

DOI: 10.5281/zenodo.2351872

UDC Classification: 640.43

JEL Classification: L89

ANALYSIS OF THE MAIN DEVELOPMENT TRENDS OF RESTAURANT BUSINESS OF UKRAINE

АНАЛІЗ ОСНОВНИХ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ УКРАЇНИ

Kateryna S. Zaychenko

Odessa National Polytechnic University, Odessa, Ukraine

ORCID: 0000-0002-0975-2175

Email: kate.zay4enko@gmail.com

Viktor V. Shatskov

Odessa National Polytechnic University, Odessa, Ukraine

ORCID: 0000-0002-0699-0696

Email: king.viktor99@gmail.com

Recieved 11.08.2018

Зайченко К.С., Шацков В.В. Аналіз основних тенденцій розвитку ресторанного бізнесу України. Оглядова стаття.

В даній статті проведено аналіз основних тенденцій розвитку ресторанного бізнесу України. Проаналізовано основні показники, що характеризують специфіку розвитку ресторанного бізнесу за різними джерелами інформації, зокрема: обсяг реалізованої продукції, кількість підприємств та закладів ресторанного бізнесу. Надана структура закладів ресторанного бізнесу. Виявлено основні фактори впливу на сучасний розвиток ресторанного бізнесу. Досліджено такі фактори, як: ціна, маржа, попит, імпортозаміщення, необхідні інвестиції. Визначено найбільш ефективні напрямки функціонування закладів ресторанного бізнесу, серед них: орієнтованість на середній ціновий сегмент ринку, діяльність з обслуговуванням напоями, виготовлення крафтової продукції та відмова від імпортних товарів.

Ключові слова: ресторанний бізнес, динаміка, тенденції розвитку, фактори впливу, заклади

Zaychenko K.S., Shatskov V.V. Analysis of the main development trends of restaurant business of Ukraine. Review article.

In this article an analysis of the main development trends in the restaurant business of Ukraine is carried out. The main indicators characterizing the specifics of the restaurant business development on different sources of information are analyzed, in particular: volume of sales, number of enterprises and institutions of restaurant business. The structure of restaurant business institutions is provided. Major factors of influence on modern development of restaurant business are revealed. Such factors as: price, margin, demand, import substitution, necessary investments are researched. The most effective directions of functioning of restaurant business institutions are determined, among them: focus on a market mid-price segment, activity with servicing by drinks, production of craft-products and refusal of import goods.

Keywords: restaurant business, dynamics, development trends, factors of influence, institutions

Ресторанний бізнес постійно видозмінюється під впливом вельми різноманітних факторів зовнішнього та внутрішнього середовища. Ринок закладів ресторанного бізнесу України є достатньо динамічним, оскільки безпосередньо залежить не тільки від прямих коливань попиту споживачів в наслідок демографічних та інших змін, а і загальної економічної та політичної ситуації в країні [9]. Для входу нового підприємства на ринок необхідно мати чітке розуміння останніх тенденцій та під впливом яких факторів відбувається розвиток ресторанного бізнесу в останні роки, визначити в якому ціновому сегменті відкривати заклад та напрям його функціонування. Щоб збагнути найбільш вагомі тенденції в ресторанному бізнесі, треба проаналізувати такі показники як: кількість підприємств і структуру закладів ресторанного господарства та їх обсяг реалізованої продукції. У зв'язку з цим особливої актуальності набувають об'єктивні та суб'єктивні фактори, що впливають на розвиток ресторанного бізнесу. Це і обумовлює актуальність дослідження даного проблемного поля.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Аналіз основних досліджень і публікацій показав, що показники, які характеризують розвиток ресторанного бізнесу в Україні з кожним роком погіршуються. Для з'ясування причин дослідники, серед яких: Воловельська І.В., Прокопюк Ю.Б., Феленчак В.П., Кононенко Т.П., Полстяна Н.В. Федак В.І., Міценко Н.Г., Лейзерук О.О., Добоні В.В. та інші [1, 3, 4, 7, 9-11], розглядали фактори, що впливають на ресторанний бізнес. Але невирішеними залишилися питання щодо визначення найбільш ефективних напрямків функціонування закладів ресторанного бізнесу України на сучасному етапі, що дозволило виділити мету даної роботи.

Метою статті є аналіз основних тенденцій розвитку ресторанного бізнесу України та визначення найбільш ефективних напрямків функціонування закладів.

Виклад основного матеріалу дослідження

Ресторанний бізнес характеризується досить жорстким рівнем конкуренції, майже найбільшим в порівнянні з іншими видами діяльності. Ресторатори мають неабияку кількість шляхів маніпуляції попитом споживачів, від таких вагомих як ціна та унікальність продукції до статусу та інтер'єру закладу. Кожне підприємство повинно знати своїх конкурентів, але не всі заклади ресторанного бізнесу конкурують між собою. І мова йде не тільки про місце знаходження. Найбільш важливим пунктом постає саме направленість закладу. Для здійснення своєї діяльності в ресторанному бізнесі підприємству необхідно визначити який саме напрям функціонування з усіх можливих краще підійде саме для нього. Для того, щоб визначити напрям, треба вказати як саме розділяються заклади ресторанного бізнесу.

