

УДК 338:46

**РЕСТОРАННИЙ БІЗНЕС В УКРАЇНІ: ПЕРСПЕКТИВА ЧИ
ВТРАЧЕНА ВИГОДА?****Мельниченко С. В. д.е.н.,
Присакар І. І.***Київський національний торговельно-економічний університет*

У статті розкрито актуальність дослідження проблеми розвитку ресторанного бізнесу в Україні в умовах соціально-економічної та політичної кризи. Важливість здійснення наукових досліджень та розробок, присвячених обраній проблемі, обумовлена тим, що саме рівень розвитку ресторанного бізнесу в економіці будь-якої країни виступає одним із індикаторів якості життя населення у державі. Методологічною основою проведеного дослідження слугувала сукупність таких наукових методів як: узагальнення, аналіз та синтез, історичний метод, метод систематизації, застосування яких дозволило розкрити протиріччя розвитку ресторанного бізнесу у складних соціально-економічних умовах, визначити та обґрунтувати сучасні тенденції і тренди розвитку підприємств ресторанного господарства (ПРГ), провести аналіз динаміки ринку ресторанних послуг протягом 2010-2013 рр., оцінити основні проблеми розвитку ресторанного бізнесу в Україні. Авторами систематизовано інформацію стосовно основних закладів ресторанного господарства (ЗРГ) та виділено концепції ЗРГ, які користуються найбільшою популярністю серед українських споживачів. Результати дослідження дозволили виявити основні адаптаційні механізми подальшого функціонування ПРГ в Україні та визначити перспективи розвитку ресторанного бізнесу в сучасних умовах цивілізаційних змін української економіки.

Ключові слова: ресторанний бізнес, формат ПРГ, заклад ресторанного господарства (ЗРГ), ресторани мережі, тенденції розвитку ринку

UDC 338:46

**RESTAURANT BUSINESS IN UKRAINE: PROSPECT OR LOST OF
BENEFIT?****Melnichenko S., Dr.Econ.Sc.
Prysakar I.***Kyiv National University of Trade and Economics*

The actuality of research problems of restaurant business development in Ukraine in conditions of socio-economic and political crisis is described in the article. The importance of this scientific research is connected with the level of development of restaurant business in economy of any country is one of indicators of quality of life in the state. A set of scientific methods as analysis and synthesis, historical method,

method of systematization and generalization are methodological basis of the research. Application of these scientific methods allow to define the contradictions of development of restaurant business in difficult socio-economic conditions, to identify and to argue current tendencies of development of enterprises of restaurant business (ERB), to analyze the market of restaurant services during 2010-2013 and to evaluate main problems of restaurant business in Ukraine. Authors systematized information about major establishments of restaurant industry (ERI) and selected concepts of ERI that are the most popular among Ukrainian consumers. The results of the research are allowed to define major adaptive mechanisms of function ERB in Ukraine and to direct main perspectives of restaurant business development in modern conditions of civilization changes of Ukrainian economy.

Keywords: restaurant business, type of enterprises of restaurant business, establishments of restaurant industry (ERI), restaurant network, tendencies of market's development

Актуальність проблеми. Динамічні цивілізаційні зміни в українській економіці та суспільстві, вимагають по-новому переглянути ефективність та доцільність ведення будь-якої підприємницької діяльності, у тому числі і ресторанного бізнесу, для розвитку та ефективного функціонування якого ситуація в країні є вкрай несприятливою. Актуальність дослідження розвитку ресторанного бізнесу в Україні в нових умовах господарювання пов'язана з особливістю ресторанного господарства як складової сфери гостинності, високою його ризикованістю і водночас соціальністю, пов'язаною з задоволенням життєвих потреб населення у послугах з організації харчування, відпочинку та дозвілля.

Актуальність дослідження проблеми пояснюється також і тим, що рівень розвитку ресторанного бізнесу в економіці будь-якої країни виступає одним із індикаторів якості життя населення у державі в цілому. Окрім того, досвід зарубіжних інвесторів вказує на високу ліквідність капіталу і водночас високу конкуренцію у сфері ресторанного бізнесу, що у свою чергу стимулює активний розвиток даного виду бізнесу, змушує впроваджувати інновації, шукати нові ніші й сегменти, експериментувати для забезпечення конкурентних переваг на ринку. У даному контексті важливо визначити чи притаманні сучасні світові тенденції розвитку ресторанного бізнесу українській економіці та чи доцільно вдосконалювати і розвивати нові напрямки ведення бізнесу у теперішніх складних кризових соціально-економічних умовах.

