

УДК 658:3

**Т. В. Лівощко**кандидат економічних наук, доцент  
Запорізький національний технічний університет**ЕКОНОМІКО-ОРГАНІЗАЦІЙНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ  
РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ**

*У статті розкрито сучасні тенденції розвитку ресторанного господарства. Зазначено, що особливість сучасної ситуації полягає в тому, що розвиток ресторанної справи відбувається в комплексі з розвитком ринку різноманітних послуг сфери споживання. Наголошено, що обсяг інвестицій у цей сектор економіки збільшується з кожним роком. Розглянуто проблеми, пов'язані з використанням цих інвестицій.*

**Ключові слова:** ресторанне господарство, інвестиції, бізнес, ресторанна справа.

**I. Вступ**

Розвинене ресторанне господарство є прибутковим сектором економіки кожної країни, який, крім обслуговування різних контингентів споживачів та надання їм послуг у сфері харчування, вигідно позиціонує таку країну на міжнародному ринку. Розвинена сфера послуг, складовою якої є ресторанне господарство, є ознакою належного соціально-економічного рівня країни, прогресивної структури її господарства.

Сьогодні ресторанний бізнес перебуває лише на стадії зародження. Такий вид бізнесу залишається привабливим як довгострокова інвестиція з імовірною прибутковістю в 15–20% або незалежно від збитковості як іміджевий інструмент його власника. За інформацією Асоціації ресторанного бізнесу України, темпи розвитку ринку ресторанних послуг коливаються в межах 60–100% на рік.

Важливим сегментом економіки держави та активним суб'єктом ринкового середовища є підприємництво. Розвиток підприємництва дає змогу розкрити людську сутність і допомагає розвинути професійні здібності, особливо коли справа започаткована у сфері споживання. Науковці досить часто присвячують свої праці ринку послуг у сфері споживання. Так, результати аналізу різноманітних аспектів розвитку ресторанного господарства висвітлено в дослідженнях українських (О. Кочерги, М. Пересічного, Н. П'ятницької, Н. Смірної, І. Скавронської, О. Тімченко, О. Ткаченко, Г. Чернової та ін.) і зарубіжних науковців (Е. Gheribi, Е. Kwiatkowska, G. Levytska). Крім цього, фундаментальні та прикладні аспекти розвитку громадського харчування, зокрема сфери ресторанного бізнесу, розглянуто в працях таких дослідників: А. Аветисової, В. Антонової, В. Архіпова, В. Варфоломеевої, К. Егертона-Томаса, В. Найдюк, Л. Нечаюк, В. Пивоварова, Г. П'ятницької, О. Сватюк, Н. Телеш, Т. Шталь та ін.

Однак, незважаючи на значні наукові напрацювання з цієї проблематики, окремі її а-

спекти, зокрема сучасний стан і тенденції розвитку ресторанного господарства України, потребують подальшого наукового аналізу.

Актуальність цієї теми полягає в динамічному розвитку ресторанного ринку України, який зумовлено посиленням конкурентної боротьби між закладами харчування, появою нових форм організації закладів і використанням інноваційних підходів у діяльності підприємств ресторанного господарства країни.

**II. Постановка завдання**

Мета статті – дослідити економіко-організаційні аспекти розвитку ресторанного бізнесу в Україні.

**III. Результати**

Заклад ресторанного господарства – це організаційно-структурна одиниця у сфері ресторанного господарства, яка провадить виробничо-торговельну діяльність. Заклад виробляє та (або) доготовує, продає та організовує споживання продукції власного виробництва та купованих товарів. Також він може організувати дозвілля споживачів (п. 1.3 Правил роботи закладів (підприємств) ресторанного господарства, затверджених наказом Мінекономіки та з питань європейської інтеграції від 24.07.02 р. № 219).

Сучасний ресторанний бізнес пропонує широку номенклатуру послуг. Стандартні вимоги до здійснення послуг задекларовано в ДСТУ 3279-95 "Стандарти послуг. Основні положення", ГОСТ 30335-95 "Услуги населению. Термины и определения", ГОСТ 30523-97 "Услуги общественного питания. Общие требования" (останні два є міждержавними стандартами, визнаними Україною як національні).