1. За принципом обслуговування клієнтів:

- ресторани заклади – заклад, який пропонує широкий вибір страв, як мінімум 15. Ресторани можуть бути формальними і неформальними, їх можна класифікувати за цінами, атмосферою та меню, що пропонується [10];
- ресторани швидкого обслуговування – пропонують меню, що обмежується гамбургерами, смаженою картоплею, хот-догами, курчатами-гриль, тощо. Стандартизація меню та заготовки дають змогу значно прискорити обслуговування [8];
- заклади з обслуговування напоями – спеціалізуються на продажі соків, кави, алкогольних напоїв тощо. Мають набагато меншу кількість страв у меню.

2. За типом підприємства та його розміром:

- люкс – до нього входять найбільш витончені ресторани та в деяких випадках бари. Характеризується високими цінами, високим рівнем страв та їх унікальністю;
- вищий – окрім барів та ресторанів, до них також можуть входити кафе. Характеризуються трохи меншим рівнем цін та статусом закладу ніж люкс;
- першого розряду – заклади швидкого обслуговування та середнього цінового сегменту;
- другий розряд – їдальні, заклади швидкого обслуговування та нижче середнього сегментів;
- третій розряд – найнижчий рівень, заклади нижчого цінового сегменту.

3. За розміром середнього чеку:

- нижчий ціновий сегмент – 120-130 грн.;
- нижче середнього ціновий сегмент – 130-200 грн.;
- середній ціновий сегмент – 200-400 грн.;
- «середній +» ціновий сегмент – 400-800 грн.;
- елітний сегмент – 1000+ грн.;

4. За сезонністю функціонування:

- сезонні;
- цілорічні.

5. За сталістю контингенту споживачів:

- з постійним контингентом;
- зі змінним контингентом.

6. За спеціалізацією:

- спеціалізована на виготовленні страв національної кухні: української, італійської, французької, німецької, азійської, тощо;
- спеціалізована на виготовленні конкретних страв: піццерія, пиріжкова, бургер-паб, тощо;
- неспеціалізована.

7. За рівнем приналежності до туристичної сфери:

- належать до туристичних комплексів;
- призначені переважно для обслуговування туристів;
- загальнодоступні заклади [1].

8. За кількістю закладів під одною назвою:

- уніфіковані мережі – передбачають єдину стандартизацію всіх систем функціонування закладів;
- змішані мережі – передбачають сукупність маркетингової, рекламної компанії, а також цінової і програми лояльності та ін.;
- не мають мережі.

9. За позиціонуванням:

- ресторани для «особливого випадку»;
- ресторани для «постійного попиту».

Задля визначення актуальних та вагомих тенденцій в ресторанному бізнесі треба, перш за все, проаналізувати та дослідити основні показники, що характеризують його специфіку розвитку. Для ресторанного бізнесу це такі показники, як кількість підприємств ресторанного бізнесу на ринку України (табл. 1) та обсяг реалізованої продукції (табл.2).

Таблиця 1. Кількість підприємств ресторанного бізнесу на ринку України за 2012-2016 рр.

Характеристика закладу	2012 рік		2013 рік		2014 рік		2015 рік		2016 рік	
	од.	%	од.	%	од.	%	од.	%	од.	%
Діяльність ресторанів	5701	77,47	6061	79,05	4830	79,18	4712	79,49	3992	79,79
Постачання готових страв	605	8,22	589	7,68	472	7,74	464	7,83	393	7,86
Обслуговування напоями	1053	14,31	1017	13,26	798	13,08	752	12,69	618	12,35
Усього	7359	100	7667	100	6100	100	5928	100	5003	100

Джерело: складено авторами за матеріалами [2]

З табл. 1 можна побачити структуру підприємств ресторанного бізнесу та зміну в їх кількості з 2012 р. по 2016 р. По-перше, важливо відмітити, що Державна служба статистики України надає кількість підприємств відповідно до Класифікації видів економічної діяльності, тобто підсумовувались лише ті підприємства, в яких основна діяльність визначається за кодом «56». По-друге, серед наданої кількості підприємств є ті, до складу яких входить не один заклад. Тобто однозначно можна вказати, що кількість представлених підприємств набагато менша за реально існуючу кількість закладів. Хоч за даними Державної служби статистики реальну кількість закладів не можна побачити, їх структурні зміни, можливо не повністю, але можуть збігатися з реальною картиною. Проаналізувавши дані можна вказати наступне:

- найбільшу питому вагу займають ресторани, які виготовляють страви після замовлення клієнта, зазвичай використовують деякі напівфабрикати чи заготовки, але основна частина страв готується зі свіжих продуктів, безпосередньо після того як її замовив клієнт. Найменшу питому вагу в свою чергу зайняли заклади з обслуговування готовими стравами, так звані «фаст-фуди». В показниках кожного року їх в десять разів менше за ресторани. Саме розбіжність в цих показниках можна назвати найбільшою. Кожен громадянин великого міста може побачити, що «фаст-фудів» хоч і менше, ніж кафе чи ресторанів, але точно не в десять разів. Щодо закладів з обслуговування напоями, так само структурну складову складно назвати реальною, але їх кількість однозначно більша за наведену Державною службою статистики України;
- розглядаючи лише структурні зміни можна визначити, що в цілому спостерігається тенденція до спаду кількості закладів. В відсотковому вираженні загальна кількість закладів впала на 32%, кількість ресторанів на 30%, кількість «фаст-фудів» скоротилася на 35% та найбільший спад перепав на заклади з обслуговування напоями, вони знизилася майже в два рази, якщо більш точно то на 41%. Достовірна ця інформація чи ні – поки казати важко, але те, що кількість закладів була на піку в 2013 році, після чого постійно скорочувалась, це без сумніву хоч і негативна, але реальна тенденція.

Таблиця 2. Обсяг реалізованої продукції підприємствами ресторанного бізнесу в Україні

№	2012 рік		2013 рік		2014 рік		2015 рік		2016 рік	
	тис.грн.	%	тис.грн.	%	тис.грн.	%	тис.грн.	%	тис.грн.	%
1	7893,1	71,90	7549,3	70,70	6951,8	66,29	8636,3	65,86	11039,2	69,13
2	2679	24,40	2712,5	25,40	3281,8	31,29	4192,3	31,97	4516,6	28,28
3	405,2	3,69	416,3	3,90	254,1	2,42	285,1	2,17	414,1	2,59
4	10977,3	100	10678,1	100	10487,7	100	13113,7	100	15969,9	100

Джерело: складено авторами за матеріалами [2]

З табл. 2 можна побачити кардинально іншу динаміку. Номери стовбців означають характеристику закладів: 1 – Діяльність ресторанів, 2 – Постачання готових страв, 3 – Обслуговування напоями, 4 – Усього. Як і в першому випадку, Державна служба статистики України надає тільки дані про обсяг реалізованої продукції тих підприємств, що наведені вище, отже якщо їх кількість не відповідає реальній, то і обсяг реалізованої продукції в грошовому виразі не співпадає з дійсним. Але як і в попередньому випадку, можна визначити, що тенденція в відсоткових змінах вже відповідає дійсності. Перше, що спостерігається, це тенденція спаду в 2013 та 2014 роках та тенденція росту в 2015-2016 роках. Якщо брати на увазі ще той факт, що кількість підприємств значно знизилася, то збільшення виручки виглядає дуже суттєвим та в цілому гарним показником, але не все так гарно, як здається на перший погляд. В 2012 році в Україні відбувалося «Євро 2012», тому значний показник цього року цілком виправданий, в 2013 році не відбувалося значних економічних змін, тому попит був трохи нижче, ніж в 2012 році – це теж реальна ситуація. Розглядаючи вже останні роки не все так однозначно. Можна побачити, що показник 2014 року лише трохи нижче за 2013 рік на 1,7%, але всім відома нестабільна ситуація 2014 року, яка вплинула на рівень інфляції, який тоді склав 25%. Отже реальне падіння обсягу реалізованої продукції за 2014 рік встановило 27%. Про 2015 р. та 2016 р. можна зазначити те саме. Реальний обсяг реалізованої продукції з урахуванням інфляції за 2015 рік знизився на 8,3%, а за 2016 рік збільшився на

9,3%. Отже можна побачити хвильову тенденцію розвитку: є підйоми та падіння, але останній аналізований 2016 рік закінчився саме на підйомі.

Визначившись, що дані Державної служби статистики України не можуть повністю та достовірно показати дійсну ситуацію ринка, необхідно перейти до незалежних рейтингових, вимірювальних та аналітичних компаній, які аналізували ринок ресторанного бізнесу в Україні. Дані отримані з їх сайту та статей повністю та об'єктивно показують реальні показники ресторанного бізнесу в Україні та останні тенденції в цій сфері. Перша така компанія – Nielsen Holdings plc. Ця міжнародна компанія надає послуги з вимірювання та поліпшення бізнес-результатів і аналізу тенденцій в різних сферах бізнесу. З аналізу даних Державної служби статистики України визначено спад кількості підприємств ресторанного бізнесу та збільшення обсягу реалізованої продукції в 2017 році, але залишається невизначеною кількість закладів. На рис. 1 зображено кількість закладів ресторанного бізнесу в Україні за 2017 рік, які визначені Nielsen Holdings plc [5]. Заклади розбиті на ті ж три групи, що й Державною службою статистики України.

