

**РОЗВИТОК МