

УДК 005.591.4:640.43(477)

П'ятницька Г.Т.

доктор економічних наук, професор,
професор кафедри менеджменту

Київського національного торговельно-економічного університету

Найдюк В.С.

Генеральний директор

ПрАТ «Компанія «Київенергохолдинг»

СТРУКТУРНІ ТРАНСФОРМАЦІЇ У РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ: АСПЕКТИ СПЕЦІАЛІЗАЦІЇ

Стаття присвячена виявленню сучасних тенденцій структурних трансформацій у розвитку ресторанного господарства України за аспектами функціональної спеціалізації підприємств ресторанного господарства. За результатами аналізу структурної перебудови у мережі ресторанного господарства України та даними опитування фахівців-практиків визначено причини, що зумовили зміни у спеціалізації підприємств ресторанного господарства. Встановлено чинники, що можуть обмежувати розвиток мереж різних типів підприємств/закладів ресторанного господарства у стратегічній перспективі та мають враховуватися у процесі розроблення стратегічного плану розвитку кожного підприємства ресторанного господарства України.

Ключові слова: структурні трансформації, підприємство ресторанного господарства, тип, спеціалізація, розвиток, мережа, стратегічний план.

Пятницкая Г.Т., Найдюк В.С. СТРУКТУРНЫЕ ТРАНСФОРМАЦИИ В РАЗВИТИИ РЕСТОРАННОГО ХОЗЯЙСТВА УКРАИНЫ: АСПЕКТЫ СПЕЦИАЛИЗАЦИИ

Статья посвящена выявлению современных тенденций структурных преобразований в развитии ресторанного хозяйства Украины по аспектам функциональной специализации предприятий ресторанного хозяйства. По результатам анализа структурной перестройки в сети ресторанного хозяйства Украины и данным опроса специалистов-практиков определены причины, обусловившие изменения в специализации предприятий ресторанного хозяйства. Установлены факторы, которые могут ограничивать развитие сетей различных типов предприятий/заведений ресторанного хозяйства в стратегической перспективе и должны учитываться в процессе разработки стратегического плана развития каждого предприятия ресторанного хозяйства Украины.

Ключевые слова: структурные трансформации, предприятие ресторанного хозяйства, тип, специализация, развитие, сеть, стратегический план.

Piatnytska G.T., Naidiuk V.S. STRUCTURAL TRANSFORMATIONS IN DEVELOPMENT OF THE UKRAINIAN CATERING TRADE: ASPECTS OF SPECIALIZATION

The article deals with revealing of modern tendencies of structural transformations in development of the Ukrainian catering trade on aspects of catering trade enterprises' functional specialization. The reasons that led to changes in the specialization of catering trade enterprises were identified and based on the results of the analysis of structural adjustment in the catering trade network of Ukraine and the data from questioning results of practitioners. Factors that can limit the development of different types of catering trade enterprises networks in the strategic perspective and should be taken into account in the process of developing a strategic plan of the development of each catering trade enterprise in Ukraine are established.

Keywords: structural transformations, catering trade enterprise, type, specialization, development, network, strategic plan.

Постановка проблеми. Приймаючи стратегічні рішення щодо розвитку бізнесу у тій чи іншій сфері економічної діяльності, варто мати чітке уявлення про тенденції та трансформації, що відбуваються на галузевому ринку. Останнє особливо актуально у сферах економічної діяльності, де підприємства мають розгалужену функціональну спеціалізацію. Однією з таких сфер є ресторанне господарство, у межах якого розвиваються мережі різних типів підприємств/закладів ресторанного господарства (РГ).

Оскільки ситуація на ринку послуг РГ України (як і інших країн світу) змінюється під впливом економічних, політичних, демографічних та інших факторів, на ньому постійно відбуваються певні структурні трансформації, у тому числі пов'язані зі спеціалізацією підприємств/закладів РГ. У зв'язку з цим виявлення сучасних тенденцій структурної перебудови за функціональною спеціалізацією мережі РГ України є актуальною проблемою. Її вирішення дасть змогу на практиці приймати більш зважені управлінські рішення щодо визначення стратегічних орієнтирів та формування стратегічних планів розвитку як ресторанного господарства загалом, так і окремих підприємств РГ.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Окремі аспекти розвитку сфери РГ України, у тому числі пов'язані зі структурною перебудовою національної

мережі РГ до 2013 р., висвітлювалися як у наших дослідженнях [18; 19 та ін.], так і в дослідженнях інших українських науковців [25; 26 та ін.]. В одному із наших попередніх досліджень [20] були детально розглянуті структурні трансформації сфери РГ, що пов'язані з розміром та регіональним розміщенням підприємств-суб'єктів підприємництва РГ України. Проте аспекти кількісних та структурних змін у спеціалізації мережі РГ України останнім часом залишалися поза увагою наукової громади.

