

УДК 332.1:338.48:640.432

ХАРАКТЕРИСТИКА РЕГІОНАЛЬНИХ АСПЕКТІВ РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА ЯК СКЛАДОВОЇ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ

Л.М. Лояк, Р.П. Загнибіда

ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника»

В статті здійснено дослідження регіонального ринку ресторанного господарства як складової туристичної індустрії. Зосереджено увагу на тому, що розміщення закладів ресторанного господарства у містах і районах області є нерівномірним. Найбільша їх кількість зосереджена у м. Івано-Франківську. Розглянуто основні тенденції розвитку загальнодоступної мережі закладів ресторанного господарства за кількісними показниками. Проведено вибірккову класифікацію ресторанів, кафе, барів та підприємств швидкого обслуговування м. Івано-Франківська за типом кухні.

Визначено стратегічні напрямки розвитку ресторанного господарства в туристичному регіоні.

Враховуючи сучасні умови ведення бізнесу, достатньо високі рейтингові позиції ресторанного господарства досліджуваного регіону змушують організовувати роботу підприємств таким чином, щоб задовольнити найвибагливіші смаки та уподобання споживачів, працюючи у змінних умовах функціонування ринку.

Ключові слова: туристична індустрія, ресторанне господарство, ресторанний бізнес, заклад ресторанного господарства, торговельна мережа, мережа загальнодоступних підприємств ресторанного господарства, інноваційна діяльність.

Постановка проблеми. Роль туризму як фактора оптимізації господарської структури та економічного росту й каталізатора розвитку продуктивних сил регіону з кожним роком дедалі зростає. Адаже туризм прямо чи опосередковано

активізує більшість галузей регіональної економіки, в тому числі промисловість, сільське господарство, будівництво, транспорт, страхування, зв'язок, торгівлю, ресторанне господарство, житлово-комунальне господарство, сферу побутових послуг, культуру, мистецтво, спорт тощо [7, с. 143].

Підприємницька діяльність об'єктів туристичної індустрії побудована на основі структурних складових, серед яких значну частку займає ринок ресторанного господарства (далі – РГ).

Ресторанний бізнес є однією з найбільш значущих складових туристичної індустрії. Як показує світова та вітчизняна практика, саме підприємства ресторанного господарства є тим об'єктом уваги туристів, де вони проводять значну частину свого дозвілля.

Розвинене ресторанне господарство є прибутковим сектором економіки країни, який, окрім обслуговування різних контингентів споживачів та надання їм послуг у сфері харчування, вигідно позиціонує країну на міжнародному ринку. Розвинена сфера послуг, складовою якої є ресторанне господарство, є ознакою належного соціально-економічного рівня країни, прогресивної структури її господарства. Трансформації, які відбулися у світовій економіці протягом останніх десятиріч, спричинили істотні зміни в ресторанному господарстві. У сучасних умовах ресторанний бізнес є прибутковим видом економічної діяльності, якому притаманні високі рівні ліквідності капіталу та конкурентності [9, 260]. Впродовж останніх років спостерігається зростання ролі закладів ресторанного господарства у туристичному секторі економіки. Тому

дослідження регіональних аспектів розвитку ресторанного господарства є актуальними і мають вагоме практичне значення.

Мета статті: використовуючи різного роду методи дослідження з'ясувати суть та основні тенденції розвитку підприємства сфери ресторанного господарства в Івано-Франківській області та, зокрема, в м. Івано-Франківську.

Виклад основного матеріалу. Туристично-рекреаційна галузь виступає стратегічним напрямом розвитку Івано-Франківщини. Об'єктивно область має всі передумови для інтенсивного розвитку внутрішнього та іноземного туризму: особливості географічного розміщення та рельєфу, сприятливий клімат, багатство природного, історико-культурного та туристично-рекреаційного потенціалів.

Дослідивши регіональні особливості розвитку туристичної індустрії Івано-Франківської області на основі величини туристичних потоків за період 2011–2014 рр., можна стверджувати, що за показником обслужених екскурсантів Прикарпаття утримує першість в Україні.

За підсумками 2012–2013 рр. регіон займав третє місце за кількістю обслужених внутрішніх туристів, у 2014 р. він вийшов на друге місце за цим показником, у 2013 р. область зайняла третє, а у 2014 р. друге місце за доходом від наданих туристичних послуг.