Аналіз останніх наукових досліджень. Результати аналізу розвитку ресторанного господарства (РГ) в Україні представлені у дослідженнях вітчизняних та зарубіжних науковців. Так, фундаментальні аспекти сучасних форм організації ресторанного бізнесу, розвитку ресторанної справи України знайшли своє відображення у працях А.О. Аветісової [2], В.А. Антонової [3], Н.М. Кузнєцової [15], Н.О. П'ятницької [24]. Питанням аналізу та оцінки результатів діяльності підприємств ресторанного господарства присвячено наукові праці Л.Г. Агафонової [3], Е.А. Джанджугазова [10], Карсекина В.И. [11], Н.В. Кацерикова [12], А.В. Котельникової [13], Т.І. Ніколаєва [21], А.М. Рассулової [24], З.О. Фадєєвої [21]. У працях таких вітчизняних вчених, як: А.А. Мазаракі [16, 11], Г.Т. П'ятницька [22, 23], Н.О. П'ятницька [24] розглядаються питання аналізу, організації та управління підприємствами ресторанного господарства. Проте у силу нестабільних і несприятливих для ресторанного бізнесу політичних та соціально-економічних умов, проблеми виживання та подальшого розвитку підприємств, дослідження характерних та перспективних тенденцій й особливостей, пошук нових ніш на ринку та економія операційних витрат сьогодні стають особливо актуальними і на даний час не достатньо досліджені сучасними вітчизняними науковцями.

Таким чином, **метою** дослідження є розкрити проблему протиріччя розвитку ресторанного бізнесу в Україні.

Викладення основного матеріалу дослідження. Сфера ресторанного господарства в економіці будь-якої держави виконує важливі соціальні та економічні функції, адже з одного боку – сприяє задоволенню потреб населення в харчуванні, відпочинку та дозвіллі, а з іншого – спрямована на економічне зростання в цілому. Крім того, підприємства ресторанного господарства (ПРГ) у процесі своєї діяльності одночасно виконують три взаємопов'язані та взаємозалежні функції, а саме: виробництво, реалізація, організація споживання продукції та послуг, що виокремлює їх від підприємств інших сфер господарювання. Як показали результати дослідження, ПРГ на українському ринку здійснюють свою діяльність через заклади РГ, класифікацію наведемо на рис. 1.