Постановка завдання. У зв'язку з вищезазначеним основне завдання нашого дослідження полягає у проведеному аналізі структурних трансформацій у розвитку РГ України за змінами у спеціалізації її підприємств/закладів та у визначенні основних тенденцій цих структурних перетворень і причин, що їх зумовлюють.

Виклад основного матеріалу дослідження. Згідно з ДСТУ 4281:2004 «Заклади ресторанного господарства. Класифікація» [3] в Україні підприємства/заклади РГ за функціональною спеціалізацією поділяють на типи та об'єднують у групи (відповідно до КВЕД). За станом на початок 2013 р. в Україні у сукупності підприємств РГ юридичних осіб за КВЕД нараховувався 891 ресторан, 2384 кафе, 663 бари та 405 їдалень і підприємств із постачання готової їжі (табл. 1). Іншими словами, у структурі підприємств

РГ України за видами діяльності найбільші частки (54,89% та 20,52%) припадали на діяльність ресторанів та кафе, а найменша (9,33%) – на діяльність їдалень та підприємств, що постачають готову їжу.

Кількість підприємств-ресторанів, як свідчать дані табл. 1, протягом 2008–2012 рр. постійно збільшувалася, і лише на початок 2013 р. їх стало на 7 одиниць менше порівняно з попереднім роком. Варто відзначити, що і у період фінансової кризи, що розпочалася наприкінці 2008 р., і у період стабілізації ситуації після неї підприємства-ресторани України до 2014 р. стабільно мали середньорічний темп приросту своєї кількості понад 7%. Водночас в Україні з початку 2009 р. досить чітко сформувалася тенденція до зменшення кількості підприємств-кафе, підприємств-їдалень та підприємств із постачання готової їжі (див. табл. 1).

Вважаємо, що вищенаведені кількісні та структурні зміни відбулися внаслідок [19, с. 40]: 1) більш швидкої та більш вагомої економічної віддачі від вкладення коштів у розвиток підприємств, що здійснюють діяльність ресторанів (тим більше що майже ж цих підприємств на початок 2013 р. розміщувалася у м. Київ – столиці країни з мільйонним населенням та численним потоком туристів, які його відвідують як історичний, культурний, діловий центр Європи); 2) зменшення популярності підприємств, що здійснюють діяльність їдалень, та невисокі внутрішні запити на послуги підприємств, які займаються постачанням готової їжі; 3) загострення конкуренції на ринковому сегменті підприємств-кафе.

В Україні, згідно з даними табл. 1, простежується тенденція до збільшення кількості не тільки підприємств-ресторанів, але і закладів РГ типу «ресторан». Так, середньорічний темп приросту кількості закладів (об'єктів) РГ типу «ресторан» протягом 2008–2010 рр. був на рівні 2,2%, а протягом 2010–2014 рр. – майже 2,9%. У середньому на кожен із 1472 ресторанів станом на початок 2014 р. припадало 116 посадкових місць, що на 11,5% більше, ніж на початок 2008 р. Поряд із цим ще у період до 2014 р. в Україні сформувалася стійка тенденція до зменшення кількості закладів РГ типів «кафе», «закусочна», «буфет» підприємств – юридичних осіб та посадкових місць у них: якщо на початок 2008 р. на внутрішньому ринку країни діяло понад 11,4 тис. таких закладів із загальною місткістю 452,4 тис. місць, то на початок 2014 р. їх залишилося лише 8,1 тис. (тобто на майже 30% менше), а загальна кількість посадкових місць в них дорівнювала 343,6 тис. одиниць (тобто у понад 1,3 раза менше, ніж на початку 2008 р.). Водночас зауважимо, що протягом 2008–2014 рр. середня кількість місць у закладах цього типу хоча і незначно,

Таблиця 1

Динаміка розвитку підприємств та закладів ресторанного господарства за видами діяльності та типами в Україні впродовж 2008–2014 рр.