У цих нормативно-технічних документах наведено стандартний перелік послуг для населення, що користується продукцією та послугами закладів (підприємств) громадського харчування. Але в ресторанній справі немає меж досконалості, види та обсяг послуг залежать від платоспроможності споживача, тому й з'являються нові їх види: години фортуни та щасливі години для гостей; гастрономічні шоу;

урочиста презентація страв; бар-шоу; послуги сомельє, рибалка та кулінарне приготування в присутності гостя; караоке; кімнати для паління; знижки постійним клієнтам; виїзний кейтерінг з організацією дозвілля та широким спектром різноманітних послуг; відпочинок і розваги на воді, землі та в повітрі тощо.

Зараз практично кожен заклад громадського харчування прагне здивувати клієнтів своїми фірмовими стравами. Завважимо, що Правилами № 219 дозволено самостійно розробляти й затверджувати фірмові страви та вироби. Але при цьому необхідно дотримуватися вимог Порядку, затвердженого наказом Мінекономіки від 25.09.2000 р. № 210 (далі – Порядок № 210).

Фірмова страва – це страва (кулінарний, борошняний кондитерський виріб), що виготовляється в конкретному закладі ресторанного господарства за оригінальною авторською рецептурою із присвоєнням їй фірмової назви, на яку поширюється право захисту інтелектуальної власності.

На фірмові страви, кулінарні та борошняні кондитерські та булочні вироби, напої ресторан повинен підготувати технологічну документацію. Це сукупність документів, що визначають технологічний процес виготовлення виробів. До документації належать: збірники рецептур страв, кулінарних, борошняних кондитерських і булочних виробів, технологічні інструкції та технологічні карти.

Фірмові страви й вироби повинні відповідати вимогам ГОСТ 30390-95 “Громадське харчування. Кулінарна продукція, що реалізовується населенню. Загальні технічні умови” та іншим нормативним документам на зазначені вироби. Оформленню такої документації треба приділяти багато часу.

Протягом років незалежності в Україні розвивається культура їжі на вулицях. Цей ринок щороку зростає в середньому на 20–30%. Експерти оцінюють його ємність у понад 2 млрд дол. США. Так званий стріт-фуд в Україні представляють близько 20 крупних мережевих і сотні дрібних локальних компаній. Попит задоволено далеко не повністю – близько 65% у Києві та на 30–40% в інших регіонах країни.

Цей сектор ринку демонструє різноманітність закладів (кіоски, мобільні кав'ярні та піцерії тощо), нові тематичні концепції, кулінарне різноманіття, різні цінові рівні, а також стремління до якісної, здорової, збалансованої їжі та постійне збільшення асортименту продукції (свіжі соки, натуральна кава, млинці, салати, сендвічі, піцца, солодоші). Гравці ринку намагаються створювати власні ніші й ставати там першими, ніж залишатися на другорядних позиціях у чужих [1, с. 15].

Сьогодні ресторанний бізнес має розвинену систему організації діяльності та різноманітне оформлення таких закладів під тематичне оздоблення.

Основним критерієм вибору закладу споживачами все частіше стає якість кухні, а тенденція “демократизації” зумовила появу ресторанів із красивим інтер'єром, меблями та посудом, але з досить доступними цінами.

Найбільш затребуваними є заклади в середньому та низькому ціновому сегменті, які пропонують страви української кухні. Активно розвиваються також заклади з італійською (піцерії) та японською кухнею, які є особливо популярними серед молоді, кав'ярні, кондитерські, булочні, паби (з власними міні-пивоварнями), фаст-фуди й стріт-фуди.

Останнім часом в Україні з'явилися так звані вільні або креативні простори, які часто називають себе “коворкінгами”, “некафе” або “smart cafe”. Вони можуть розташовуватися в центрі міста або в офісних центрах. Основна концепція таких закладів – безкоштовно все, крім чаю. 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 і маркетологів.