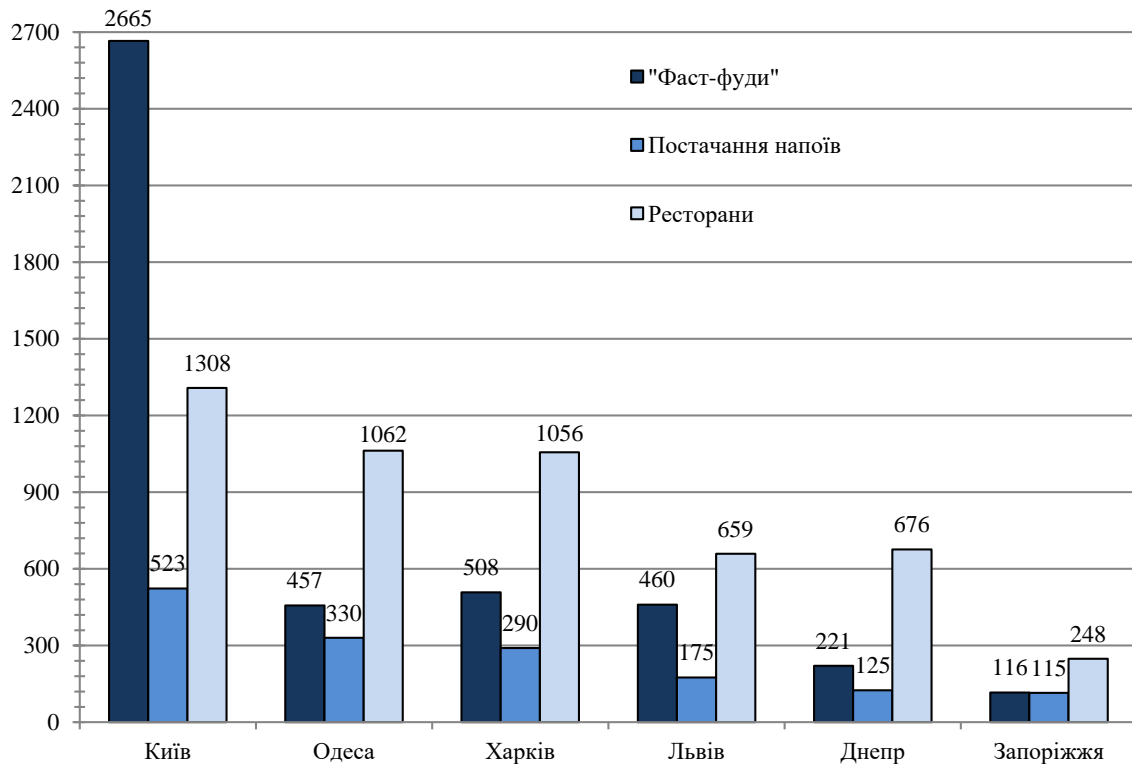


Рис. 1. Кількість закладів ресторанного бізнесу в Україні в 2017 році
Джерело: складено авторами за матеріалами [5]

Рис. 1 показує реальну кількість закладів в найбільших містах України. Як не дивно, найбільше всього закладів знаходиться в столиці України – Києві, в ньому нараховується 4496 закладів, 59,5% з яких працюють в сфері постачання готових страв, на другому місці - ресторани з 29% від загальної кількості, менш за все закладів з постачання напоїв – їх лише 11,5%. Друге та третє місце посідають м. Харків та м. Одеса з загальною кількістю закладів – 1854 та 1849 од. відповідно, у Львові трохи менше – 1294 од., в Дніпрі – 1022 од. та в Запоріжжі – 479 закладів. В цілому в найбільших містах країни нараховується близько 11 тис. закладів. З яких 45,56% ресторанів, 40,27% «Фаст-фудів», та 14,17% закладів з постачання напоїв. З урахуванням анексії Криму та нестабільної політичної ситуації в країні точну кількість закладів по всій Україні на 2017 рік встановити дуже складно. Можна лише визначити, що на кінець 2013 року функціонувало 20 578 закладів, в 2017 року приблизно – 15 000 закладів. Спад кількості закладів пояснюється впливом переважно не економічних, а політичних факторів, тому визначити це як негативну тенденцію не правильно і потрібно враховувати як «форс-мажорну» ситуацію.

Розібравшись зі структурною складовою закладів ресторанного бізнесу, можна виділити та проаналізувати основні тенденції в цій сфері за останні роки, оперуючись даними іншої національної компанії Restaurant Consulting, що спеціалізується на ресторанному бізнесі в Україні. Вона аналізує та надає інформацію щодо змін в ресторанному бізнесі в Україні [6]. Основні фактори, що суттєво впливають на розвиток ресторанного бізнесу, представлені на рис. 2.