Показники	За станом на початок року							Середньорічні темпи приросту (+/-), %		
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2008–2010	2010–2013	2010–2014
Кількість підприємств РГ (за КВЕД), одиниць, у т. ч. здійснюють діяльність:	4468	5028	4785	4744	4751	4343	4147	3,49	-3,18	-3,51
ресторанів	615	698	708	792	898	891	н / і	7,29	7,96	-
кафе	2779	3034	2868	2803	2688	2384	н / і	1,59	-5,98	-
барів	618	814	754	715	727	663	н / і	10,46	-4,20	-
їдалень і з постачання готової їжі	456	482	455	434	438	405	н / і	-0,11	-3,81	-
Кількість закладів (об'єктів) РГ, одиниць, у т. ч. закладів типів:	26159	24946	24031	23369	22918	21619	20578	-4,15	-3,46	-3,80
ресторан	1259	1278	1315	1408	1460	1453	1472	2,20	3,38	2,86
кафе, закуочна, буфет	11423	10760	9825	9454	9049	8108	7434	-7,26	-6,20	-6,73
бар	2799	2703	2437	2453	2448	2266	2146	-6,69	-2,40	-3,13
їдальня	10609	10137	10391	9990	9891	9665	9441	-1,03	-2,39	-2,37
інших типів	69	68	63	64	70	127	85	-4,45	26,32	7,78
Кількість посадкових місць у закладах РГ, тис. одиниць, у т. ч. у закладах типів:	1674,4	1635,7	1620,2	1594,7	1570,7	1521,1	1471,9	-1,63	-2,08	-2,37
ресторан	131,5	138,8	146,7	155,4	161,1	169,5	170,3	5,62	4,93	3,80
кафе, закуочна, буфет	452,4	447,8	417,9	411,8	406,3	378,5	343,6	-3,89	-3,25	-4,78
бар	114,4	112,6	113,3	112,5	111,8	102,7	99,8	-0,48	-3,22	-3,12
їдальня	973,9	934,3	940,6	912,9	889,8	866,2	855,1	-1,72	-2,71	-2,35
інших типів	2,2	2,2	1,8	2,1	1,7	4,2	3,1	-9,55	32,64	14,56
Середня кількість посадкових місць, одиниць у розрахунку на один заклад РГ по: всій мережі РГ	64	66	67	68	69	70	72	2,32	1,47	1,65
ресторанах	104	109	112	110	110	117	116	3,77	1,47	0,81
кафе, закуочних, буфеттах	40	42	43	44	45	47	46	3,68	3,01	1,82
барах	41	42	47	46	46	45	47	7,07	-1,44	-0,26
їдальнях	92	92	91	91	90	90	91	-0,54	-0,37	-0,12

Джерело: розраховано та побудовано за даними Державної служби статистики України [5, с. 102–105, 116–120; 6, с. 102–105, 116–119; 7, с. 102–105, 116–119; 8, с. 102–105, 116–119; 9, с. 15, 104–107, 116–119; 10, с. 15, 102–105, 114–117; 11, с. 106, 199 – 122; 21, с. 120–121, 178–180; 22, с. 110–111; 156, 158, 165–166; 23, с. 106–107; 24, с. 152–154].

але зросла і досягла станом на 1 січня 2014 р. 46 одиниць посадкових місць (див. табл. 1). За нашими прогнозами, вищенаведена тенденція збереглася і донині, оскільки її розгортання було пов'язано, по-перше, з особливо негативними наслідками від впливу економічних (а нині й геополітичних) факторів зовнішнього середовища на діяльність мікропідприємств, яких серед кафе, закусочних, буфетів переважна більшість, а по-друге, з активізацією розвитку в Україні мереж кафе та закусочних, які орієнтовані на масового споживача та намагаються створити стійкі конкурентні переваги за рахунок масштабів виробництва і спрямованості на підвищення середньодобового коефіцієнта обертання одного місця у залі.