Коворкінг – це модель роботи, коли працівники залишаються вільними й незалежними та використовують вільний простір для своєї діяльності. Займатися своїми справами вони можуть у коворкінг-центрах або в креативних просторах, винайнявши робоче місце на місяць, день або декілька хвилин.

Саме побудова такої мережі є запорукою розвитку в майбутньому. Незалежним закладам стає все важче конкурувати з маркетинговими стратегіями крупних операторів ринку, оскільки вони не мають переговорної сили з постачальниками сировини, продуктів і напоїв, а тому змушені купувати дорожче, що відображається на рентабельності їх бізнесу.

Для утримання постійних відвідувачів і залучення нових в умовах жорсткої конкуренції використовують 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 є сьогодні основним фактором успішних концепцій розвитку сфери послуг і споживання товарів.

Серед найбільш поширених інновацій у ресторанному бізнесі варто відзначити такі:

1. Безкоштовний Wi-Fi в закладі.
2. Приготування кухарем фірмової страви закладу перед публікою (поряд із робочим місцем кухаря на кухні встановлюють камери, а по монітору на столику за його діями спостерігають лише ті відвідувачі, кому це цікаво).
3. Інтерактивне електронне меню, яке позбавляє клієнта великої кількості паперових сторонок і окремих винно-коктейльних карт. Електронне меню є каналом зв'язку між ад-

міністрацією та відвідувачами й дає змогу рестораторам швидко редагувати меню та вносити до нього нові страви. Клієнт може підібрати з карти вин закладу вино за ціною, регіоном, роком врожаю та букетом, а потім до нього – страву з меню, підрахувати калорійність страв і одразу ж побачити остаточний чек замовлення. В очікуванні замовлення він може пограти в ігри, почитати новини, “побродити” по Інтернету.

4. Використання QR-кодів. Їх можна розміщувати на будь-яких носіях, починаючи від касових чеків і меню та закінчуючи вивісками й столиками. Сканувати QR-код можна мобільним телефоном або відеокамерою ноутбука й зберегти в закладках свого гаджета. У QR-коді можна закодувати безліч інформації – історію закладу, авторство унікальних деталей інтер'єру, меню з детальною інформацією про страву. За допомогою QR-кодів ресторан може сповіщати своїх клієнтів про акції, реалізувати програми лояльності, влаштовувати інтерактивні опитування та голосування, отримувати відгуки про ресторан від клієнтів. Можна познайомити відвідувачів ресторану із сайтом закладу, запросити приєднатися до груп у соціальних мережах і підписатися на інформаційну розсилку. Використання QR-кодів відкриває нові необмежені можливості для on-line взаємодії компаній із своїми споживачами [4, с. 12].
5. Інтерактивний стіл – сучасне мультимедійне рішення, яке дає можливість клієнту обрати страву, прочитати про неї всю необхідну інформацію, зробити замовлення, яке одразу ж відправляється на кухню, включити онлайн-трансляцію приготування страви. Інтерактивні столи також є своєрідними посередниками між відвідувачами – можна знайомитися, обмінюватися цікавою інформацією, грати в шахи з відвідувачами за сусідніми столиками.
6. Інтерактивний бар – це інформаційно-розважальна система, вбудована в барну стійку. По суті, це інтерактивний екран, який відображає відеоефекти, характер та інтенсивність яких зумовлені наявністю предметів на стійці та поведінкою людини (склянка, ключі, мобільний телефон – усе, що залишить відвідувач на поверхні барної стійки, влаштує світлову виставу). Призначення такої технології – розважати клієнта та утримувати його в барі якомога довше [6, с. 46].

