

УДК [338.45:640.43]:657:336.256

Л. В. Семенюк,
аспірант Львівського національного університету імені Івана Франка

ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РИНКУ МЕРЕЖ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА, ЩО РОЗТАШОВАНІ НА АВТОШЛЯХАХ УКРАЇНИ

L. V. Semeniuk,
postgraduate Ivan Franko National University of Lviv

MAJOR TRENDS IN THE MARKET NETWORK OF RESTAURANTS THAT ARE LOCATED ON ROADS UKRAINE

У статті досліджується місце ресторанів трасового типу в розвитку ресторанного господарства України, його розвиток. Діагностовано проблеми забезпечення ефективного функціонування відповідних закладів на території України, в розрізі окремих областей.. Обґрунтовано шляхи зміцнення економічної стійкості та конкурентоспроможності даних закладів. Проведено аналіз функціонування даних закладів ресторанного типу, визначено ефективність їх діяльності як можливість забезпечення додаткового обслуговування на автозаправках. Проаналізовано ключові аспекти еволюції відповідних закладів на території нашої країни та прогнозування їх подальшого «економічного життя». Досліджено ефективність функціонування мереж ресторанів трасового типу та їх перспектива на майбутнє.

This paper examines the local restaurants highway type of restaurant economy of Ukraine and its development. Diagnosed the problem to ensure the effective functioning of relevant institutions in Ukraine in individual areas .. The ways of strengthening the economic viability and competitiveness of these institutions. The analysis of the functioning of institutions of restaurant type, the efficacy of their work as an opportunity to provide additional service at gas stations. Analysis of key aspects of the evolution of the relevant institutions in our country and prediction of their future "economic life". The efficiency of the networks Restaurants highway type and their prospects for the future.

Ключові слова: ресторанне господарство, трасові ресторани, заклади ресторанного господарства на АЗС, ринок ресторанів трасового типу, мережа ресторанів.

Keywords: restaurant management, tracks restaurants, schools restaurants at the gas station, market highway-type restaurants, chain restaurants.

Постановка проблеми. Ресторанний бізнес у перші роки демократичної України розвивався по інерції за принципом радянських їдалень та кафе. І лише з 1995-1996 рр. Україна зробила перший крок до побудови нової концепції розвитку закладів ресторанного господарства. Незважаючи на те, що сьогодні на ринку України з'явилася велика кількість ресторанів, кафе та інших закладів, які відповідають світовим стандартам, більшість експертів вважають, що ресторанне господарство на даний момент знаходиться на стадії зародження.

Це ж можна сказати і про ресторани трасового типу, які на сьогодні в Україні лише формуються як цілісна система. Так, даний ринок нині активно розвивається, постійно збільшується кількість відкритих закладів, преса публікує інформацію про бажання зайняти нішу міжнародними компаніями, проте аналіз вченими та науковцями даного напрямку не проводиться. В контексті об'єкта дослідження, варто провести детальний аналіз даного ринку, компаній, які на ньому працюють та стратегій розвитку, які дані компанії обирають у своїй діяльності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблема розвитку ресторанів трасового типу широко досліджена у зарубіжній літературі, проте в вітчизняних наукових колах воно практично не розглядається, тому і бачимо необхідність його комплексного дослідження та детального аналізу.

Метою статті є пошук основних способів ефективного розвитку ресторанів трасового типу в Україні, аналіз ключових аспектів еволюції відповідних закладів на території нашої країни та прогнозування їх подальшого «економічного життя».

Виклад основного матеріалу. Ринок трасових ресторанів та кафе в Україні є одним із наймолодших напрямків ресторанного господарства. Перші мережі таких закладів з'явилися в Україні 2005-2006 рр. і, на сьогоднішній день, даний напрямок ресторанного господарства є привабливим для великої кількості компаній, зокрема тих, що займаються продажем нафтопродуктів, як супутня послуга, спрямована на підвищення комфорту споживачів, що подорожують чи перебувають у відрядженнях в межах України.

Темпи росту даного ринку в Україні надзвичайно високі. За останні п'ять років з'явилася велика кількість одиничних закладів та мереж закладів ресторанного господарства, що розташовані на автошляхах. За оцінкою експертів, частка ринку, яку займають мережі ресторанів та кафе трасового формату становить 5-6% від загальної кількості закладів ресторанного господарства України. Якщо врахувати до даної кількості не мережеві заклади, то частка даного ринку становить 9-10%.

Розглянемо основні формати ресторанів та кафе, що діють на ринку України та підпадають під класифікацію мереж трасових ресторанів та кафе (табл. 1).