Проведені нами дослідження розвитку кафе в Україні протягом 2008–2009 рр. (тобто ще до розгортання подій у 2014 р.) дали змогу виявити, що за зростання фінансової нестабільності більшість кафе (як мережевих, так і мереж кафе), на жаль, закривається. При цьому часовий лаг «відлуння» фінансової скрути та високої ймовірності проявів нових негативних економічних подій в країні/регіоні приводить до подальшого зменшення кількості кафе (особливо відлякуючи іноземних інвесторів від виділення коштів на їх розвиток). Так, наприклад, трапилося з латвійською мережею кав'ярень «Double Coffee»: станом на кінець червня 2013 р. в Україні функціонувало лише три кав'ярні цієї мережі, тоді як на початку 2009 р. було десять власних кафе і три франчайзингових. Змінила часові терміни реалізації своїх стратегічних цільових установок розвитку в Україні і компанія австралійського походження «Gloria Jean's Coffees», мережа кав'ярень якої на українському ринку з'явилася ще у 2007 р. і яку за три подальші роки планувалося збільшити з двох (в Одесі та Львові) до 50 закладів РГ (у тому числі у Києві мало відкритися 5 кав'ярень). Проте у зв'язку з глобальною фінансовою кризою 2008 р. рішення щодо швидкої експансії на українському ринку послуг РГ було переглянуто.

Після ж подій 2014 р. і до 2016 р. у будь-якому регіоні країни інвестиційну привабливість як для іноземних, так і для вітчизняних інвесторів ринку послуг РГ України (у тому числі у сегменті розвитку кафе) фахівці-практики, які були опитані нами у процесі цього дослідження, починаючи з другого півріччя 2014 р. і до кінця 2015 р., взагалі оцінювали з великою обережністю. Водночас варто зазначити, що, незважаючи на песимістичність поглядів майже всіх респондентів (90% з 20 опитаних осіб) щодо вкладення коштів у відкриття нових підприємств/закладів РГ, в Україні у період 2014–2015 рр. низка рестораних мереж якщо і переглянули, то не відклали до кращих часів реалізацію стратегічних планів свого розвитку. Тому і у 2014 р., і у 2015 р. в Україні (переважно у великих містах на віддаленій від проведення АТО території) продовжували відкриватися нові ресторани, кафе, бари. Так, наприклад, ресторанна мережа «TARANTINO family» [16] у 2014 р. у торговельно-розважальному центрі Ocean Plaza («Океан Плаза», м. Київ) відкрила перший в Україні бургер-бар із відкритою кухнею «Лаккі Лучано», а у серпні 2015 р. – ресторан грузинської кухні «Хмелі-Сунелі» на київському Печерську. У 2015 р. групою компаній «Світова Карта» у Києві був відкритий бар «Red Doors» і перший заклад у мережі кав'ярень «City-Zen café&bar» [13]. У вересні 2015 р. мережа ресторанів сучасної японської кухні «СушиЯ» [14], що була заснована ще у 2006 р., у Львові відкрила новий ресторан на 180 місць.

Незважаючи на наведені дані щодо відкриття нових підприємств/закладів РГ протягом

2014–2015 рр., тобто у період «піку» геополітичної нестабільності та економічної скрути в Україні, спад у розвитку, починаючи з 2008 р., був притаманний не тільки кафе, а і закладам РГ типів «бар» та «їдальня» підприємств – юридичних осіб України. При цьому середньорічні темпи скорочення і протягом 2008–2010 рр., і протягом 2010–2014 рр. закладів типу «бар» були більшими, ніж закладів типу «їдальня» (табл. 1). Як наслідок, відповідним чином зменшувалася і загальна кількість посадкових місць у мережах закладів типів «бар» та «їдальня».

Усе назване вище, звичайно, вплинуло на зміни у загальній структурі мережі закладів РГ України, у якій станом на початок 2014 р. частка закладів типу «їдальня» становила 45,88% від загальної кількості закладів РГ підприємств-юридичних осіб, тобто порівняно з аналогічним періодом 2008 р. зросла у 1,13 раза і стала найбільшою порівняно з іншими типами закладів РГ. Частка кафе, закусочних та буфетів постійно зменшувалася і станом на 1 січня 2014 р. становила 36,13%. Частка барів протягом 2008–2014 рр. лишилася майже незмінною – її зменшення за сім років не перевищило і 0,5%, а частка ресторанів збільшилася майже у 1,5 раза – з 4,81% на початок 2008 р. до 7,15% на початок 2014 р. При цьому вважаємо, що і у період 2014–2016 рр. ця структура (з поправкою на втрату частини підприємств/закладів РГ у результаті незаконної анексії Криму та тимчасово окупованої території Донецької та Луганської областей) лишилася майже незмінною. Хоча, за нашим прогнозом, частка ресторанів і кафе у цей період мала дещо збільшитися за рахунок активного розвитку цих типів закладів РГ на автошляхах України (передусім на автозаправних комплексах (АЗК) різних компаній), тобто за рахунок зростання мережі ресторанів і кафе так званого «трасового» формату, а також за рахунок активної реалізації проектів щодо розвитку мережі закладів РГ деякими операторами паливного ринку поза межами АЗК. Так, наприклад, з листопада 2015 р. по квітень 2017 р. в Україні мережа «WOG CAFE» поза АЗК компанії ТОВ «ВОГ Рітейл» вже зросла до 22 закладів і нині представлена трьома так званими «каво-пойнтами» (тобто об'єктами РГ, де можна швидко попийти кави); чотирма кафе так званого «сіті» (або «міського») формату, де продають кондитерські вироби; 14 кафе в поїздах Інтерсіті, одним кафе в аеропорту «Київ» (Жуляни) [29; 30].