За даними зведеної звітності, Прикарпаття у 2014 р. відвідало 1573,9 тис. осіб, що на 66 % більше у порівнянні з 2013 р. Туристичний збір становить 946,8 тис. грн.

За даними форми державного статистичного спостереження № 1-туризм (річна) «Звіт про туристичну діяльність», в області налічується близько 200 суб'єктів туристичної діяльності, з них 33 туроператори. Трійку лідерів туристичного ринку формують: ТЗОВ «Парктур» (ТК «Буковель»), ПрАТ «Івано-Франківський турист», ТЗОВ «Туристична фірма «Надія».

За 2014 р. загальна кількість туристів, яким були надані послуги, становить 63848 осіб, що на 18 % менше у порівнянні з 2013 р. [3].

Розвиток та стан ресторанного господарства є надзвичайно важливим для даного регіону. Адже послуги харчування є тією необхідною ланкою в обслуговуванні туристів, що веде до задоволення клієнта від отриманої послуги, і, зрештою, до отримання максимально можливих прибутків від ведення бізнесу.

Специфіка розвитку кожної галузі економіки відображається у кількісних показниках її розвитку, ринок ресторанного господарства не є винятком. За статистичними даними, станом на 1 січня 2013 р. в Івано-Франківській області функціонувало 528 об'єктів РГ, розрахованих на 31,3 тис. посадкових місць або в середньому 59 місць на один об'єкт (в Україні цей показник становить 70 місць на один об'єкт) [11, с. 50].

Порівняно з 2011 р. кількість закладів харчування області зменшилася на 24 од., або на 4,5 %. Водночас наведена тенденція згортання мережі РГ дещо уповільнилась, оскільки порівняно з 2005 р. кількість таких закладів в Івано-Франківській області зменшилася на 33,8 %. Ці обставини безпосередньо вплинули на скорочення в них кількості посадкових місць (відносно до попереднього року на 1189 місць). Разом з тим кількість місць у середньому на один об'єкт РГ зросла, що зумовлено укрупненням підприємств дослідної галузі. Розглядаючи територіальне розміщення закладів РГ, слід зазначити, що у міських поселеннях області зосереджено 62 % таких підприємств, а 38 % припадає на сільську місцевість). У містах області кількість посадкових місць у підприємствах РГ у середньому на 7 од. більше, ніж у сільській місцевості [11, с. 52].

Розміщення закладів РГ у містах і районах області є нерівномірним. Найбільша їх кількість зосереджена у м. Івано-Франківськ, Галицькому, Калуському,

Тлумацькому та Надвірнянському районах. Збільшення мережі відбулося винятково в м. Коломия (на 3,8 %) та Галицькому (на 33,3 %) і Рожнятівському (на 6,7 %) районах.

Тому вважаємо за доцільне проведення досліджень розвитку мережі загальнодоступних підприємств ресторанного господарства, які найбільше користуються попитом у туристів, саме на прикладі м. Івано-Франківська.

Місто Івано-Франківськ є туристичною столицею Прикарпаття, одним із найцікавіших в історичному та культурному плані міст. Архітектурно-культурна спадщина міста має давні європейські корені та є ознакою нашої європейської культурної ідентичності і самобутності.

З метою покращення іміджу Івано-Франківська, залучення більшої кількості туристів в місті розроблена «Програми розвитку туристичної галузі Івано-Франківська на 2012–2015 рр.» [3].

До 2013 р. у м. Івано-Франківську спостерігалась стійка тенденція до збільшення обсягів роздрібного товарообороту торговельної мережі, який є головним індикатором, що характеризує купівельну спроможність населення м. Івано-Франківська та, відповідно, дозволяє оцінити їх реальні доходи. За результатами 2014 р. оборот роздрібної торгівлі (до якого включено товарооборот торгової мережі підприємств, розрахункові дані щодо обсягів продажу товарів на ринках і фізичними особами-підприємцями) становив 9,6 млрд. грн., що на 2,9 % менше обсягу за 2013 р. Однак у розрахунку на 1 мешканця міста цей показник залишається у 1,8 рази вищим за середнє значення по Україні. На скорочення обсягів товарообороту вплинули наслідки фінансово-економічної кризи 2014 р., які проявились в уповільненні темпів зростання середньомісячної заробітної плати та зменшенні чисельності працівників. Зростання попиту на споживчі товари у м. Івано-Франківську до 2014 р., підвищення вимог покупця до торговельної

мережі, відображалось у збільшенні чисельності організованих місць торгівлі, підприємств побутового обслуговування населення, ресторанів. Так, навіть у досить складному с точки зору розвитку сфери торгівлі та ресторанного господарства 2014 році торговельна мережа збільшилась на 30 підприємств торгівлі, 15 підприємств ресторанного господарства, 8 підприємств побутового обслуговування населення, в місті відкрились 2 супермаркети. У 2014 р. розпочато роботу щодо відкриття оптового сільськогосподарського ринку [4].

