

УДК 338.486

DOI: <http://doi.org/10.32589/2412-9321.28.2023.280604>

Н. В. ІВАСИШИНА

Національний транспортний університет, Україна

e-mail: : ivasishina_n@ukr.net

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-6273-7919>

РОЗВИТОК РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА В УКРАЇНІ

Анотація

Метою статті є розгляд аспектів розвитку ресторанного господарства в Україні. На сьогоднішній день в Україні в сфері ресторанного господарства великого значення має не тільки якість продукції, але й надання послуг та відповідного сервісу у різних сферах діяльності. Надання послуг – це те, що поєднує організацію харчування та відпочинку з елементами додаткового обслуговування являється невід’ємною частиною діяльності закладів ресторанного господарства. Надання послуг вищої якості, у порівнянні з конкурентами - один із пріоритетних напрямів формування стратегічних конкурентних переваг. Також слід зауважити, що надання послуг має не просто задовільняти потреби споживачів, але й перевищувати їх очікування. Саме через це, власнику, або відповідним спеціалістам ресторанних закладів необхідно частіше проводити аналіз своєї цільової аудиторії що якомога точніше виявляти потреби та очікування клієнтів. **Методологія** ґрунтується на принципах системності й науковості. Використано такі методи, як аналітико-синтетичний, метод порівняльного аналізу. **Наукова новизна.** В науковому дослідженні увага зосереджена на удосконаленому вивченні розвитку ресторанного господарства України, аналізі факторів впливу та прогнозуванні перспектив його розвитку. **Результати дослідження.** Визнано, що сучасні фактори організаційно-економічного розвитку громадського харчування в світі базуються й на глибокому вивченні запитів і потреб споживачів, використанні інформаційних технологій та мобільного зв’язку для забезпечення процесу продажу послуг. Запропоновані шляхи модернізації кулінарної освіти в Україні.

Ключові слова: ресторанне господарство, ресторанний бізнес, заклад ресторанного господарства, пандемія, воєнний стан, ресторани послуги.

DEVELOPMENT OF THE RESTAURANT BUSINESS IN UKRAINE

Abstract

The purpose of the article is to consider aspects of the development of the restaurant industry in Ukraine. Today, in Ukraine, not only the quality of products, but also the provision of services and appropriate service in various spheres of activity is of great importance in the restaurant industry. The provision of services is something that combines the organization of meals and recreation with elements of additional service and is an integral part of the activity of restaurant establishments. Providing services of higher quality, in comparison with competitors, is one of the priority directions for the formation of strategic competitive advantages. It should also be noted that the provision of services should not only satisfy the needs of consumers, but also exceed their expectations. It is because of this that the owner or relevant specialists of restaurant establishments need to conduct an analysis of their target audience more often in order to identify the needs and expectations of customers as accurately as possible. **The methodology** is based on the principles of systematicity and scientificity. Such methods as analytical-synthetic, the method of comparative analysis were used. Scientific novelty. **In the scientific** study, the attention is focused on the advanced study of the development of the restaurant industry in Ukraine, the analysis of influencing factors and the forecasting of its development prospects. **Research results.** It is recognized that the modern factors of the organizational and economic development of public catering in the world are also based on a deep study of the requests and needs of consumers, the use of information technologies and mobile communication to ensure the process of selling services. Proposed ways to modernize culinary education in Ukraine.

Key words: restaurant business, restaurant establishment, pandemic, martial law, restaurant services.

Вступ. Сьогодні ресторанне господарство в Україні фактично не відповідає вимогам міжнародних стандартів. Головні проблеми, які перешкоджають ефективному функціонуванню, зокрема це не повністю розвинений ринок ресторанного бізнесу, спричинений неврахуванням розвитку інфраструктури міст, транспортних мереж, використанням застарілих технологій та застарілого обладнання, споживанням екологічно небезпечної сировини, недотриманням вимог у сфері виробництва страв, низьким рівнем ефективності підготовки фахівців у цій сфері, високою вартістю послуг, пандемічними обмеженнями. Однак, доцільно відзначити, що ресторанний бізнес, будучи складовою індустрії гостинності, являється також одним із найперспективніших напрямів розвитку національної економіки. Ефективне функціонування сфери ресторанного бізнесу є позитивним показником змін в економіці держави, її регіонів та важливою передумовою активізації розвитку міжнародних зв'язків. Проте, сучасні реалії у світовій економіці, пандемія COVID-19 та введення воєнного стану 24 лютого 2022 року внесли свої корективи у діяльність закладів ресторанної сфери. Тому особливо актуальним є розкриття сучасних тенденцій розвитку ресторанного бізнесу в Україні.