Таблиця 1.
Ключові компанії, що розвивають мережі закладів ресторанного господарства на автошляхах України

Назва	Формат закладу	Асортимент	Кількість закладів
Мережа фаст-фудів та ресторанів, що розташовані на автозаправних комплексах (АЗК) «WOG»			

«Summarket»	магазини продовольчих та непродовольчих товарів, що містять зону кафе	хот-доги, снеки, холодні та гарячі напої	-
«Tastydrive»	фаст-фуди із розширеним асортиментом	хот-доги, піца, паніні, вафлі, соки-фреш, холодні та гарячі напої	186
«Restorio»	ресторани при АЗК	закуси, сніданки, салати, перші страви, другі страви, гарніри, десерти, дитяче меню, напої	11
Мережа кафе «Латте», що розташовані на автозаправних комплексах «Parralel»			
«Latte»	кафе	хот-доги, випічка, снеки, широкий асортимент кавових напоїв, холодні напої	116
«Lapizza»	новий формат кафе	декілька видів гарячих страв, холодних і гарячих закусок, комплексні обіди, піца, напої, великий вибір гарячих напоїв	1
Мережа ресторанів «Борш», що розташовані на автозаправних комплексах «КЛЮ»			
«Борш»	ресторани при АЗК	закуси, салати, перші страви, гриль-меню, другі страви, гарніри, десерти розширений асортимент напоїв	19
Мережа кафе та ресторанів, що розташовані на автозаправних станціях «ОККО»			
«Hotcafe»	кафе, що розташовані у торговому залі АЗК	хот-доги, снеки, випічка, холодні та гарячі напої	380
«Hotcafemaxi»	кафе із розширеним асортиментом	хот-доги, сандвічі, салати, гарячі страви, супи, десерти, розширений асортимент кавових напоїв	20
«Alamminute»	ресторани французької кухні при АЗК	закуси, сніданки, салати, сандвіч-група, перші страви, другі страви, гарніри, десерти, дитяче меню, розширений асортимент напоїв	31
«Pastamia»	ресторани італійської кухні при АЗК	паста, піца, салати, закуски, перші страви, сандвіч-група, сніданки, десерти, широкий асортимент гарячих та холодних напоїв	7
Мережа кафе, що розташовані на автозаправних комплексах «Shell»			
Кафе	кафе	хот-доги, випічка, снеки, широкий асортимент кавових напоїв, холодні напої	166
Мережа кафе, що розташовані на автозаправних комплексах «БРСМ»			
Кафе	кафе	хот-доги, снеки, випічка, холодні та гарячі напої	99

Дані подано станом на червень 2014р. Сформовано автором на основі аналізу джерел [2, 3, 4, 5, 6, 7].

Концептуальною основою створення закладів ресторанного господарства на автозаправних станціях (АЗС) виступало надання споживачам супутніх послуг та додаткового сервісу. Проте, на сьогоднішній день, в умовах росту податкового навантаження на компанії-експортерів нафтопродуктів та зменшення прибутковості даного бізнесу, компанії зміщують акцент в сторону ресторанів та кафе швидкого харчування, щоб збільшити прибутковість основного бізнесу. Вперше така стратегія пройшла випробування на польських станціях Orlen і мала позитивний вплив на збільшення прибутковості бізнесу [1]. Якщо аналізувати вітчизняний досвід, то першою компанією, що відкрила власну мережу ресторанів та кафе є компанія «ОККО».

Проведемо аналіз регіонального розміщення ресторанів та кафе трасового формату в Україні (табл. 2).

Таблиця 2.
Регіональне розміщення мереж ресторанів та кафе трасового формату в Україні

Області, АР	Чер.12		Чер.14		Зміна 14/12	
	К-ть закладів, од.	Частка області, %	К-ть закладів, од.	Частка області, %	Абс.	Відн.
Вінницька область	39	5,2%	52	5,1%	13	33%
Волинська область	19	2,5%	23	2,3%	4	21%
Дніпропетровська область	27	3,6%	44	4,3%	17	63%
Донецька область	85	11,3%	114	11,2%	29	34%
Житомирська область	20	2,7%	26	2,6%	6	30%
Закарпатська область	39	5,2%	44	4,3%	5	13%
Запорізька область	26	3,5%	34	3,3%	8	31%
Івано-Франківська область	41	5,5%	42	4,1%	1	2%
Київська область	79	10,5%	157	15,5%	78	99%
Кіровоградська область	19	2,5%	23	2,3%	4	21%
Луганська область	26	3,5%	43	4,2%	17	65%
Львівська область	91	12,1%	95	9,4%	4	4%
Миколаївська область	13	1,7%	13	1,3%	0	0%
Одеська область	30	4,0%	37	3,6%	7	23%
Полтавська область	8	1,1%	20	2,0%	12	150%
Рівненська область	22	2,9%	31	3,1%	9	41%
Сумська область	2	0,3%	8	0,8%	6	300%

Тернопільська область	16	2,1%	20	2,0%	4	25%
Харківська область	33	4,4%	49	4,8%	16	48%
Херсонська область	22	2,9%	29	2,9%	7	32%
Хмельницька область	31	4,1%	36	3,5%	5	16%
Черкаська область	20	2,7%	24	2,4%	4	20%
Чернівецька область	8	1,1%	11	1,1%	3	38%
Чернігівська область	6	0,8%	8	0,8%	2	33%
Крим	27	3,6%	33	3,2%	6	22%
Всього	749	100,0%	1016	100,0%	267	36%

Сформовано автором на основі аналізу джерел [2, 3, 4, 5, 6, 7].