Мережа загальнодоступних підприємств ресторанного господарства у м. Івано-Франківську протягом досліджуваного періоду (2013–2015 рр.) показує тенденцію до зростання, так у 2015 р. кількість підприємств ресторанів зростала на 3 одиниці, а кафе – на 13 одиниць, нічних закладів ресторанного господарства на 2 одиниці при порівнянні до 2013 р. Хоча за досліджуваний період не змінилась кількість барів нічних закладів ресторанного господарства, проте спостерігається тенденція до збільшення кафе, у складі яких є бари (табл. 1).

Ресторанне господарство – це вид економічної діяльності суб'єктів господарювання щодо надання послуг для задоволення потреб споживачів у харчуванні з організацією дозвілля або без нього. Заклади ресторанного господарства надають споживачам комплекс різноманітних послуг, які за своїм характером можна поділити на:

- послуги харчування;
- послуги з виготовлення кулінарної продукції та кондитерських виробів;
- послуги з реалізації продукції;
- послуги організації обслуговування споживачів (реалізація продукції та організація її споживання);
- послуги з організації дозвілля;
- інформаційно-консультативні послуги;
- інші послуги [5, с. 32].

Всі загальнодоступні підприємства

Таблиця 1

Динаміка зміни кількості загальнодоступних підприємств ресторанного господарства Івано-Франківської області, одиниць*

Тип підприємства	Роки				Динаміка зміни	
	2013	2014	2015	2016	2015 до 2013	2015 до 2014
Ресторани	71	74	75	75	+3	+4
Кафе	268	281	281	284	+13	-
Бари	22	22	22	22	-	-
Нічні заклади ресторанного господарства	15	17	17	17	+2	-
Усього	376	394	395	398	+19	+1

* побудовано на основі джерел [1; 2].

(заклади) ресторанного господарства в Україні та в інших країнах світу за кухнею можуть бути позиціоновані на ринку як українські, італійські, французькі, китайські, японські, російські та інші, або як такі, де в меню поєднуються, наприклад, страви української та однієї або декількох інших європейських кухонь чи запроваджується кухня фьюжен тощо, тобто як підприємства (заклади) зі змішаним типом кухні [10, с.152]. У ході дослідження розвитку мережі загальнодоступних закладів ресторанного господарства в Івано-Франківську було виявлено тенденцію до зменшення частки ресторанів зі змішаним типом кухні і зростання кількості спеціалізованих за українською та певною національною (страви слов'янських та однієї і більше

європейських країн) кухнею ресторанів, кафе, барів (табл. 2).

Наявність в м. Івано-Франківську великої частки загальнодоступних підприємств ресторанного господарства зі змішаним типом кухні (переважно слов'янсько-європейським) обумовлена тим, що більшість з них орієнтують свою пропозицію на широку аудиторію споживачів з різноманітними, проте звичними для мешканців Європи гастрономічними уподобаннями. Це, в свою чергу, підтверджує те, що змішаний тип кухні надає закладу більше можливостей для розвитку своєї товарної субстратегії, забезпечує високу гнучкість у разі зміни смаків та уподобань цільових споживачів.

В жорсткому конкурентному середовищі вітчизняні заклади ресторанного

Таблиця 2

Вибіркова класифікація ресторанів, кафе, барів та підприємств швидкого обслуговування м. Івано-Франківська за типом кухні