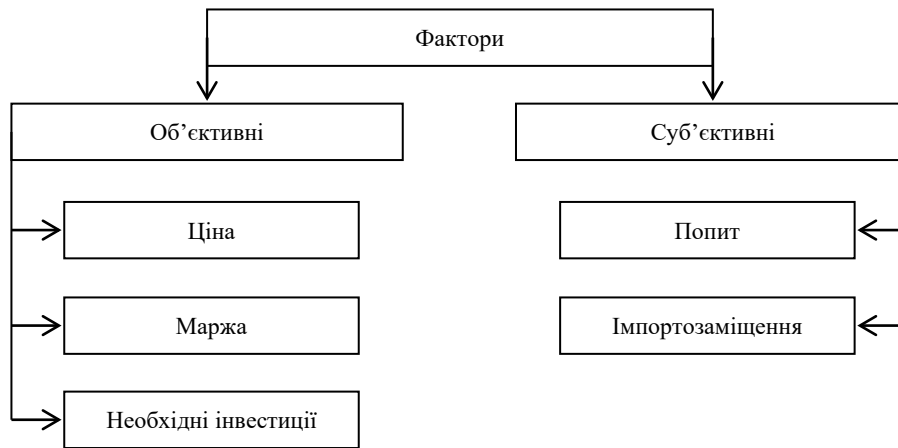


Рис. 2. Основні фактори впливу на ресторанний бізнес
Джерело: власна розробка авторів

1. Перший фактор найголовніший – ціна. В наслідок девальвації та інфляції, ще у 2015 році ціни в ресторанах України зросли на 10-15% порівняно з 2014 роком, за 2016 рік ще на 5-10%. За підсумками 2017 року ціни збільшилися на 15-20%. Отже за останні 3 роки ціни в усіх закладах ресторанної галузі збільшилися на 40-45% (відзначають в Restaurant Consulting). На початок 2018 року середній чек в закладах нижнього цінового сегмента (кав'ярні, фаст-фуди, пекарні) складає 120-130 грн. (в 2015-му – 70-80 грн., в 2016-м – 100-110 грн., в 2017-м – 110-120 грн.), в середньому ціновому сегменті чек коливається в межах 200-400 грн., в «середньому +» – 400-800 грн., в елітних ресторанах стартує від 1000-1200 грн. Збільшення цін відбувалося не від ініціативи самих підприємств, а як спосіб існування та покриття своїх витрат. Це різко вплинуло на рівень попиту, оскільки не відбувалося відповідного збільшення доходів населення. Більшість закладів, що стрімко підвищувало ціни, не змогли компенсувати цим падіння попиту та отримували збитки або навіть закривалися через те, що не могли окупити свої значні постійні витрати.

2. Саме ціна обумовила другий фактор – маржа. Досвідчені ресторатори знали, щоб не втратити більшість своїх клієнтів, ціни потрібно піднімати поступово. Ефективним вирішенням проблеми було зниження маржі: в порівнянні з 2013-м роком за результатами 2017 року вона знизилася на 30-40%. Ще в 2013-му році ресторатори мали звичайну націнку в 250-300% на страви і 350-400% на бар, то в 2017-му – знизилася до 150-200% на страви і 250-300% на бар. Хоча в 2017-му році було фіксовано зростання гривневої виручки ресторанів на 15-30% в порівнянні з 2013-м, реальний прибуток закладів в ці роки впав в середньому в два рази. В наслідок девальвації рентабельність закладів ресторанного бізнесу знизилася з 30% до 20% максимум. Підсумовуючи цей пункт та попередній важливо відмітити, що хоч ціни зросли, виручка в абсолютному розмірі виросла, але це лише через падіння курсу національної валюти. Реально рентабельність закладів ресторанного бізнесу впала.

3. Третій фактор – попит. Безпосередньо попит формує виручку закладів. Саме клієнти вирішують доцільність відвідування тих чи інших закладів. Наприкінці 2015 року в ресторани повернулися постійні клієнти, а їх відвідуваність виросла на 30%, компенсувавши кризове падіння в 2014-му. В 2016 році через приток клієнтів вперше за останні роки відкрилося більше закладів, ніж закрилося. За 2017 рік можна відзначити, що завантаженість закладів перевищила показники 2013 року. Але навіть це не так однозначно як здається. Приток клієнтів відбувся через дію двох основних чинників. Перший – туристичний. Значна частина закладів ресторанного бізнесу функціонують за рахунок туристів. Оскільки більша частина закладів зосереджена саме в туристичних містах Київ, Одеса, Львів, Харків, значна частина українців відвідувала їх за відсутності можливості поїхати в нестабільні регіони держави. Через це відвідуваність в цих містах трохи збільшилася. Другим чинником можна назвати більш відносну стабільність. В 2014-2015 році ситуація в країні була напружена та нестабільна. Споживачі в більшій мірі віддавали перевагу заощадженням коштів, тому значно впав рівень попиту на ресторани заклади. В 2016 році відчувається більша відносна стабільність, тому споживачі можуть собі дозволити відвідування ресторанів частіше, ніж це було в минулих роках.