Лідерами по кількості кафе трасового формату є Київська область – 15,5%, Донецька – 11,2% та Львівська область – 9,4%. Це пов'язано з наступними факторами:

- вигідне розташування даних областей та їх загальнодержавне значення;
- кількість населення даних регіонів;
- наявність міжнародних трас та сусідство з іншими країнами Львівської та Донецької областей;
- рівень ділової активності населення;
- високий рівень туристичних потоків.

Проведено оцінку кількості закладів на даному ринку, що належать різним мережам (рис. 1). Найбільшу частку на даному ринку займає компанія «ОККО» - 41%. Компанії «Shell» та «WOG», що розвивають власні мережі кафе, займають 16% та 19% ринку, відповідно. Найменшу частку ринку займає компанія «СЛО» (Ресторан «Борш») - 2%.

Враховуючи, що на даному етапі усі компанії вибрали експансійну стратегію, яка спрямована на відкриття максимальної кількості закладів ресторанного господарства на автошляхах України, варто проаналізувати потенційні можливості основних конкурентів, що на сьогоднішній день присутні на даному ринку – рис. 2.

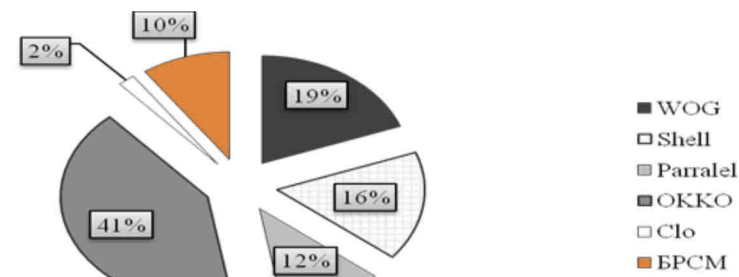


Рис. 1. Кількість мережеских закладів ресторанного господарства, що розташовані на автошляхах України в розрізі компаній, що займаються їх розвитком*

*Сформовано автором на основі аналізу джерел [2, 3, 4, 5, 6, 7].

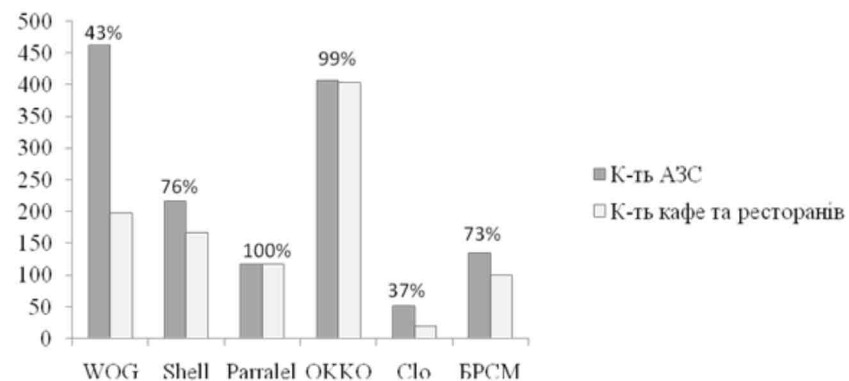


Рис. 2. Частка автозаправних станцій (АЗС), що містять на території кафе та/або ресторан, в розрізі основних конкурентів на ринку

Виходячи з даних діаграми, компанії Parralel та ОККО на 99-100% покрили власну мережу АЗС об'єктами ресторанного господарства. Відповідно, у найближчі роки кількість закладів ресторанного господарства, що відкривають дані компанії буде рости помірними темпами, зі збільшенням кількості нововідкритих АЗС. Так, як заклади ресторанного господарства відкривалися даними компаніями в прискореному режимі з метою захоплення ринку, швидше ніж конкуренти, то можна вважати, що основний акцент у найближчі роки буде відведений постановці та покращенню бізнес-процесів. Компанія WOG лише на 43% покрила мережу власних АЗС, та, враховуючи темпи нарощення кількості відкритих кафе, за найближчі роки потенційно може відкрити ще 200-220 кафе.

При аналізі потенційних можливостей конкурентів варто враховувати також компанії, що тільки вийшли на ринок України у 2012р. До таких компаній можна віднести Sosa, що за пів року відкрив близько 30 АЗС, частково з кафе різних форматів.