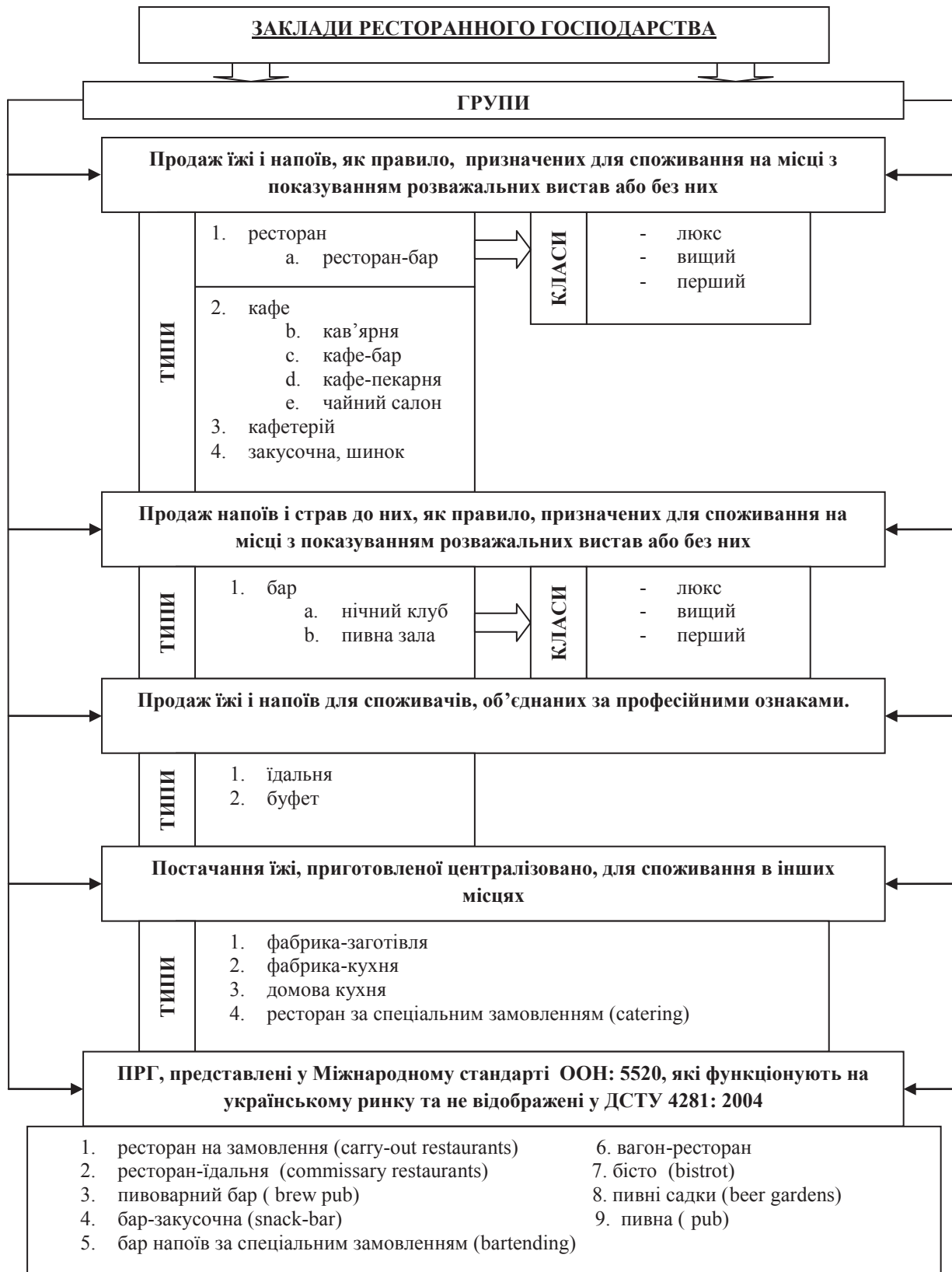


Рис. 1. Класифікація ЗРГ (розроблено автором на основі [1])

В основу класифікації закладів РГ, сформованої на матеріалах нормативних документів у сфері ресторанного господарства (ДСТУ 4281:2004 та ДСТУ 3862 – 99), покладено вимоги до: асортименту

продукції, рівня обслуговування і надаваних послуг. Узагальнюючи наведене відзначимо, що в цілому на вітчизняному ринку ресторанного господарства функціонують такі типи закладів РГ як: ресторани, кафе, кафетерії, закусочні, бари, їдальні, буфети, фабрики-заготівлі, фабрики-кухні, домашні кухні, ресторани за спеціальним замовленням (catering).

Окрім того, здійснюють свою діяльність й ті заклади РГ, основна концепція бізнесу яких запозичена, переважно із країн Західної Європи та США, а саме: ресторани на замовлення (carry-out restaurants), вагон-ресторани, ресторан-їдальні (commissary restaurants), бістро (bistrot), пивоварні бари (brew pub), пивні садки (beer gardens), бари-закусочні (snack-bar), пивні (pub), бари напоїв за спеціальним замовленням [17]. Детальну характеристику перелічених закладів РГ представлено у Міжнародному стандарті галузевої класифікації видів економічної діяльності (ISIC) ООН (код 5520), натомість у національних стандартах інформація про згадані заклади РГ класифікується як довідкова, не зважаючи на їх зростаючу популярність та активний розвиток на українському ринку.

Окрім цього, наведемо у табл. 1. ті концепції у ЗРГ, які стали популярними та ефективними у конкретних регіонах й користуються значним попитом серед клієнтської аудиторії.

Таблиця 1. Популярні концепції у закладах ресторанного господарства України (узагальнено автором на основі: [20, с. 228-233; 19])

№	Назва концепції	Характеристика концепції	Приклади закладів РГ у регіонах України
1.	<u>Концепція фреш-кава («Кава-шоп»)</u>	заклади РГ, в яких можна продегустувати будь-який кавовий напій із різних частин світу та придбати його з собою.	- «Кава-шоп», «Кава-ленд» (м. Київ); - «Дім кави» (м. Донецьк); - «Золотий дукат» (м. Львів, м. Чернівці)
2.	<u>Чайна концепція («Чайний клуб»)</u>	заклади РГ, в яких здійснюється акцент на проведенні чайної церемонії подачі чаю елітних сортів та придбанні його з собою.	- «Чайний клуб» (м. Київ); - «Світ чаю» (м. Одеса)
3.	<u>Концепція «Суп-хаус»</u>	заклади РГ, в яких, окрім стандартних страв меню, в широкому асортименті представлені найрізноманітніші супи світових кухонь.	- «Суп-хаус» (м. Ялта) - «Суп-хаус» (м. Київ)
4.	<u>Розважальна концепція («Фестиваль-ресторація»)</u>	заклади РГ, в яких, окрім організації харчування, проводяться яскраві розважальні заходи, (естрадні шоу, покази мод, кіно, музика).	- ресторан «Марокана Fashion-Safe»; фестиваль-ресторація «Диван» (м. Київ); - кафе «Калейдоскоп» (м. Донецьк).

Продовження таблиці 1

№	Назва концепції	Характеристика концепції	Приклади закладів РГ у регіонах України
1	2	3	4
5.	<u>Кальяльна концепція</u> («Кальян-бар»)	заклади РГ, в яких, окрім організації харчування як основна послуга надається послуга кальянопаління.	- «Кальян-бар «Слон» (м. Київ); - кальяльна «НАВІВІ»; «Шиша» (м. Одеса).
6	<u>Концепція випічки</u> (Штрудель-хаус)	заклади РГ, в яких з усією ретельністю дотримання рецептури готуються різноманітні види штруделів	- «Штрудель-хаус» (м. Львів);
7	<u>Молекулярна концепція</u>	заклади РГ, в яких суть молекулярної кулінарії полягає в тому, що в процесі приготування використовуються новітні технології і досягнення молекулярної хімії.	- ресторан «ДК» (м. Київ); - ресторан «Канапа» (м. Київ);

Дослідження проблеми суперечності розвитку ресторанного бізнесу в Україні неможливо комплексно висвітлити без аналізу статистичних даних. Авторами було охоплено період дослідження ринку в чотири останні роки, а саме 2010 -2013 рр.. Результати аналізу свідчать про зменшення кількості закладів ресторанного господарства в Україні на 12% із 23369 підприємств у 2010 р. до 20578 – у 2013 р. (див. рис. 2).