4. Четвертий фактор – імпортозаміщення. В наслідок падіння національної економіки відбулося стрімке зростання цін на імпортні продукти. Заклади середнього та нижче середнього сегментів не можуть дозволити собі купувати імпортні продукти в тій кількості як в 2013 році, як наслідок більшість закладів імпровізували. Зросла популярність крафтових продуктів і напоїв. З напоїв найактивніше розвивається крафтове пивоваріння, з'являються нові міні-пивоварні ресторанного типу. Міцно закріпилася тенденція замінювати колу і пепсі, що подорожчали, саморобними лимонадом і морсами. Практично кожен ресторан зараз має ексклюзивний безалкогольний напій. З алкогольними напоями складніше. Віскі, ром, саке складно замінити на вітчизняні алкогольні напої, а ось у винній карті

з'являється все більше локальних марок – «Колоніст», «Вина Трубецького», «Виноробне господарство Бойко», «Вина Гулієвих», «Шабо», «Голіцинські вина». Виявляють вітчизняну кмітливість і дивовижну креативність і в питанні міцного алкоголю – настоянок і коктейлів. Ресторатори самі роблять самогон або купують його за безцінок. Можуть використовувати і заводську горілку. В середньому собівартість 50 г такого напою становить 2-3 грн., а продають їх по 25-35 грн. Від тих продуктів, які не вийшло замінити на вітчизняні аналоги довелося відмовитись. Ця тенденція вийшла на користь закладам, так як вони пропонують клієнтам відносно не дорогі напої та страви залишаючи при цьому значну маржу, зокрема на напоях [11].

5. П'ятий фактор – інвестиції. Незважаючи на нестабільну політичну та економічну ситуацію в Україні в останніх роках в 2016 році спостерігалась тенденція до збільшення інвестування у відкриття закладів великих форматів, що потребувало інвестицій близько \$ 1 млн. Динаміка до збільшення інвестицій спостерігалась і в 2017 році. Можна відмітити, що ресторанний бізнес почав виходити із тривалого застою, може розвиватися та приносити інвесторам бажаний прибуток.

6. Підрахувавши всі основні тенденції останніх років можна зробити висновок, що ресторанний бізнес в 2017 році показує кращі показники, ніж за останні роки. Попит збільшився, рентабельність хоч і впала, але зацікавленість інвесторів і креатив рестораторів дає змогу поступово підвищувати ефективність закладів. Якщо курс валют залишиться стабільним, ресторанний ринок в 2018 році буде динамічно розвиватися. Можна визначити, що сьогоднішній «бум» – це лише вихід на докризові показники. Якщо не буде значних коливань в економіці, то ресторанний ринок зможе перевищити докризові показники та навіть повернути рентабельність на рівень 2013 року.

Висновки

Отже з проведеного аналізу основних показників ресторанного бізнесу та факторів його розвитку визначено наступне:

- за останні роки відбувається скорочення кількості підприємств та закладів ресторанного бізнесу. Але це відбувається через дію хоч і важливих, але не економічних факторів. В 2012 році, коли кількість закладів ресторанного бізнесу була майже найвища, відбувалося «Євро 2012». Звичайно, це суттєво вплинуло на стрімке збільшення кількості закладів. 2013 рік підхопив тенденцію збільшення закладів, так як економічна і політична ситуація в країні була відносно стабільна. Але вже в наслідок подій 2014-2015 року, значної політичної нестабільності на території сходу України, анексії Криму кількість закладів значно впала. Але це не можна характеризувати як тенденцію, бо це форс-мажорні обставини, які відбуваються одноразово. Тому можна сказати, що за відсутності непередбачуваних обставин кількість закладів знову буде зростати;
- аналіз товарообороту підприємств ресторанного бізнесу та економічних факторів показали збільшення номінального виторгу закладів, але в наслідок інфляції та девальвації реальний обсяг реалізованої продукції в грошовому виразі падав на протязі 2013-2015 року, в 2015 р. та 2016р. вже відбувається незначне їх збільшення. Також відбувається значне збільшення ціни та маржі в закладах усіх цінних сегментів ринку, але прибутковість та рентабельність все ж таки впала за останні роки;
- після стрімкого розвитку ресторанного бізнесу до 2013 році та не менш приголомшеного падіння в 2014 та 2015 років, в 2016 році ресторанний бізнес поступово оговтується від кризових подій та вже в 2017 році досягають нових висот. Збільшується попит серед населення. Ресторатори знаходять нові шляхи підвищення ефективності своїх закладів в нестабільних умовах. Тенденція заміни імпорتنих товарів та продуктів на вітчизняні розвиває інші складові національного господарства.