Підсумовуючи основні причини наведених вище тенденцій кількісних і структурних змін у мережі РГ підприємств – юридичних осіб України, поряд з уже визначеними нами у попередніх дослідженнях (як до 2014 р. [18; 19], так і після [20]) суто економічними та іншими факторами доцільно виділити ще такі, як:

– високі ризики, пов'язані з геополітичною нестабільністю у регіоні/місці розміщення підприємства/закладу РГ, що у тому числі негативно позначається на спроможності підприємства/закладу РГ забезпечити безпеку своїм клієнтам-споживачам продукції та послуг РГ, працівникам, постачальникам та партнерам, може привести до неприйнятних умов виробництва, непередбачуваних майнових та грошових втрат тощо та, як наслідок, приводить до призупинення роботи або закриття закладів РГ. Так, наприклад, після незаконної анексії АР Крим вже вищезгадана мережа ресторанів «СушиЯ» призупинила роботу двох своїх ресторанів і служби доставки в м. Сімферополь [14]. ПП «МакДональдз Юкрейн Лтд» з квітня 2014 р. зупинила роботу своїх закладів РГ у містах Сімферополь, Севастополь, Ялта, а з травня 2014 р. – у Донецьку, Маріуполі, Луганську [15];

– складнощі дотримання стандартів бренду іноземної компанії РГ на території України (у тому числі через кроскультурні непорозуміння). Наприклад, це стало однією з основних причин припинення діяльності у Києві кав'ярень компанії «Gloria Jean's Coffees»;

– прорахунки у виборі ринкової ніші та/або різновиду/концепції закладу РГ, що гарантуватиме як у коротко-, так і у стратегічній перспективі ефективну діяльність підприємства РГ, тобто не тільки дасть змогу його власникам повернути вкладені у розвиток кошти, а і приноситиме прибуток у середньотривалому довшостроковому часових періодах. Так, наприклад, відбулося з бургер-барами «Лаккі Лучано», які мали погані фінансові показники, а тому ресторанна мережа «TARANTINO family» у 2017 р. прийняла рішення про їх закриття [12]. Безальтернативність саме такого управлінського рішення була зумовлена тим, що до закладу РГ так званого «преміального» рівня (або класу «люкс») цей бар за своєю кухнею та сервісом, на жаль, не дотягував, і підняття цін лише відлякало б його постійних відвідувачів. За умови ж збереження наявного рівня цін, щоб покращити свої фінансові показники, бургер-барам потрібно було зменшити витрати на зарплату працівникам, обслуговування кухні, електроенергію тощо, а це могло би привести до погіршення якості їх послуг і, як наслідок, також до втрати споживачів;

– недобросовісна конкуренція та кримінально-терористичні дії. Зауважимо, що внаслідок незаконної анексії Криму та військових дій на Сході країни кількість руйнувань підприємств РГ об'єктивно збільшилася у рази;