Рис. 2. Динаміка розвитку ресторанного господарства [18]

Оцінка динаміки зміни кількості закладів ресторанного господарства свідчить про поступове збільшення кількості ресторанів із 1408 у 2010 р. до 1472 – у 2013 р., при зменшенні інших типів підприємств: кафе (на 21,37%), барів (на 12,52%), їдалень (на 5,5%) відповідно за досліджуваний період. Така ситуація, в першу чергу, пов'язана з невідповідністю концепції ведення бізнесу вимогам та смакам клієнтів, моді, місцю розташування, високій конкуренції тощо.

Тобто нині розвиток галузі здійснюється в напрямку більш дорогого та якісного сервісу.

У той же час, аналізуючи динаміку товарообороту за останні чотири роки у розрізі окремих типів закладів ресторанного господарства доцільно відзначити зростання обсягу річного роздрібного товарообороту у розрахунку на один: ресторан із 1232,8 тис. грн. до 1718,2 тис. грн., тобто на 39,37%; на одне кафе/ закусоchnу / буфет / кіоск – із 494,5 тис. грн. до 810,1 тис. грн. (на 63,82%); бар – із 283,2 тис. грн. до 380,2 тис. грн. (на 34,25%); їдальню – із 204,1 тис. грн. до 279,1 тис. грн. (на 36,75%) (рис. 3).

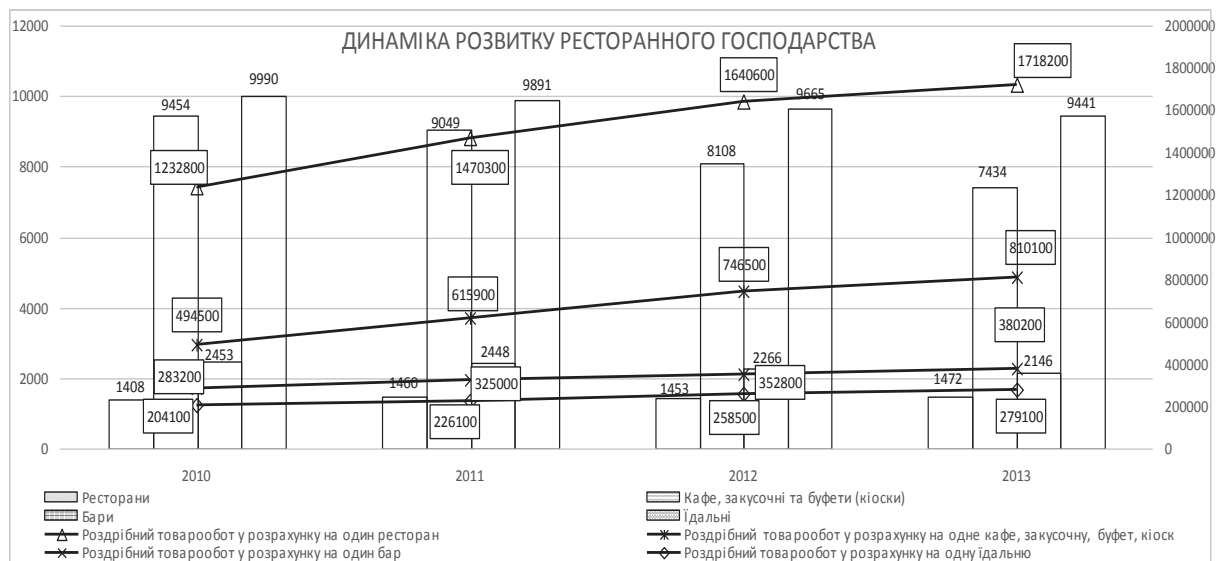


Рис. 3. Динаміка розвитку ресторанного господарства (у розрізі окремих типів) [18]

Також протягом 2010-2013 рр. спостерігається позитивна динаміка річного роздрібного товарообороту у розрахунку на один заклад РГ, зокрема 399 тис. грн. (2010 р.), 481,1 тис. грн. (2011 р.), 559,5 тис. грн. (2012 р.), 597, 4 тис. грн. (2013 р.), тобто за чотири останні роки позитивне зростання складає 49,72%. Разом з тим, величина річного роздрібного товарообороту у розрахунку на одне підприємство ресторанного господарства є вкрай низькою, адже з огляду на те, що на дану величину впливають інфляційні коливання цін, девальвація гривні, зростання вартості іноземних товарів, можна констатувати, що відбулося не реальне зростання товарообороту, а тільки фактичне. Крім того, враховуючи те, що будь-яке підприємство щомісяця повинно нараховувати та сплачувати заробітну плану працівникам, орендну плату, податкові та соціальні виплати, амортизаційні відрахування, розраховуватися із постачальниками, нести певні адміністративні

витрати та витрати, пов'язані із реалізацією, доцільно відзначити, що з огляду на таку низьку величину роздрібного товарообороту у розрахунку на одне ПРГ, більшість власників підприємств перебувають фактично не межі банкрутстві. Окрім того, експерти відзначають, що з початку 2014 р. в Україні закрилося близько 20% ПРГ, а прибуток тих, які все ще працюють, знизився у середньому на 30% [7].