Тип кухні	Найменування ресторанів, кафе, барів, підприємств швидкого обслуговування
Українська	Ресторани: «Надія» ТОВ фірми «Надія», «Терен», «Гражда», «Франківський», «Червона рута», «Гостинний двір», «Веселий монах», «Карпати», «Аркан», «Легенда», «Україночка», «Витребеньки», «Станіславський двір», «Білі ночі», «Вулик», «Зелений клин», «Гетьманський», колиба «Галицька брама», «Старий Станіславів», «Княгинин», «Черемош», «Хортиця», «Хмельницький»
	Кафе: «Пиріжкова хага» «Хутірець», «Гуадеамус», «Червона рута», «Кухня Прикарпаття», «Отаман», «Ідеал», колиба «Водограй», «Обрій», «Барвінок», «Станіславське», «Статус», «Еліта», «Мала хортиця», «Гудок», «Горобина», «Галицьке», «Пиріжкова», «Під фікусом», «Підкова», «Пролісок», «Шинок», «Золотий колос», «Яворина», «Любисток», «Золотий кубок», «Бункер», «Завиванець», «Гомін Карпат», «Козачок», «Кафетно 1662»

продовження табл. 2

Українська	Бари: «Станіславський», «Бочка», «Двоє»
	ПШО: ресторан швидкого харчування «Дежавю»
Кавказька	Кафе: «Горезь», «Чанахи»
Французька	Кафе: «Версаль», «Шоколадниця»
Італійська	Ресторани: «Віва Італія»
Німецька кухня	Ресторани: «Баварія»
	Кафе: «Піцерія Сан-Ремо», торгова марка «Піца Челентано», «Піца Плос», піцерія «ТІП-ТОП», піцерія «Стара Пасічна»
Східна	Ресторани: «Кабукі» (японський ресторан-театр), «Суші студія»
	Кафе: «Суші-студія»
	Бари: «Падишах»
Страви слов'янських та однієї і більше європейських країн	Ресторани: «Овен», ПП «Надія», «Роксолана», «Брумен», «Терра», «Шансон», «Золота ліра», «Гармонія», Ресторан-клуб «Едісон», «ВІП-кухня», «Селяві», «Паллада», «Легенда-центр», ресторан «Франко», ресторан «Чечіль», «Цунамі», «Альпійський», «Фортуна», «Садко», «Зінгер», «Пегас», «ТОСТ», «Глорія», «Титанік», «Тріумф», «Фараон», «Говерла», «Рондель», «Чорний замок»
	Кафе: «Акрополь», «Адамас», «Еней», «Корал», «Старий Белград», «Торнадо», «Транзит», «Фрегат», ПАБ «Пінта бар», «Смак», кав'ярня «Кімбо», «Альба», «Арнат», «Аляска», «Дім кави», «Бомонд», «Пікова дама», «Деканат», «Трактир», «Граф Монте Крісто», «Дарина», «Лісна», «Забава», «Капітан», «Золота ліра», «Каштан», «Континент», «Кристал», «Лонда», «Лотос», «Місте-Х», «Овен», «Пан Арт», «Десятка», «РОЯЛ», «Спорт Уікенд», «Манго», «Траян», «Трель», «Тріумф», «Турист», «Флоріда», «Фортуна», «Юність», «Океан плюс», «Ольга», «Бістро», «Спартак», «Дари лісу», «Старий двір», кафе-клуб «Брістоль», «Місто», «Галлактика», «Віктан», «Данко», кафе-клуб «Куб і К», кафе-бар «Плазма», «Дінаріс», «Манхетен», кафе-бар «Караван», колиба «Галицька брама», «Казна», «Дефіляда», «Перлина», «Діана», «Бліц», «Ескізи», «Усмішка», кафе «Бізе», «Вальяж», «Вернісаж», «Гурман», «Відень», «Медко», «Чорний лицар», «Фамілія», дитяче кафе «Гармидер», «Карамель», «Решельє», «Цукерня», «Бістро», «Весела оселя», «Софіївка», кафе-магазин «Streetcofe», «Корасінні», «Урбан Спейс», «Антикварія Шпіндель», «Паляніца», кафе «TayLounge», «Тікі тай», «Франсуа», «Барель»
	Бари: «Асторія», «Флоріда», «Бістро», «Віан», «Еліта», «Ельдорадо», «Еден», «Слов'янський», «Садко», «Адоніс», «Бар №9», «Лямур», «Релакс»
	ПШО: кафе «Чікен Хат»
Страви кухонь двох і більше європейських країн	Ресторани: «Європейський» ТОВ фірма «Надія», ресторація «Кухня», ресторан розважального центру «Братів Гартенбергів», «Фонтуш», «Рівера», «Брунен», «Біле і чорне», «Гармонія», ресторан-клуб «Едісон», «ВІП-кухня», «Селяві», «Паллада», «Легенда-центр», ресторан «Франко», ресторан «Чечель», «Цунамі», «Альпійський», «Фортуна», «Садко», «Зінгер», «Пегас», «ТОСТ», «Глорія», «Титанік», «Тріумф»,
	Кафе: «Нью Йорк Стріт Піца»
	Бари: Снек-бар
	ПШО: ТОВ «Ресторан Груп Компаній ш/х «Бест Бургер»

* побудовано на основі джерел [1, 2].