– поширення практики створення мереж однотипних та різнотипних закладів РГ, що дає змогу підприємствам та закладам РГ, які вдаються до цієї практики, отримати конкурентні переваги завдяки синергетичному ефекту від об'єднання зусиль у процесі виконання деяких управлінських функцій (зокрема, пов'язаних із просуванням послуг РГ на конкурентному ринку). Зауважимо, що в Україні станом на початок серпня 2017 р. діють та розвиваються мережі ресторанів швидкого обслуговування з 80 закладів та кафе-кав'ярень із 16 закладів ПП «МакДональдз Юк्रेйн Лтд» [15], що працюють під торговельною маркою американської корпорації «МакДональдз». Продовжує розвиватися (і не тільки в Україні) ТОВ «Мережа Козирна Карта» – найбільша родина ресторанів, перший заклад якої (ресторан «Гурман») був відкритий у м. Києві ще у 1990 р. [17]. Особливістю «Козирної Карти» є те, що вона сприяє розвитку та просуванню на ринку продукції та послуг як окремих підприємств/закладів РГ (ресторану італійської кухні «Da Vinci Fish Club», ресторану-вареничній «PetruS-ь» та ін.), так і мережевих об'єднань (мережі ресторанів «АВТО-ГРИЛЬ Мисливець Софіївка», перший заклад якої був відкритий ще у 2000 р., а нині вона вже нараховує 9 ресторанів). Зауважимо, що станом на кінець першого півріччя 2017 р. програма лояльності «Козирна Карта» об'єднує 67 підприємств/закладів РГ (58 по Україні, з них 27 у Києві та 9 у Нью-Йорку). При цьому відповідно до умов договору ТОВ «Мережа Козирна Карта» не наділена правом впливати на господарську діяльність учасників вищезазначеної програми та на повноваження щодо управління закладами РГ цих учасників. Серед інших відомих об'єднань та сітьових (мережевих) утворень у сфері РГ, що сьогодні діють в Україні та певним чином впливають на розвиток ситуації як на всьому ринку послуг РГ, так

і в окремих його сегментах, варто також виділити заклади групи компаній «Світова Карта», «Наша Карта», компанії «Fast Food Systems», мереж ресторанів швидкого обслуговування «Пузата Хата», «Дрова» тощо;

– недотримання санітарно-гігієнічних норм. Так, 30 червня 2017 р. в одному із закладів мережі «Євразія» було зафіксовано отруєння кишковомо інфекцією і сальмонельозом, внаслідок чого він був закритий і за фактом масового отруєння відвідувачів поліція порушила кримінальну справу. Зауважимо також, що перевірка Держспоживслужбою у 2017 р. роботи 83 закладів РГ м. Києва виявила порушення санітарних норм, що в основному були пов'язані з незадовільним санітарним станом приміщень і обладнання, перевищенням терміну зберігання продукції, працевлаштуванням персоналу без медичних книжок, закупівлею товарів у невідомих постачальників тощо, у 79 закладах, 28 з яких було закрито до усунення недоліків [4]. Водночас, зважаючи на наведені факти порушення санітарно-гігієнічних норм, занепокоєння викликає той факт, що у травні 2017 р. Кабінет Міністрів України ліквідував СЕС, а Держпродспоживслужба, що з'явилася натомість, не займається позаплановими перевітками підприємств РГ. Держпродспоживслужба фактично реагує тільки на скарги відвідувачів, при цьому висновки її експертів носять лише рекомендаційний характер;

– негативний вплив на обсяги потоків споживачів-курців, а отже, і на обсяги попиту на продукцію та послуги кафе-кав'ярень, барів, що здійснюють торгівлю алкогольними напоями тощо закладів РГ, де не були створені спеціальні кімнати для куріння, Закону про заборону куріння у громадських місцях, що набув чинності в Україні 16 грудня 2012 р. Варто відзначити, що на підприємства РГ, які не дотримуються положень вищезазначеного Закону, з 2013 р. почали накладати штрафи. Так, наприклад, за даними «Ресторанного консалтингу» [2] 30 січня 2013 р. інспекція із захисту прав споживачів наклала на київський кафе-бар «Нокс» штраф за куріння у розмірі 10 тис. грн.;

– зростання попиту споживачів на послуги з організації гарячого (бажано раціонального) харчування за помірними цінами, передусім, за місцем роботи або навчання (особливо в умовах прояву негативних наслідків економічної кризи, коли у більшості потенційних споживачів послуг РГ почала чітко простежуватися еластичність попиту за ціною та схильність до постійного порівняння корисного ефекту, що можна отримати, скориставшись послугами того чи іншого закладу РГ, та витрат, які це вимагає). А такі послуги переважно надають їдальні, що розвиваються при навчальних закладах, промислових підприємствах, закладах охорони здоров'я та інших організаціях і установах. Вважаємо, що така ситуація зберігається і донині, оскільки співвідношення між реальними доходами більшості населення України та обсягами обов'язкових витрат, що забезпечують життєдіяльність, на жаль, в останні роки (через низку як об'єктивних, так і суб'єктивних причин) тільки погіршувалося. Останнє ж, у свою чергу, впливає на якість життя населення і зумовлює зменшення обсягів витрат на ті товари та послуги, без яких споживач умовно може обійтися (до таких, зокрема, відносять витрати на відвідування ексклюзивних і дуже дорогих ресторанів, кафе, барів);