Таким чином, результати дослідження, показують, що український ринок ресторанного господарства у теперішніх соціально-економічних та політичних кризових умовах помітно потерпає як від кількісних (чисельність споживачів, частота відвідування, розмір середнього чеку, обсяги виручки та доходу), так і від якісних (склад та структура споживацької аудиторії, асортиментні пропозиції, додаткові сервіси тощо) змін. На основі результатів проведеного аналізу розвитку ресторанного бізнесу в Україні, автори за доцільне вважають виокремити основні проблеми галузі, проаналізувати їх стан та запропонувати шляхи та перспективи вирішення відповідно.

Отож, виділимо основні проблеми та бар'єри успішного розвитку ресторанного бізнесу в Україні в сучасних умовах, зокрема:

- військові дії в країні та кризові соціально-економічні явища в усіх сферах економіки та суспільства в цілому;
- негативний досвід співпраці ПРГ із державними органами влади, відсутність спеціальних програм підтримки галузі та розвитку малого бізнесу у сфері ресторанного господарства;
- низька якість національної сировини та відсутність налагодженої системи логістики та постачання національних продуктів харчування, адже перевага постійно надається імпортним товарам та іноземним партнерам;
- зниження доходів та купівельної спроможності населення;
- посилення психологічної тривоги та страху у суспільстві;
- зростання цін та рівня інфляції, підвищення витрат за комунальні послуги в силу чого збільшується вартість споживчого кошика, зростають загальні постійні витрати пересічних українців, як наслідок чого ресторани послуги, послуги відпочинку, розваг та дозвілля переходять у статті необов'язкових витрат сім'ї;
- прогресуюче зростання операційних витрат ПРГ;

- низький рівень узгодженості закладів ресторанного господарства із іншими підприємствами сфери гостинності та рекреаційного бізнесу;
- низький рівень інформатизації бізнесу;
- низька ефективність управлінської діяльності;
- нераціональне розміщення ресторанних мереж на території міст та регіонів;
- недостатня чисельність кваліфікованих спеціалістів, особливо тих, які здатні на високому рівні обслужити іноземних гостей;
- проблема якості обслуговування та управління якістю;
- глобалізація закладів ресторанного господарства, тощо.

Зрозуміло, що вище перелічені перепони у розвитку ПРГ, переважно, є взаємопов'язаними, або часто впливають одна із одної, саме тому вважаємо за належне висвітлити та обґрунтувати особливо несприятливі із них. Перш за все, зосередимо увагу на негативному впливі військових дій в країні, який провокує поглиблення соціально-економічної кризи, дестабілізацію в усіх сферах економіки та суспільства зокрема, необґрунтовані багатократні валютні коливання, одночасне зниження доходів та купівельної спроможності та зростання розмірів обов'язкових витрат населення. З огляду на це ситуація в країні змушує ПРГ просто пристосовуватись до негативних умов, а не диктувати свої вимоги на ринку. Проте така адаптація часто пов'язана із низькою рентабельністю та збитковістю, що призводить до виходу із бізнесу. Особливо критичною є ситуація на Сході України, адже у промислових районах функціонувало чимало закладів РГ різних типів і класів. Сьогодні ж переважна більшість із них, у зв'язку із ситуацією, не працюють, тому можна прогнозувати, що 2014 р. негативно позначиться на основних кількісних та якісних показниках розвитку ресторанного бізнесу в цілому.

Не менш важливою, проблемою для вітчизняного ресторанного бізнесу, є проблема прогресивного зростання операційних витрат. Найкритичнішою вона є для ПРГ, які функціонують на орендованих площах з фіксованою вартістю орендної плати у валютному еквіваленті. Окрім цього, ми вважаємо, що навіть не зважаючи на надзвичайну девальвацію української гривні, ставки орендної плати в Україні в порівнянні із країнами-сусідами, у попередніх роках є надзвичайно високими (див. табл. 2).