господарства можуть успішно діяти завдяки створенню механізму забезпечення стійкого стану на ринку, який можна створити за рахунок інноваційної діяльності. Інноваційний розвиток в ресторанному бізнесі стає все більш актуальним та викликає необхідність формування концептуальних засад управління інноваційною діяльністю закладів ресторанного господарства [6, с.169].

Умови ведення бізнесу в середовищі туристичної індустрії характеризуються загостренням конкурентної боротьби серед суб'єктів підприємницької діяльності. Особливо чітко це проявляється серед суб'єктів підприємницької діяльності в ресторанному господарстві. Інноваційні процеси, інноваційні продукти, інноваційні впровадження є основою для забезпечення належного рівня конкурентоспроможності спеціалізованого підприємства ресторанного господарства, забезпечуючи йому тим самим стабільний розвиток.

Яскравим прикладом того, що інноваційна діяльність є рушійною силою успішного розвитку підприємства, є досвід роботи мережі «23 ресторани» в м. Івано-Франківську. Мережа створена у 2014 р. і на сьогоднішній день об'єднує 5 закладів. До них належать:

- європейське кафе «Manufactura» (Мануфактура), де фірмові бельгійські гофри зводять з розуму всіх туристів та постійних відвідувачів, щонеділі проводяться майстер-класи для дітей та смачно годують європейською їжею;

- літнє кафе «Веранда» з улюбленими сандвічами та домашніми лимонадами;

- кав'ярня «Говорить Івано-Франківськ» з смачною кавою та солодощами;

- кондитерська «Delikacia», яка постійно творить вишукані та смачні десерти для наших закладів та з радістю спече торт на день народження чи весілля;

- «Fabbrica» (Фабрика) – італійський ресторан з українськими продуктами, де кухарі танцюють щоп'ятниці та суботи.

За такий короткий час роботи на ринку

ресторанного господарства команді професіоналів мережі «23 ресторани» вдалося привернути увагу значної кількості споживачів серед мешканців та гостей міста. Один з ресторанів Івано-Франківської мережі «23 ресторани», а саме «Fabbrica» отримав премію СОЛЬ в номінації «Ресторан в іншому місті». Ресторанна премія СОЛЬ – щорічна зустріч і церемонія нагородження кращих представників ресторанного бізнесу України. СОЛЬ вручається ресторанам, які були названі споживачами і витримали перевірку професійного журі премії.

А успіх роботи підприємств у випадку Івано-Франківська полягає не в тому, як перемогти конкурента, а як об'єднати партнерів по цеху заради спільного розвитку та процвітання на ринку.

Унікальним інноваційним проектом мережі «23 ресторани» є громадський ресторан «Urban Space 100». Це перший в Україні громадський ресторан. Засновниками проекту виступили 100 меценатів, котрі вирішуватимуть, на які проекти розвитку міста направлять прибуток. Кожен зробив благодійний внесок у сумі 1000 доларів США. Відтак кошти було витрачено на відкриття закладу.

«Urban Space 100» – це соціальне підприємство у форматі ресторану. Унікальність його полягає в тому, що прибуток направлятиметься винятково на реалізацію громадських проектів Івано-Франківська. «Urban Space 100» буде використовуватися як відкритий майданчик для презентацій, обговорень міських ініціатив, проектів розвитку, вивчення досвіду міст світу та інших некомерційних заходів, відкритих для усіх містян. Окрім самого ресторану в «Urban Space 100» функціонуватимуть також магазини дизайнерських речей, сувенірів і книг, будуть відбуватися кінопокази і концерти [7, с. 144].

За версією видання «Новое Время», у 2015 р. чотири івано-франківські ресторації: «Говорить Івано-Франківськ», кафе «Manufactura», італійський ресто-

ран «Fabbrica» (належать до мережі «23 ресторани»), а також ресторан «Corassini grill&wine» увійшли до 100 найкращих ресторанів країни.

Результати досліджень. Хоча позитивні тенденції на ринку ресторанного господарства присутні, на сьогодні сучасний стан ресторанного господарства в туристичному регіоні ще суттєво відстає від вимог українського суспільства та не відповідає світовим тенденціям розвитку галузі.