В цілому можна відмітити найефективніші напрями функціонування нових закладів ресторанного бізнесу, серед них відкриття в «середньому» та «середньому +» сегменті ринку, так як на них відчувається оптимальна рівновага між максимізацією виторгу та мінімізації збитків; орієнтованість на продаж напоїв, так як їх маржа набагато вища, заміна імпорتنих товарів, так як це дає великий простір для впровадження нових напоїв; відкривати заклад в Одесі чи Львові, так як в них відбувається значний наплив туристів; виготовлять якомога більше страв та напоїв власної розробки з вітчизняних товарів.

Abstract

This article deals with the analysis of the main tendencies in the development of restaurant business in Ukraine. The classification of institutions is done by: the principle of customer service; the type of enterprise and its size; the size of the average check; the seasonality of functioning; the constancy of the contingent of consumers; specialization; the level of belonging to the tourism sector; the number of institutions under one name and the positioning. The main indicators characterizing the specifics of the restaurant business development are analyzed, in particular: the volume of sales, the number of enterprises and establishments, which determined that there is a reduction in the number of enterprises and an increase in the nominal but a decrease in the real volume of sales. The wave trend is determined: there are ups and downs, but the last analyzed 2016 ended on the rise. Sources of information are data from the State Statistics Service, Restaurant Consulting and Nielsen Holdings. The number of restaurant business establishments in 2017 in the largest cities of Ukraine was given, which was divided into 3 groups: restaurants, drinking establishments, fast food. The main

factors influencing the modern development of restaurant business are revealed. The following factors as price, margin, demand, import substitution, necessary investments are investigated here. The most effective directions of functioning of new restaurant business establishments were identified, among them are: the opening in the "average" and "average +" segment of the market, as they feel the optimal balance between maximizing earnings and minimizing losses; the focus on the sale of drinks, since their margin is much higher; the replacement of imported goods, as it gives a lot of space for the introduction of new exciting drinks; to open an institution in Odessa or in Lviv, as there is a significant influx of tourists in them; to make as many dishes and drinks as possible from domestic products.

Список літератури:

1. Воловельская И.В. Анализ ресторанного бизнеса в мире и Украине / И.В. Воловельская, Е. Калининская, А. Гончарова // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2017. – № 59. – С. 265-270.
2. Діяльність суб'єктів господарювання: статистичний збірник. – К.: Державна служба статистики України, 2017. – 629 с.
3. Ковтуненко Ю.В. Державне регулювання ринку ресторанних послуг / Ю.В. Ковтуненко, К.В. Ковтуненко // Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Сучасний стан та перспективи розвитку туризму» (м. Чернівці, 2-4 травня 2018 р.). – Чернівці: ПВКФ «Технодрук», 2018 – С. 62-64.
4. Шацкова Л.П. Особливості ресторанного бізнесу та їх вплив на порядок ведення бухгалтерського обліку / Л.П. Шацкова, О.Л. Малін, М.М. Римар / Матеріали XII Всеукраїнської науково-практичної конференції «Обліково-аналітичне забезпечення інноваційної трансформації економіки України» (31 травня – 01 червня 2018р.) – Одеса: ОНПУ, 2018. – С. 98-101.
5. Офіційний сайт компанії Nielsen Holdings. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.nielsen.com/ua/uk.html>.
6. Офіційний сайт компанії Restaurant Consulting. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://https://www.recon.com.ua/articles/>.
7. Прокопюк А. Сучасні тенденції розвитку ресторанного господарства України та Польщі / А. Прокопюк, Ю.Б. Феленчак // Науковий вісник НЛТУ України. – 2015. – Вип. 25.4. – С. 259-265.
8. Самодай В.П. Організація ресторанної справи: навч. посіб. / В.П. Самодай, А.І. Кравченко. – Суми: Вид-во СумДПУ імені А.С.Макаренка, 2015. – 424 с.
9. Кононенко Т.П. Сучасні тенденції розвитку ресторанного господарства України / Т.П. Кононенко, Н.В. Полстяна, В.І. Федак // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. – 2017. – Вип. 1 (25). – С. 304-312.
10. Міценко Н.Г. Сучасні тенденції типізації закладів ресторанного господарства та перспективи їх ефективного функціонування / Н.Г. Міценко, О.О. Лейзерук, В.В. Добоні // Торгівля, комерція, підприємництво. – 2014. – Вип. 16. – С. 58-62.
11. Тиравский В. Сколько магазинов, ресторанов и кафе в крупнейших городах Украины / В. Тиравский // Украинский бизнес ресурс. – 2017 – Режим доступу: <https://ubr.ua/market/trade/skolko-mahazinov-restoranov-i-kafe-v-krupnejshikh-horodakh-ukrainy-3855763>.
12. Філіппова С.В. Оцінювання економічних показників діяльності організації на засадах врахування поглядів груп економічного впливу [Електронний ресурс] / С.В. Філіппова // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2013. – № 2 (7). – С. 235-240. – Режим доступу до журн.: <http://economics.opu.ua/files/archive/2013/n2.html>.
13. Менеджмент: [навч. посібн.] / заг.ред. І.О. Александрова, К.І. Ткача; кол. авторів.: І.О. Александров, О.В. Половян, К.І. Ткач та ін. – Одеса: Прес-кур'єр, 2015. – 392 с.