Таблиця 2. Ставки орендної плати для ПРГ (USD, за 1 кв.м., місяць) [6, с. 75-78]

Країна	Місто	Максимальні ставки	
		На центральних вулицях	У популярних торгових центрах
Росія	Москва	608	316
Україна	Київ	300	130
Чехія	Прага	266	120
Угорщина	Будапешт	146	86
Польща	Варшава	120	105
Румунія	Бухарест	100	86
Білорусія	Мінськ	56	-
Болгарія	Софія	53	43

Із наведеної табл. 2 помітно, що рівень ставок орендної плати для ПРГ в Україні є надзвичайно високими, навіть у порівнянні із країнами-сусідами. У той же час, зауважимо, що за законами США орендна плата не повинна перевищувати 6% прибутку підприємства-орендаря, в той час як в Україні плата за оренду приміщення найчастіше складає більше 50% прибутку [6, с. 76]. Саме таке становище на ринку стримує відкриття нових ПРГ та змістовно впливає на цінову політику вже існуючих. Проблема низької якості національної сировини та відсутності налагодженої системи логістики та постачання національних продуктів харчування історично спровокувала потребу вітчизняних ПРГ купувати продукти харчування та спиртні напої в імпортних постачальників. Сьогодні ж дана потреба спричинює значне зростання операційних витрат, адже постачальники, які пропонують якісну продукцію невиправдано завищують ціни, у той час як ресторатор зважаючи на конкуренцію не може збільшити ціну на страви, а тому зменшується прибутковість діяльності. На розмір операційних витрат також впливають й транспортні витрати, пов'язані із перевезенням, які, порівняно із минулими роками, у 2014-2015 рр. різко збільшилися за рахунок підвищення цін на пальне.

Ситуація на ринку ресторанного господарства, спровокована несприятливими соціально-економічними та політичними умовами, змушує власників ПРГ потерпати від зниження рентабельності, адже, не зважаючи на зростаючі розміри операційних витрат, ПРГ доводиться стримувати ціни з огляду на знижену купівельну спроможність населення. Так, ресторатори констатують, що в загальному середній чек відвідувачів ресторанів зменшився на 5%, а за словами генерального директора ресторанної мережі «Мафія», відвідувачі закладів мережі у 2014 р. стали більш ощадливими, адже у порівнянні із минулим роком,

коли середній чек по мережі складав 110-115 грн., зараз він впав до 100 грн. [7]. Ми вважаємо, що з огляду на ситуацію вітчизняні власники ПРГ повинні використовувати не цінові методи підвищення товарообороту та прибутковості діяльності, а нецінові, у даному випадку найефективнішими, на нашу думку, є маркетингові та інноваційні методи виживання. Популярним та ефективним на разі є впровадження різного роду акційних пропозицій, активний розвиток інтернет-маркетингу, особливо у соціальних мережах.

Суттєвою проблемою у розвитку ресторанного господарства як пріоритетної сфери економіки є відсутність будь-якої підтримки галузі з боку органів державної влади. Так, у високорозвинених європейських країнах ресторанний бізнес є одним із найбільш розповсюджених видів малого бізнесу, що пояснюється вигідними умовами та наявністю спеціальних програм розвитку з боку органів державної влади та місцевого самоврядування [26].

Окрім досліджуваних проблем та викликів, що стоять перед ресторанним бізнесом, слід також звернути увагу на основні перспективи його подальшого розвитку, окреслити які можливо наступним чином:

- ненасиченість ринку ресторанного господарства;
- ефективність розвитку ресторанного бізнесу за договором франчайзингу;
- популяризація гурман-туризму в Україні;
- розвиток ПРГ, які спеціалізуються на продажі кулінарних наборів;
- формування стійкої лояльності та прихильності з боку споживачів до популярних типів закладів РГ;
- розвиток ПРГ, які спеціалізуються на послугах «кейтерингу»;
- трансформація ресторанного бізнесу з орієнтиром на середньостатистичного споживача;
- розвиток ПРГ через впровадження ефективних маркетингових інструментів, тощо.

Отож, зосередимось на дослідженні ключових перспектив розвитку ресторанного бізнесу в Україні в сучасних умовах. Перш за все, доцільно, на думку авторів, констатувати факт ненасиченості вітчизняного ринку ресторанних послуг. Під рівнем насиченості ринку потрібно розуміти з одного боку – кількість місць у закладі РГ на одного

споживача, а з іншого – заповненість сегменту ринку, в порівнянні, до прикладу, із ринком ресторанного бізнесу європейських країн. Так, в столицях країн Західної Європи одне посадочне місце в закладі РГ припадає на 8 жителів, в той час як у м. Києві - на 35 жителів, в Дніпропетровську - на 40, у Львові - на 25 жителів [5, с. 39-42]. Таким чином, в порівнянні з європейськими стандартами, перспективи вітчизняного ринку ресторанних послуг є значними.

Дослідження ринку ресторанного господарства України вказує на ефективність розвитку ПРГ за договором франчайзингу, що на нашу думку, є позитивним, адже це з одного боку - трансформує світовий досвід ведення ресторанного бізнесу до українських реалій, а з іншого - адаптує вітчизняний ринок до міжнародних стандартів. Так, за даними Асоціації франчайзингу України, активність з боку іноземних інвесторів була найбільшою у 2013 р., в якому кількість франшиз у ресторанному господарстві збільшилась приблизно на 20-25 пропозицій, у той час як попередні 2009-2012 р. зростання було надзвичайно мізерним – 1-2 франшизних договори на рік. На сьогодні із наявних франчайзингових мереж в Україні - 54 % є національними, а 46 % - відповідно закордонними [14].