Великою та основною частиною індустрії гостинності являється є бізнес, який включає в себе кілька великих підприємств, що займаються випуском різноманітної харчової продукції, а також невеликі приватні організації: ресторани, кафе, барів. Підприємство ресторанного господарства – самостійний суб'єкт господарювання з правом юридичної особи, створений для виробництва, реалізації та надання послуг споживання продукції та організації дозвілля населення; організаційно-структурна одиниця у сфері ресторанного господарства.

Місія ресторанів полягає у задоволенні потреб споживачів в організації харчування та дозвілля допомогою за допомогою товарів та послуг що надаються саме в тому чи іншому ресторані. Нижче представлений перелік послуг, які можуть бути наданими господарствами ресторанних послуг: послуги харчування; послуги з виготовлення кулінарної продукції і кондитерських виробів; послуги з організації споживання та обслуговування; послуги з реалізації кулінарної продукції; послуги з організації дозвілля; інформаційно-консультативні послуги тощо.

Отже, ресторан – організація ресторанної індустрії з широким асортиментом страв складного приготування, що включають перші, другі страви та десерти, також замовлення зазвичай включають напої алкогольні та безалкогольного вмісту. Заклади ресторанного господарства поділяються на наступні класи: «люкс», «вищий», «перший», в залежності від якості надаваних послуг. На сьогоднішній день сукупність кафе, ресторанів, закладів громадського харчування налічує більше 60 тис. об'єктів організацій даного типу (Бутенко & Стрельченко, 2016, с. 19–20).

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Сьогодні у вітчизняній історіографії існує низка наукових праць, присвячених особливостям розвитку ресторанного бізнесу в Україні. Дослідженням структурних змін у функціонуванні закладів ресторанного господарства присвятили свої праці Гінда М. І. (2016), Найдюк В. С., П'ятницька Г. Т. (2017). Вагомим внеском у розробку проблеми стала публікація І. Воловельської, О. Лоєнко (2016). Основні завдання дослідження полягають в аналізі стану ресторанного господарства в Україні, визначенні особливостей та перспектив, а також основних сучасних тенденцій розвитку ресторанного бізнесу в країні.

Особливу увагу заслуговує публікація Бутенко О. П. & Стрельченко Д. О. (2016) де розглядаються основи організації роботи закладів ресторанного господарства.

Мета статті – на основі аналізу наявних джерел розглянути теоретичні аспекти моделювання динаміки ринку ресторанного господарства України, визначити чинники, що впливають на розвиток ринку ресторанного бізнесу.

Для досягнення поставленої мети передбачено розв'язати такі **завдання**: визначити теоретичні засади розвитку ринку ресторанного бізнесу; визначити сучасний стан розвитку ринку ресторанного бізнесу в Україні; визначити інноваційні шляхи розширення ринку ресторанного бізнесу України.

Методи та методологія проведеного дослідження. У роботі використано такі методи, як абстрактно-логічний (теоретичні узагальнення та формулювання висновків), аналітико-синтетичний, метод порівняльного аналізу. Теоретична і методологічна основа дослідження базується на фундаментальних положеннях економічної теорії з вивчення проблемних сторін стратегії розвитку ринку високотехнологічної продукції.

Виклад основного матеріалу дослідження. Ресторанний бізнес є однією із найбільш важливих складових індустрії гостинності. Всі заклади та підприємства повинні мати високий рівень конкурентоспроможності. Але кризові явища, пандемія, військова агресія Росії, поставили ресторанне господарство України на межу виживання. Тому питання реформування і адаптації галузі в умовах військової агресії є актуальним.