#### IV. Висновки

Отже, можна сказати, що з кожним роком в Україні з'являються все нові види громад-

ського харчування, починаючи від фаст-фудів і закінчуючи високоелітними ресторанами, тому необхідно значну увагу приділяти особливостям напрямів розвитку цієї сфери, а особливо темпам і динаміці інвестиційного розвитку, слідкувати за тим, як реагують на той чи інший тип ресторанного господарства споживачі, розглядати цей бізнес у контексті їх уподобань і напрямів упровадження інвестиційних вкладень в організацію цього бізнесу. Сучасний стан економіки та розвиток туристичного бізнесу дають змогу розширити сферу застосування інвестицій у ресторанне господарство.

#### Список використаної літератури

1. Васютинська Р., Тарасова О. Ресторан – це коли або пан, або пропав. *Галицькі контракти*. 2013. № 6. С. 236–242.
2. Гаркуша Н. М., Цуканова О. В., Горошанська О. О. Моделі і методи прийняття рішень в аналізі та аудиті: навч. посіб. Київ, 2011. 591 с.
3. Господарський Кодекс України від 16.01.2003 № 436-IV. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/436-15>.
4. Дзюба Н. Особливості обліку в закладах ресторанного господарства. Податки та бухгалтерський облік. 2007. № 71. С. 10–18.
5. Научные конференции, научные журналы. URL: <http://www.rusnauka.com>.
6. Ніколаєнко В. Громадське харчування: організація роботи, документальне оформлення, облік. *Бухгалтерія торговельного підприємства: від А до Я*. 2005. № 16.
7. Про власність: Закон України від 07.02.1991 № 697-XII. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/697-12>.
8. Про затвердження Методичних рекомендацій щодо впровадження національних положень (стандартів) бухгалтерського обліку у сфері громадського харчування і побутових послуг, гармонізованих з міжнародними стандартами: Наказ Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України від 17.06.2003 № 157.
9. Про правила роботи закладів (підприємств) ресторанного господарства: Наказ Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України від 24.07.2002 № 219 (редакція від 09.10.2006 № 309).
10. Шинкаренко І. Ножі та виделки ресторанного бізнесу. Україна, що жує, – очима француза. *Контракти*. 2004. № 24.
11. Restoran.ua – лучшие рестораны Украины. URL: <http://www.restoran.ua>.

Стаття надійшла до редакції 03.10.2017.

**Ливошко Т. В. Экономико-организационные аспекты развития ресторанного бизнеса в Украине**

*В статье раскрыты современные тенденции развития ресторанного хозяйства. Указано, что особенность современной ситуации состоит в том, что развитие ресторанного дела происходит в комплексе с развитием рынка разнообразных услуг сферы потребления. Подчеркнуто, что объем инвестиций в этот сектор экономики увеличивается с каждым годом. Рассмотрены проблемы, связанные с использованием этих инвестиций.*

**Ключевые слова:** ресторанное хозяйство, инвестиции, бизнес, ресторанное дело.

**Livoshko T. Economic and Organizational Aspects of Development of Restaurant Business are in Ukraine**

*The article reveals the modern tendencies of restaurant industry development. The peculiarity of today's situation is that the development of restaurant business takes place in conjunction with the development of the market for a variety of services in the sphere of consumption. The volume of investment in this sector of the economy increases with each passing year, the problems associated with the use of these investments are dedicated to this study.*

*However, despite significant scientific developments on this issue, some of its aspects, in particular the current state and trends of the restaurant industry in Ukraine, require further scientific study. The urgency of this topic is the dynamic development of the restaurant market in Ukraine, which is conditioned by the intensification of competition between food establishments, the emergence of new forms of organization of institutions and the use of innovative approaches in the restaurant industry enterprises.*

*Innovative approaches in the organization of customer service, cooking, and marketing are used to keep the regular visitors and attract new ones in a tough competition. It is the service, online communication, traffic optimization, online ordering, home delivery, business loyalty tools, social networking and adaptation of mobile gadgets are today the main factor in successful concepts of service and product development*

*Every year in Ukraine new types of catering are beginning, ranging from fast food and ending with high-end restaurants, so much attention needs to be paid to the peculiarities of the areas of development of this sphere, and especially the pace and dynamics of investment development.*

**Key words:** restaurant business, investment, business, catering industry.