Важливою тенденцією сучасної сфери гостинності, яка сприяє розвитку ресторанного бізнесу, є популяризація гурман-туризму в Україні через наявність багатьох національностей та меншин у країні відповідно. Дана тенденція проковує глибоку сегментацію національної кухні. Саме тому перспективи розвитку ПРГ, орієнтованих на традиції національної кухні, навіть у межах окремих меншин, є доволі значними. Найактивнішим у даному аспекті в нашій країні є м. Львів, в якому підприємства ресторанного та туристичного бізнесу спільно розробляють різноманітні гастрономічні тури, які користуються особливою популярністю як серед українців, так і іноземних туристів. Так, у Львові особливою популярністю серед туристів користуються гастрономічні тури, які розробляють двох видів: сільські, «зелені» (гастрономічні тури дають можливість туристові спробувати екологічно чисті продукти на фермах, садибах, виноградниках), міські (гастрономічні тури з відвідуванням ресторанів різних національних меншин) [8]. Часто гурман-тури не є локальними, а виходять за рамки міста чи навіть регіону. Так, hotels24.ua пропонує туристам наступний

гастрономічний тур: ресторан «Світ кави» (м. Львів, ресторан найсмачнішої кави), ресторан «Катран» (м. Одеса, найкращий рибний ресторан), ресторан «Beef. М'ясо і вино» (м. Київ, найкращий м'ясний ресторан), ресторан «Старгород» (м. Харків, найкращий пивний ресторан), ресторан «Хуторок у моря» (м. Одеса, ресторан найсмачнішої української кухні) [9].

Також перспективним на разі в Україні є розвиток ПРГ, які спеціалізуються на продажі кулінарних наборів. В Україні сервіс по доставці кулінарних наборів із алгоритмом та рецептурою приготування вишуканих ресторанних страв вперше був впровадженим у 2009 р. київським підприємцем О. Дубиною. Даний сервіс є он-лайн-сервісом, адже потенційному клієнту достатньо на сайті проекту оформити замовлення і наступного дня – клієнт отримає додому набір розфасованих продуктів на необхідну чисельність осіб із покроковим алгоритмом приготування. Зауважимо, що продається послуга, а не просто набір продуктів, даний сервіс дозволяє уникати клієнтам імпульсивних покупок у супермаркетах, дозволяє отримати саме ту кількість продуктів, яка необхідна для вказаної чисельності гостей, і до того ж дозволяє залучити пересічних споживачів до секретів вишуканої ресторанної кухні. Так, за даними статистики вищезазначений сервіс до вподоби зайнятому населенню: 80 % споживачів – люди у віці 24-35 р., 20% - старші 35 р., у той же час із зазначених споживачів 25% - чоловіки, 50% - працюючі пари, 15% - молоді мами; 10% - компанії друзів [25].

Висновки. Отож, ситуація на ринку ресторанного господарства є суперечливою, адже з одного боку спостерігається активний розвиток нових концепцій у закладах РГ, на які існує попит, та до яких прихильні споживачі, з іншого боку – величезна кількість ПРГ працює на межі банкрутства й щомісяця несе значні витрати, що спонукає їх власників до закриття та виходу із сегменту ринку. З огляду на це, головним завданням вітчизняних рестораторів в умовах соціально-економічної та політичної кризи є вміння адаптуватися до нових умов та бути гнучкими стосовно потреб споживачів. Адже український споживач, незважаючи на ситуацію в країні, залишається надзвичайно вимогливим й для нього є привабливою не просто ресторанний продукт, а ресторанна послуга, складовими якої є атмосфера, комфорт, сервіс, кухня, інтер'єр, лояльний маркетинг, відкритість, що у своїй синергічній сукупності дозволяють клієнту відчувати себе бажаним гостем закладу.

Саме тому, співставляючи усі можливості, проблеми та упущені вигоди, вважаємо, що ресторанний бізнес в Україні має привабливі перспективи розвитку. ПРГ, які продовжуватимуть шукати альтернативні методи зменшення операційних витрат, шляхи вдосконалення якості обслуговування, впроваджуватимуть інновації та нові концепції бізнесу зможуть не тільки пережити кризові часи, але й сформувати ефективний механізм управління та адаптації власного бізнесу до ситуації на ринку й вимог споживача, що забезпечить не тільки досягнення високого рівня конкурентоспроможності ПРГ на українському ринку, але і відповідність європейським стандартам.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. ДСТУ 4281:2004 Національний стандарт України. Заклади ресторанного господарства. Класифікація. – Електронний ресурс. – [Режим доступу].- <http://golovbukh.ua/regulations/2341/2439/2440/290794/>
2. Аветисова А. О. Ресторанні мережі: конкурентні переваги, проблеми, перспективи розвитку / А. О. Аветисова // Вісник соціально-економічних досліджень. - 2013. - № 28. - С. 117-123.
3. Агафонова Л.Г. Туризм, готельний та ресторанний бізнес / Л.Г. Агафонова, О.С. Агафонова. – К.: Знання України, 2002. – 358 с.
4. Антонова В. А. Конкуренція і управління конкурентоспроможністю підприємств ресторанного господарства / В. А. Антонова // Науковий вісник Полтавського університету споживчої кооперації України. - 2012. - № 1 (21). - С. 54-57.
5. Белоусова О.С. Актуальні проблеми готельно-ресторанного бізнесу в умовах підготовки до Євро-2012 // Вісник Волинського інституту менеджменту. - №2 – 2011. - 38-44.
6. Бутенко О.П., Дядушкіна І.В. Аналіз ринку ресторанного господарства України та перспективи його розвитку // Економічний простір - № 74. – 2013р. – с. 73-81.
7. Веремеева Т. UBR. Криза і ресторанний бізнес: Як виживають ресторатори в Україні. – Електронний ресурс. – [Режим доступу].- <http://realt.aviso.ua/uk/news?id=25572aeb-631e-4e22-9a3e-cb5f3914b4b1>
8. Гастрономічний туризм –відпочинок для гурманів. – Електронний ресурс. – [Режим доступу].- <http://mustang.lviv.ua/archives/862#.VMDXjoHK6rQ>