Повномасштабна війна стала важким випробуванням для підприємств. Проте найсильніші адаптувалися. Хтось навчився працювати під обстрілами або переїхав. Дехто знайшов нові ринки збуту і вийшов на закордонного споживача. А були й такі, що зуміли навіть збільшити дохід.

Зклади ресторанного господарства можуть класифікуватися за видами економічної діяльності (Борисова, 2017, с. 8–9).

– підприємства, що продають їжу та напої, для споживання на місці (ресторани, кафе, кафетерії та закусочні);

– підприємства, що містять в своєму меню напої та обмежений перелік страв (бари);

– підприємства, що реалізують продукцію (їжа та напої), зазвичай за зниженими цінами, основними споживачами яких є особи, об'єднані професійними ознаками. До таких закладів відносять їдальні та буфети;

– підприємства, що готують їжу на своїх потужностях, а потім передають її на реалізацію іншим закладам, де її будуть споживати. До таких закладів належать ресторани, що виконують кейтерингові заходи, фабриказаготівельня, фабрика-кухня та домашня кухня (Гінда, 2016, с. 303).

Також існує ряд проблем в організації праці закладів ресторанного господарства на території України, що обов'язково потребують вирішення (Воловецька & Лоєнко, 2016, с. 117–118):

1) Одним із мінусів в цій сфері є управління і методи, якими обслуговують клієнтів. Низка підприємців зі старої школи управління персоналом, базованої на структурі підприємств не бажають йти в ногу з часом, що відвертає потенційних професійних працівників, що прагне працювати за новими, Європейськими стандартами управління та обслуговування.

2) Відсутність грамотної рекламної діяльності, спричинене неефективною маркетинговою політикою підприємства.

3) Недосконалі технології виробництва продукції, погіршують ефективність процесів приготування, зберігання, реалізації продукції.

4) Політика підбору та роботи з кадрами.

(Івашина, 2017, с. 318).

Найкращим підходом для підвищення конкурентоспроможності ресторанів є впровадження інновацій. Сфера послуг – ланка економіки, що спрямована на

споживачів. Сучасний розвиток суспільства дійшов до тієї стадії, коли задоволення базових потреб людини сприймається як щось очевидне, постає питання, як можна захопити гостей до ресторану (Миронова & Миронов, 2020, с. 518).

Сьогодні інноваційні рішення, треба оптимізувати управління інноваційними проектами, розробляти процедури керування процесами та вартістю інноваційного проекту. Постійне запровадження інновацій в процес діяльності закладів ресторанної індустрії зумовлене короткочасністю їхньої дії. Сучасний світ постійно змінюється, розвивається, існує величезна кількість інформаційних ресурсів, тому навіть найрадикальніша інновація через деякий час буде доступна конкурентам (П'ятницька & Найдюк, 2017, с. 68–69).

Ресторанний бізнес - це найбільш динамічно розвинутий і високоприбутковий, а, отже, перспективний для інвестицій і привабливий для підприємців сегмент українського ринку послуг. Нововведення в ресторанах – це комплексний підхід по організації високоякісного, конкурентоспроможного, ефективного, прибуткового та індивідуального бізнесу. Інноваційна діяльність передбачає застосування нових наукових, інженерних, маркетингових, управлінських технологій та рішень на практиці (Гоблик-Маркович, 2018, с. 27).

Найчастіше, на практиці, в ресторанному господарстві застосовуються декілька видів інновацій, найбільш притаманних цьому виду підприємницької діяльності:

– Маркетингові інновації. Під маркетинговими інноваціями розуміються робота над дизайном підприємства, його концепції, ідеї, проводиться робота із орієнтованими споживачами, розробляється рекламна кампанія. Маркетингові інновації працюють на зовнішнє сприйняття ресторану, людей захоплює незвичний зовнішній вигляд, диковинки. Ці інновації впливають на підсвідомість гостей, що виберуть щось незвичне, що привертає увагу.

– Продуктові інновації. Такий вид інновацій спрямований на розробку меню з новими стравами, що включають тенденції світової харчової індустрії, спрямовані на екологізацію продуктів, покращення органолептичних властивостей. Продуктові інновації також мають направленість на підвищення безпеки в закладах харчування (Воловецька & Лоєнко, 2016, с. 119).