Основною проблемою розвитку ресторанного господарства та споживчого ринку є відсутність адекватної, повної та своєчасної статистики, і, як наслідок, аналізу процесів, що відбуваються на ринку. В результаті цього наявна диспропорція розміщення торгових об'єктів та закладів ресторанного господарства. Відсутність комплексної торговельної політики, що здійснюється єдиним органом та порушені міжгалузеві зв'язки призводять до хаотичності дій із забезпечення населення області необхідними товарами та послугами [7, с. 145].

Запровадження у підприємствах (зкладах) ресторанного господарства менеджменту на засадах концепції інноваційних переваг, не тільки сприятиме покращенню результатів їх розвитку, але також стимулюватиме виникнення нового мислення як у керівників, так і в інших працівників підприємств. Це, своєю чергою, обумовить розвиток творчого підходу при виконанні виробничих завдань. Гнучкість та зорієнтованість на позитивне сприйняття інноваційних змін у роботі спонукатиме менеджерів до впровадження нових інновацій. Як наслідок на ринку ресторанного господарства з'являтимуться нові продукти або послуги «проривного» характеру, нові способи і методи управління та ведення господарської діяльності, нові концепції тощо [10, с. 293].

Висновки. Підсумовуючи загальні результати можна зробити висновок про те, достатньо високі рейтингові позиції

ресторанного господарства досліджуваного регіону, враховуючи сучасні умови ведення бізнесу, змушують організувати роботу підприємств таким чином, щоб задовольнити найвибагливіші смаки та уподобання споживачів, працюючи у змінних умовах функціонування ринку.

У туристичному плані область є доволі привабливою, саме тому необхідно здійснювати стратегічне управління розвитком туристичної індустрії, що позитивно вплине на формування належної інфраструктури закладів ресторанного господарства. Мережа об'єктів РГ Івано-Франківської області розвивається досить стрімко, однак дещо хаотично, без урахування маркетингової оцінки попиту населення на різні види ресторанних послуг. Передумовами успішного розвитку ресторанного бізнесу взагалі та на Івано-Франківщині зокрема, є підвищення рівня доходів населення, заходи із нівелювання дисбалансу в розвитку мережі підприємств РГ та оптимізація їхньої структури.

Література

1. Дислокація підприємств громадського харчування м. Івано-Франківська станом на 23.03.2016 р. : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.mvk.if.ua/zaklharch/38083.
2. Дислокація підприємств громадського харчування м. Івано-Франківська станом на 01.01.2013 р. : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.mvk.if.ua/zaklharch/577.
3. Івано-Франківська обласна державна адміністрація : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.if.gov.ua>.
4. Інвестиційний паспорт Івано-Франківська : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.mvk.if.ua/uploads/files/35533-passport.pdf>.
5. Організація обслуговування у закладах ресторанного господарства : підруч. [для вищ. навч. закл.] / [Мазаракі А. А., П'ятницька Н. О., П'ятницька Г. Т. та ін.]; за ред. Н. О. П'ятницької. – [2-ге вид. перероб. та допов.]. – К. : Центр учбової л-ри, 2011. – 584 с.
6. Лояк Л.М. Напрями інноваційного розвитку закладів готельно-ресторанного бізнесу / Л.М. Лояк // Мат. міжнар. н.-п. конф.

«Готельно-ресторанний бізнес : інноваційні напрями розвитку» (м. Київ, 25–27 березня 2015 р.). – К. : НУХТ, 2015. – С. 168–170.

7. Лоаяк Л. М. Розвиток ресторанного господарства в контексті забезпечення конкурентоспроможності туристичного регіону / Л.М. Лоаяк. – Перспективи розвитку індустрії туризму в Україні : Зб. мат. міжвузів. викл. н.-п. конф. (Львів, 5 грудня 2013р.) / МОН України, ЛІЕТ. – Львів: ЛІЕТ, 2013. – С.143–147.

8. Лоаяк Л.М. Тенденції та перспективи розвитку ресторанного бізнесу в туристичному регіоні / Л.М. Лоаяк. – Гостинність, сервіс, туризм : досвід, проблеми, інновації : Тези доп. II міжнар. н.-п. конф. (м. Київ, 23 квітня 2015 р.) / М-во освіти і науки України; М-во культури України; Київ. нац. ун-т культури і мистецтв. – Київ : Вид. центр КНУКіМ, 2015. – Т. 1. – С. 163–168.

