторанный бизнес: между падением и ростом / Ю. Григоренко // Академия предпринимательства : журнал для владельцев ресторанного и гостиничного бизнеса. – 2014. – № 1.
7. Державний комітет статистики України (2014) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>
8. Роздрібна торгівля України у 2011 році / [Держкомстат України ; під загальним керівництвом В. О. Пішейка]. – К. : Консультант, 2012. – 177 с.
9. Ресторанный бизнес рос наравне с инфляцией в 2010 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.franchising.org.ua/novosti/ukraina-obshhepit-restorannyj-biznes-ros-naravne-s-inflaciej-v-2010g.html>
10. Ринок ресторанного бізнесу України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://poglyad.com/blog-4/post-437>

#### References

1. Varfolomeeva, V. L. (1999) Main directions of catering development. *Kommercheskoe delo v Rossyy: istoriya, sovremennoe sostoyaniye, budushchee*: brief outline report of internat. scient.-pract. conf. Moscow: Yzd-vo MGUK, 88 p.
2. Kostenyukova, H. A. and Anichkina, O. A. (2013) Restaurant business as a component of catering, problems and possibilities at regional level. *Aktual'nye voprosy ekonomiky i upravleniya*: materials of the II internat. scient. conf. Moscow: Buki-Vedy, pp. 50-52.
3. Avetysova, A. O. (2005) Restaurant networks: competitive advantages, problems, prospects of the development. *Visnyk sotsial'no-ekonomichnykh doslidzhen'*, (28), pp. 117-123.
4. Antonova, V. A. (2007) Competition and management by restaurant enterprises competition in the conditions of market formation. *Naukovyy visnyk Poltavs'koho universytetu spozhyvchoyi kooperatsiyi Ukrayiny*, 1 (21), pp. 54-57.
5. Pyatnyts'ka, H. T. and Pyatnyts'ka, N. O. (2013) The influence of innovative changes on the activity of restaurant enterprises. *Ekonomika rozvytku*, (1), pp. 122-126.
6. Grigorenko, Yu. (2014) Restaurant business: between decline and growth. *Akademiya predprinimatel'stva*: journal for owners of restaurant and hotel business, (1).
7. State statistics committee of Ukraine (2014) [Internet]. Available from: <<http://www.ukrstat.gov.ua/>>
8. Retail trade of Ukraine in 2011 (2012) Derzhkomstat Ukrayiny. In: V. O. Pishcheyko (Ed.). Kyiv: Konsul'tant, 177 p.
9. Restaurant business grew equally with inflation in 2010 [Internet]. Available from: <<http://www.franchising.org.ua/novosti/ukraina-obshhepit-restorannyj-biznes-ros-naravne-s-inflaciej-v-2010g.html>>
10. The market of restaurant business of Ukraine [Internet]. Available from: <<http://poglyad.com/blog-4/post-437>>

Стаття надійшла до редакції 24.09.2014.

Рецензенти: Л. М. Чепурда, д.е.н., професор, зав. кафедри туризму та готельно-ресторанної справи ЧДТУ; І. П. Мігус, д.е.н., професор, зав. кафедри менеджменту та економічної безпеки ЧНУ ім. Б. Хмельницького.