– Організаційні інновації. Це і організація навчання персоналу, впровадження критеріїв оцінювання ефективності його роботи.

– Ресурсні інновації. Спрямовані на покращення використання ресурсів підприємства. Дані інновації спрямовані на більш ефективний процес витрат, економічне використання технічних потужностей на підприємстві. Такий вид інновацій більше впливає на саме підприємство, ніж на його споживачів.

– Технологічні інновації. Даний вид інновацій пов'язаний з використанням більш потужних, економічних, ефективних пристроїв на підприємстві. Використання наукових здобутків суспільства для кращої організації.

Серед технологічних інновацій варто виділити такі:

- Надавання можливості гостям бронювати столики, замовляти їжу через певні сайти, додатки;

- Безкоштовний Wi-Fi у закладі.

- Використання QR-коду, що дає змогу додавати інформацію гостям, яким потрібно лише відсканувати його телефоном.

Авангардом ексклюзива стала кухня стилю «fusion» (змішана); другий напрям, що сьогодні в попиті у споживача, – низькокалорійне меню (східна кухня, особливо японська і китайська), хоча безпосередньо після фінансової кризи в українських ресторанах переважає українська національна кухня. Формується і спостерігається

зростання популярності італійської кухні, а також кухні середземноморської спрямованості (Гінда, 2016, с. 304).

Висновки і перспективи подальших досліджень. Таким чином, ринок ресторанних послуг України має величезний потенціал і перспективи розвитку, а перейняття зарубіжного досвіду, в свою чергу, сприятиме становленню високорозвиненого ресторанного господарства в нашій країні, що буде об'єднувати у собі як міжнародні, так і національні риси. Щоб вистояти у складних умовах, власники ресторанного бізнесу трансформують звичні формати діяльності та активізують всі можливі резерви та ключові ресурси. З огляду на те, що на сучасному етапі розвитку сфера ресторанної індустрії є глобальним комп'ютеризованим бізнесом, який базується на інтернет-технологіях та альтернативних online-сервісах, у сучасних умовах вони мають бути максимально задіяні в діяльності підприємств ресторанного бізнесу. Інформаційні технології сьогодні, як ніколи раніше, стають все більш цінним ресурсом у підприємствах ресторанного бізнесу, допомагаючи рестораторам не тільки зберегти життєздатність, але й розкрити нові перспективні напрями розвитку. В той же час, сучасна парадигма становлення і функціонування комерційного сектору громадського харчування в Україні формується на засадах передового світового досвіду і зорієнтована на помірність цін і демонструє зростаючий тренд, обслуговуючи соціально-демографічні групи населення з певним рівнем платоспроможності та інтересів, пособом життя.

ЛІТЕРАТУРА

- Борисова, О. О. (2017). *Інноваційний розвиток системи економічної безпеки підприємств сфери ресторанного бізнесу*: автореф. дис. канд. екон. наук: спец. 21.04.02 «Економічна безпека суб'єктів господарської діяльності»; Вищий навчальний заклад «Університет економіки та права «КРОК».
- Бутенко, О.П., Стрельченко, Д.О. (2016). Стан ресторанного господарства України та перспективи його розвитку. *Вісник економіки транспорту і промисловості*, 56, 18–24.
- Воловельська, І. В., Лоєнко, О. (2016). Сучасні тенденції розвитку ресторанного бізнесу в Україні. *Вісник економіки транспорту і промисловості*, 55, 115–118.
- Гінда, М. І. (2016). *Тенденції розвитку ресторанного господарства*. Збірник матеріалів Всеукраїнської науково-практичної конференції «Актуальні проблеми економіки та управління в умовах системної кризи». Львів: МАУП, 301–306.
- Гоблик-Маркович, Н. М. (2018). Напрями формування сучасної маркетингової стратегії розвитку підприємств готельно-ресторанного бізнесу. *Перспективи розвитку готельно-ресторанної індустрії України: теорія, практика, інновації розвитку : тези доповідей Всеукраїнської науково-практичної конференції*. Мукачево : РВВ МДУ, 24–26.
- Домбровська, С. М. (2019). Державна політика формування сервісно-орієнтованої економіки сфери послуг. *Інвестиції: практика та досвід*, 10, 105–110.
- Звіти Державної служби статистики України.
URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (Дата звернення 10.04.2023)
- Івашина, Л. Л. (2017). Перспективи та проблеми кейтерингу в Україні. *Глобальні та національні проблеми економіки*, 17, 314–317.
- Миронова, М. І., Миронов, Ю. Б. (2020). Показники ефективності діяльності підприємств індустрії гостинності. *Сучасні технології менеджменту, інформаційне, фінансове та облікове забезпечення розвитку економіки в умовах*