Якщо проводити паралелі із розвитком сфери харчування у дорозі в Україні, у порівнянні з іншими країнами, то, на сьогоднішній день, формати переважної більшості закладів відповідають світовому рівню. Українські компанії намагаються переймати європейський досвід у організації закладів харчування. Проте, потужність компаній, що розвивають даний напрям та діють на ринку України, є великою лише в рамках нашої країни, компанії не розвивають сферу харчування у інших країнах світу, або країнах-сусідах. Це пов'язано із неповним насиченням ринку України, відсутності якісного законодавства в сфері франчайзингу, податковим навантаженням при роботі закордоном. Також одним із факторів є оцінка конкурентоспроможності закладів харчування, що розробляються в Україні.

На основі проведеного дослідження можна виділити такі основні тенденції розвитку ринку мереж закладів ресторанного господарства, що розташовані на автошляхах України:

1. Даний ринок сформувався в Україні у 2005-2006р. та характеризується щорічним нарощенням кількості конкурентів, ростом відкритих закладів ресторанного господарства.
2. Змінилося ставлення споживачів до харчування в дорозі. Якісна їжа за демократичною ціною у ресторанах та кафе стала невід'ємною частиною міграції населення з точки А в точку Б.

3. На сьогоднішній день, мережі закладів ресторанного господарства, що відкриваються на автошляхах України, знаходяться у 95% випадків, в комплексі із автозаправними станціями. Послуги харчування у дорозі позиціонуються компаніями як супутня, сервісна послуга для споживача.

4. Частка, яку займає реалізація супутніх послуг (в тому числі, рестораних), щорічно збільшується, та у 2013р. склала близько – 35%. Це означає, що інтерес інвесторів до відкриття додаткової кількості ресторанів, кафе, магазинів зростає швидкими темпами. В умовах, росту податкового навантаження на підприємства, що займаються імпортом нафтопродуктів, та зменшенням прибутковості бізнесу, що зменшує привабливість бізнесу для інвесторів, розвиток мереж закладів ресторанного господарства, на автошляхах України стає все більш привабливим та збільшує прибутковість основного бізнесу.

5. Конкуренцію, що присутня на ринку мереж ресторанів, що розташовані на автошляхах України, можна охарактеризувати як олігополію. На сьогоднішній день на ринку присутні 5-6 ключових гравців, що конкурують у даній галузі. Три компанії (ОККО, WOG та Shell) диктують правила гри на даному ринку. Як тільки будь-яка із компаній починає активно розвивати бізнес, інші будуть таку ж стратегію. Це стосується і введення нових форматів кафе та продукції, що продається споживачам.

6. Даний ринок розвивається швидко та динамічно. Компанії «ОККО» та «WOG», за 2011-2014 роки збільшили кількість кафе, що знаходяться на автозаправних комплексах у 2 рази. Збільшується кількість різних форматів кафе та ресторанів, що розташовані на автошляхах України. Даний ринок стає все більш привабливим для іноземних компаній, які шукають привабливі інвестиційні пропозиції для виходу на український ринок.

7. Компанії, що працюють у даній сфері активно переймають світовий досвід та в переважній більшості відповідають рівню очікування іноземних гостей. Проте, компанії-учасники ринку, не виходять за межі ринку України та, наразі, неактивно працюють у сфері франчайзингу та міжнародного розвитку.

Висновки. Таким чином, враховуючи усі перелічені особливості ринку закладів ресторанного господарства, що розташовані на автошляхах України, можна стверджувати, що даний сегмент закладів активно розвивається в Україні, щороку нарощує обсяги продажів, кількість закладів, та, відповідно, потребує детальних наукових досліджень не лише в рамках загального ринку закладів ресторанного господарства України, але й в контексті самостійного ринку, що має свої відмінні особливості.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.

1. Реальна економіка. АЗС рятують прибутки фаст-фудом. - [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://real-economy.com.ua/news/7209.html>
2. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://wog.ua/>
3. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://okko.ua/>
4. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.klo.kiev.ua/>
5. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.parallel.ua/uk/>
6. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.shell.ua/>
7. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.brsm-nafta.com/>

References.

1. Real economy, "Save the gas station profits fast food", available at: <http://real-economy.com.ua/news/7209.html> (Accessed 4 October 2014).
2. Available at: <http://wog.ua/>
3. Available at: <http://okko.ua/>
4. Available at: <http://www.klo.kiev.ua/>
5. Available at: <http://www.parallel.ua/uk/>
6. Available at: <http://www.shell.ua/>
7. Available at: <http://www.brsm-nafta.com/>

Стаття надійшла до редакції 19.11.2014 р.



ТОВ "ДКС Центр"