References:

1. Volovelskaia, Y.V., Kalynkovskaia, E., & Honcharova, A. (2017). Analysis of restaurant business in the world and Ukraine. *Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti*, 59, 265-270 [in Russian].
2. Activities of business entities: Statistical Yearbook (2017). Kyiv: Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy [in Ukrainian].
3. Kovtunenکو, Yu.V. & Kovtunenکو, K.V. (2018). State regulation of restaurant services market. *Suchasnyi stan ta perspektyvy rozvytku turyzmu: materialy Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii* (pp. 62-64). – Chernivtsi: PVKF "Tekhnodruk" [in Ukrainian].

4. Shatskova, L.P., Malin, O.L., & Rymar, M.M. (2018). Features of restaurant business and their impact on the order of accounting. *Oblikovo-analitychne zabezpechennia innovatsiinoi transformatsii ekonomiky Ukrainy: materialy XII Vseukrainskoi naukovo-praktychnoi konferentsii* (pp. 98-101.) – Odesa: ONPU [in Ukrainian].
5. The official website of Nielsen Holdings. Retrieved from <http://www.nielsen.com/ua/uk.htm>. [in Ukrainian].
6. The official website of Restaurant Consulting. Retrieved from: <http://https://www.recon.com.ua/articles/>. [in Russian].
7. Prokopiuk, A., & Felenchak, Yu.B. (2015). Some current trends of restaurant industry development in Ukraine and Poland. *Naukovyi visnyk NLTU Ukrainy*, 25.4, 259-265 [in Ukrainian].
8. Kononenko, T.P., Polstiana, N.V., & Fedak, V.I. (2017). Modern trends of restaurant business of Ukraine. *Ekonomichna stratehiia i perspektyvy rozvytku sfery torhivli ta posluh*, 1 (25), 304-312 [in Ukrainian].
9. Samodai, V.P., & Kravchenko, A.I. (2015). *Organization of restaurant business*. Sumy: Vyd-vo SumDPU imeni A.S. Makarenka [in Ukrainian].
10. Mitsenko, N.H., Leizeruk, O.O., & Doboni, V.V. (2014). Modern tendencies of restaurant economy establishments typification and prospect of their effective functioning. *Torhivlia, komertsiiia, pidpriemnytstvo*, 16, 58-62 [in Ukrainian].
11. Tyravskiy, V. (2017). How many shops, restaurants and cafes in the largest cities of Ukraine. *Ukraynskyi byznes resurs*. Retrieved from: <https://ubr.ua/market/trade/skolko-mahazinov-restoranov-i-kafe-v-krupnejshikh-horodakh-ukrainy-3855763> [in Russian].
12. Filyppova, S.V. (2013). Estimation of economic performance of the organization on the basis of taking into account the views of groups of economic influence. *Ekonomika: realiyi chasu. Naukovyy zhurnal*, 2 (7), 235-240. Retrieved from <http://economics.opu.ua/files/archive/2013/n2.html> [in Ukrainian].
13. Aleksandrov, I.O., Polovyan, O.V., & Tkach K.I. (Eds.). (2015). Odesa: Pres-kuryer [in Ukrainian].

Посилання на статтю:

Зайченко К. С. Аналіз основних тенденцій розвитку ресторанного бізнесу України / К. С. Зайченко, В. В. Шацков // *Економічний журнал Одеського політехнічного університету*. – 2018. – № 3 (5). – С. 20-27. – Режим доступу до журн.: <https://economics.opu.ua/ejopu/2018/No3/20.pdf>. DOI: 10.5281/zenodo.2351872.

Reference a Journal Article:

Zaychenko K. S. Analysis of the main development trends of restaurant business of Ukraine / K. S. Zaychenko, V. V. Shatskov // *Economic journal Odessa polytechnic university*. – 2018. – № 3 (5). – С. 20-27. – Retrieved from <https://economics.opu.ua/ejopu/2018/No3/20.pdf>. DOI: 10.5281/zenodo.2351872.