- євроінтеграції* : Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції. Черкаси : Східноєвропейський університет економіки і менеджменту, 517–520.
- П'ятницька, Г. Т., Найдюк, В. С. (2017). Сучасні тренди розвитку ресторанного господарства в Україні. *Економіка та держава*, 9, 66–73.
- Mulford Hoyos M., Vergara Castro L., Plata de Plata D. (2014). Tienda virtual: social market Colombia. *Multiciencias*, 14, 268–275.

REFERENCES

- Borysova, O. O. (2017). *Innovatsiyni rozvytok systemy ekonomichnoi bezpeky pidpriemstv sfery restorannoho biznesu*: avtoref. dys. kand. ekon. nauk: spets. 21.04.02 «Ekonomichna bezpeka subiektiv hospodarskoi diialnosti»; Vyshchyi navchalnyi zaklad «Universytet ekonomiky ta prava «KROK».
- Butenko, O. P., Strelchenko, D. O. (2016). Stan restorannoho gospodarstva Ukrainy ta perspektyvy yoho rozvytku. *Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti*, 56, 18–24.
- Volovelska, I. V., Loienko, O. (2016). Suchasni tendentsii rozvytku restorannoho biznesu v Ukraini. *Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti*, 55, 115–118.
- Hinda, M. I. (2016). *Tendentsii rozvytku restorannoho gospodarstva*. Zbirnyk materialiv Vseukrainskoi naukovo-praktychnoi konferentsii «Aktualni problemy ekonomiky ta upravlinnia v umovakh systemnoi kryzy». Lviv: MAUP, 301–306.
- Hoblyk-Markovych, N. M. (2018). Napriamy formuvannia suchasnoi marketynhovoï stratehii rozvytku pidpriemstv hotelno-restorannoho biznesu. *Perspektyvy rozvytku hotelno-restoranoi industrii Ukrainy: teoriia, praktyka, innovatsii rozvytku : tezy dopovidei Vseukrainskoi naukovo-praktychnoi konferentsii*. Mukachevo : RVV MDU, 24–26.
- Dombrovska, S. M. (2019). Derzhavna polityka formuvannia servisno-oriientovanoi ekonomiky sfery posluh. *Investytsii: praktyka ta dosvid*, 10, 105–110.
- Zvity Derzhavnoi sluzhby statystyky Ukrainy.
URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (Data zvernennia 10.04.2023)
- Ivashyna, L. L. (2017). Perspektyvy ta problemy keiterynhu v Ukraini. *Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky*, 17, 314–317.
- Myronova, M. I., Myronov, Yu.B. (2020). Pokaznyky efektyvnosti diialnosti pidpriemstv industrii hostynnosti. Suchasni tekhnolohii menedzhmentu, informatsiine, finansove ta oblikove zabezpechennia rozvytku ekonomiky v umovakh yevrointegratsii : Materialy Vseukrainskoi naukovo-praktychnoi konferentsii. Cherkasy : Skhidnoievropeiskyi universytet ekonomiky i menedzhmentu, 517–520.
- Piatnytska, H. T., Naidiuk, V. S. (2017). Suchasni trendy rozvytku restorannoho gospodarstva v Ukraini. *Економіка та держава*, 9, 66–73.
- Mulford Hoyos M., Vergara Castro L., Plata de Plata D. (2014). Tienda virtual: social market Colombia. *Multiciencias*, 14, 268–275.