9. Гурман-тур: где лучше всего готовят в Украине. - Электронный ресурс. – [Режим доступа].- <http://hotels24.ua/news>
10. Джанджугазова Е.А. Маркетинг в индустрии гостеприимства: учеб. Пособие для студ. вузов / Е.А. Джанджугазова. – М.: Академия, 2003. – 224 с.
11. Карсекин В.И. Оптимизация размещения предприятий общественного питания / В.И. Карсекин, В.С. Ковешников, А.А. Мазараки. – К.: Техніка, 1982. –111 с.
12. Кацерикова Н.В. Ресторанное дело: учеб. пособие (часть I) / Н.В. Кацерикова. – Кемерово: Кемеровский технолог. ин-т пищ. пром-сти, 2004. – 352 с.
13. Котельникова А.В. Теоретико-методологические подходы к оценке конкурентоспособности предприятий общественного питания / А.В. Котельникова // Развитие предпринимательства в малых городах и поселениях: Регион. науч.-практ. конф.: [материалы]. – Бирск: Бирский филиал Уфимской государственной академии экономики и сервиса, 2006. – С. 72-75.
14. Кривонос А. Ресторанный бізнес в Україні: підсумки та прогнози. – Электронный ресурс. – [Режим доступа].- <http://fbc.net.ua/video/9551/>
15. Кузнецова Н.М. Основы экономики готельного та ресторанного господарства:навч. посібник / Н.М. Кузнецова. – К.: ІНСТИ-. ТУТ ТУРИЗМУ, 1997. – 174 с.
16. Мазараки А.А. Проектирование заведений ресторанного хозяйства: учеб. пособие для вузов /Под ред. А.А. Мазараки. – К.: КНТЕУ, 2008. – 307 с.
17. Міжнародна стандартна галузева класифікація. - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://uk.wikipedia.org/wiki/Міжнародна_стандартна_галузева_класифікація
18. Мережа роздрібної торгівлі та ресторанного господарства за 2010-2013 рр. - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
19. Молекулярна кухня. – Электронный ресурс. – [Режим доступа].- <http://harchi.info/articles/molekulyarna-kuhnya>
20. Найдюк В.С. Інновації в системі управління підприємствами ресторанного господарства // Сталий розвиток економіки. – 2012. - № 2. – с. 228-233.

21. Николаева Т.И. Организация общественного питания: резервы и оценка эффективности: учеб.пособие / Т.И. Николаева, З.О. Фадеева. – Екатеринбург: Изд-во Урал. гос.экон. ун-та, 2008. – 183 с.
22. Пятницкая Г.Т. Менеджмент общественного питания: учебник для вузов / Г.Т. Пятницкая, Н.А. Пятницкая. – К.: Киев. нац. торг.-экон. ун-т, 2001. – 655 с.
23. П'ятницька Г. Т. Ресторанне господарство України: ринкові трансформації, інноваційний розвиток, структурна переорієнтація : монографія / Г. Т. П'ятницька. — К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2007. — 465 с.
24. П'ятницька Н.О. Організація обслуговування в закладах ресторанного господарства // Н.О. П'ятницька, А.А. Мазаракі, Г.Т. П'ятницька, А. М. Расулова, та ін.. – К.: КНТЕУ, К.: Центр учбової літератури, 2011 – 584 с.
25. Тренд напівготовності. – Електронний ресурс. – [Режим доступу].- <http://www.dsnews.ua/economics/trend-polugotovnosti-18052013100000>
26. Чхало О. Автоматизовані системи управління підприємствами ресторанного господарства. – Електронний ресурс. – [Режим доступу].- http://tourlib.net/statti_ukr/chkhalo.htm
27. Яшина О.В. Особливості розвитку ресторанного господарства в Україні // Вісник Буковинської державної фінансової академії.– Електронний ресурс. – [Режим доступу].- http://www.rusnauka.com/34_NIEK_2010/Economics/74871.doc.htm