– загострення конкуренції у сегменті як несітьових, так і сітьових кафе та закусочних, багато з яких приймали рішення про вихід із ринку не тільки внаслідок впливу на результати їхньої діяльності

загальноекономічної кризи, але і у результаті запровадження занадто дорогої оренди. Так, ще у 2013 р. вартість оренди приміщень у найбільш вдалих місцях для розміщення закладів РГ в Україні зросла на 10–15%. І хоча, за даними міжнародної компанії Colliers International, у першому півріччі 2015 р. на тлі стрімкої девальвації гривні простежувалося зниження орендних ставок на торгово/торгово-виробничу нерухомість у доларовому еквіваленті, у подальші часові періоди вони знову почали зростати у привабливих для розвитку об'єктів торгівлі та ресторанного господарства місцях міст-мільйонників (особливо у столиці). Зауважимо, що станом на I півріччя 2017 р. найвищі орендні ставки на торговельну нерухомість м. Києва коливалися у межах 68–83 доларів за один квадратний метр на місяць [27];

– розвиток на національному ринку та очікування появи нових закладів провідних іноземних операторів РГ, які прагнуть зайняти не тільки порожні, але і вже опановані раніше українськими кафе та закусоочними ніші завдяки ефекту досвіду та/або економії на масштабах. Саме так, зокрема, почала діяти в Україні компанія «МакДональдз» [1], реалізуючи з 2011 р. проект зі створення мережі кав'ярень «McCafe», які зараз функціонують у Києві, Львові, Одесі, Дніпрі, Харкові. Інший приклад – мережа ресторанів швидкого обслуговування KFC (Kentucky Fried Chicken), що зайшла на український ринок наприкінці 2012 р., а у січні 2017 р. вже нараховувала 10 закладів (7 у Києві та 3 у Дніпрі). Зауважимо, що на 2017 р. KFC запланувала інвестувати у розвиток своєї мережі в Україні 3,5 млн. доларів [28].

Висновки з проведеного дослідження. Підсумовуючи результати проведеного дослідження, констатуємо, що сьогодні на ринку ресторанних послуг України сформувалися тенденції до: 1) збільшення кількості та частки підприємств – юридичних осіб та закладів РГ типу «ресторан»; 2) зменшення кількості підприємств – юридичних осіб та закладів РГ типів «кафе», «закусочна», «буфет», «бар», «їдальня»; 3) зростання середньої кількості посадкових місць у розрахунку на один заклад РГ, що зумовлено більш високим рівнем життєстійкості в період нестабільності та економічного спаду підприємств/закладів РГ, які орієнтовані на масового споживача (зауважимо, що у таких підприємств РГ, як правило, середньодобовий коефіцієнт обертання одного місця перебуває на рівні 2,5 та вище). Встановлено, що структурні трансформації у спеціалізації мережі РГ України нині передусім зумовлені геополітичними та економічними факторами. Виявлено, що деякі зміни в обмеженнях розвитку підприємств РГ, на нашу думку, на жаль, не сприяють якісному розвитку сфери РГ в Україні (як, наприклад, ліквідація СЕС та повноваження нової Держпродспоживслужби).

Вважаємо, що результати цього дослідження у подальшому можуть бути використані для розроблення як стратегічних програм розвитку мережі РГ України, так і стратегічних планів розвитку окремих підприємств РГ та мереж закладів РГ.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Вони йдуть в Україну! 10 нових мереж магазинів і ресторанів: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://vlasbiz.net/news/detail/823>.
2. Война с курением: первая кровь: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://restaurant-consulting.com.ua/vojna-s-kureniem-pervaya-krov>.
3. Заклади ресторанного господарства. Класифікація: ДСТУ 4281:2004. – К.: Держспоживстандарт України, 2004. – 12 с.