9. Прокопюк А. Сучасні тенденції розвитку ресторанного господарства України та Польщі / А. Прокопюк, Ю. Феленчак // Зб. науково-технічних паць. – Львів : РВВ НЛТУ України. – 2015. – Вип. 25.4. – С. 259–265.

10. П'ятницька Г.Т. Ресторанне господарство України ринкові трансформації, інноваційний розвиток, структурна переорієнтація: [монографія] / Г.Т. П'ятницька. – К. : КНТЕУ, 2007. – 465 с.

11. Цюцяк А. Розвиток ресторанної галузі Івано-Франківської області / А.Цюцяк // Товари і ринки. – 2014. – № 1. – С. 49–58.

Zahnybida R.P., Loyak L.M. CHARACTERISTICS OF REGIONAL ASPECTS OF RESTAURANT BUSINESS DEVELOPMENT AS A COMPONENT OF TOURISM INDUSTRY. *In recent years there has been an increase in the role of restaurant business facilities in the tourism sector of economy. Thus the study of the regional aspects of the restaurant business development is relevant and has significant practical importance.*

The aim of the article is to clarify the essence and the main trends of development of a restaurant business facility in Ivano-Frankivsk region and in particular, in Ivano-Frankivsk.

The research of the regional market of restaurant business as a part of the tourism industry has been made in the article. The accent is made on the fact that the location of regional business faculties in cities and

districts of the region is uneven. Their largest number is located in the city of Ivano-Frankivsk. The main trends of development of a public network of restaurant business facilities in accordance to quantitative indexes have been highlighted. A sampling classification of restaurants, cafes, bars and fast-food restaurants of Ivano-Frankivsk by the type of cuisine has been made.

The strategic directions of the restaurant industry development in the tourism region have been determined.

The above region is fairly attractive in terms of tourism perspectives, it is therefore necessary to carry out the strategic management of tourism industry development which will positively affect the formation of adequate infrastructure of restaurant business facilities. The network of regional business faculties in Ivano-Frankivsk region is rapidly developing, although somewhat randomly without taking into account a marketing assessment of people's demand for different types of restaurant services. The introduction in restaurant business facilities of the management based on the concept of innovation benefits will improve the results of their development. The success of the restaurant business in general and Ivano-Frankivsk region in particular, is in the increase of salaries, measures to leveling the imbalance in the development of the network of regional business facilities and optimization of their structure.

Summing up the overall results, we can make the conclusion that the relatively high rating positions of the restaurant business of the above studied region, taking into account the current conditions for making business, make businesses to organize their work in the way to satisfy the most demanding tastes and preferences of consumers, operating in variable conditions of the market functioning.

Key words: *restaurant business facility, innovative activities, the network of public restaurant business facilities, restaurant business, restaurant facility, retail chain, tourism industry.*

Загнибеда Р.П., Лояк Л.Н. ХАРАКТЕРИСТИКА РЕГИОНАЛЬНЫХ АСПЕКТОВ РАЗВИТИЯ РЕСТОРАННОГО ХОЗЯЙСТВА КАК СОСТАВЛЯЮЩЕЙ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ. *В статье проведено исследование регионального рынка ресторанного хозяйства как составляющей туристической индустрии. Сосредоточено внимание на том, что размещение заведений РГ в городах и районах области является неравномерным. Наибольшее их количество сосредоточено в г. Ивано-Франковск. Рассмотрены основные тенденции развития общедоступной сети заведений ресторанного хозяйства по количественным показателям. Произведено выборочную классификацию ресторанов, кафе, баров и предприятий быстрого обслуживания Ивано-Франковска по типу кухни.*

Определены стратегические направления развития ресторанного хозяйства в туристическом регионе.

Подытоживая общие результаты, сделан вывод о том, что достаточно высокие рейтинговые позиции ресторанного хозяйства исследуемого региона, учитывая современные условия ведения бизнеса, заставляют организовывать работу предприятий таким образом, чтобы удовлетворить самые взыскательные вкусы и предпочтения потребителей, работая в изменяющихся условиях функционирования рынка.

Ключевые слова: заведение ресторанного хозяйства, инновационная деятельность, сеть общедоступных предприятий ресторанного хозяйства, ресторанный бизнес, общественное питание, торговая сеть, туристическая индустрия.