4. Майже всі перевірені столичні ресторани не дотримуються санітарних норм: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://rau.ua/uk/novyni/restorany-ne-soblyudayut-normy/>.
5. Мережа роздрібної торгівлі та ресторанного господарства підприємств на 1 січня 2008 року: стат. бюл. – К.: Державний комітет статистики України, 2009. – 135 с.
6. Мережа роздрібної торгівлі та ресторанного господарства на 1 січня 2009 року: стат. бюл. – К.: Державний комітет статистики України, 2010. – 53 с.
7. Мережа роздрібної торгівлі та ресторанного господарства підприємств на 1 січня 2010 року: стат. бюл. – К.: Державний комітет статистики України, 2011. – 135 с.
8. Мережа роздрібної торгівлі та ресторанного господарства підприємств на 1 січня 2011 року: стат. бюл. – К.: Державний комітет статистики України, 2011. – 135 с.
9. Мережа роздрібної торгівлі та ресторанного господарства підприємств на 1 січня 2012 року: стат. бюл. – К.: Державна служба статистики України, 2012. – 125 с.
10. Мережа роздрібної торгівлі та ресторанного господарства підприємств на 1 січня 2013 року: стат. бюл. – К.: Державна служба статистики України, 2013. – 123 с.
11. Мережа роздрібної торгівлі та ресторанного господарства підприємств на 1 січня 2014 року: стат. бюл. – К.: Державна служба статистики України, 2014. – 125 с.
12. Огляд новин ресторанів і кафе: закриття Дежавю і Лаї Лучано, відкриття Comics Cafe, Антрекот, Restaurants in Lavina Mall та інших: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://rau.ua/uk/novyni/comics-cafe-antrekot-restaurants/>.
13. Офіційний сайт групи компаній «Світова Карта»: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.karta.ua/>.
14. Офіційний сайт мережі ресторанів СушиЯ: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.sushiya.ua/>.
15. Офіційний сайт ПП «МакДональдз Юкрейн Лтд»: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.mcdonalds.ua/>.
16. Офіційний сайт ресторанної мережі TARANTINO family: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.tarantino-family.com/>.
17. Офіційний сайт ТОВ «Мережа Козирна карта»: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.2k.ua/>.
18. П'ятницька Г.Т. Ресторанне господарство України: ринкові трансформації, інноваційний розвиток, структурна переорієнтація: монографія / Г.Т. П'ятницька, – К.: КНТЕУ, 2007. – 465 с.
19. П'ятницька Г. Розвиток ресторанного господарства в Україні: структурні трансформації, фінансова стійкість підприємств, прогнози / Г. П'ятницька, О. Григоренко, В. Найдюк // Економіст. – 2013. – № 11. – С. 37–45.
20. П'ятницька Г.Т. Сучасні тренди розвитку ресторанного господарства в Україні / Г.Т. П'ятницька, В.С. Найдюк // Економіка & держава. – 2017. – № 9. – С. 66–73.
21. Роздрібна торгівля України у 2000–2010 роках: стат. зб. – К.: Держ. служба статистики України, 2011. – 191 с.
22. Роздрібна торгівля України у 2011 році: стат. зб. – К.: Державна служба статистики України, 2012. – 177 с.
23. Роздрібна торгівля України у 2012 році: стат. зб. – К.: Державна служба статистики України, 2013. – 173 с.
24. Роздрібна торгівля України у 2013 році: стат. зб. – К.: Державна служба статистики України, 2014. – 165 с.
25. Ткачова С.С. Основні тенденції розвитку ресторанного господарства в Україні / С.С. Ткачова, О.П. Ткаченко // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг: зб. наук. праць. – Х.: Харк. держ. ун-т харчування та торгівлі, 2008. – Вип. 2, Ч. 2. – С. 188–196.
26. Шталь Т.В. Сучасний стан та тенденції розвитку ресторанного господарства України та Харківського регіону / Т.В. Шталь, О.В. Кот, А.С. Дядін // Вісник Львівської комерційної академії. – 2011. – Серія Економічна. Вип. 38. – С. 137–141.
27. Як розвивається ринок торговельної нерухомості Києва: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://rau.ua/uk/novyni/gynok-torgovoj-nedvizhimosti/>.
28. KFC планує у 2017 році відкрити 3 ресторани в Україні: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://rau.ua/uk/novyni/kfc-v-2017-otkryt-3-restorana/>.
29. WOG CAFE відкрилося в аеропорту «Київ» (Жуляни): [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://rau.ua/uk/novyni/wog-cafe-v-aeroportu-kiyev/>.
30. WOG CAFE: новий заклад в серці Києва: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.wog.ua/ua/news-detail/wog_cafe_noviy_zaklad_v_serci_kiyeva/.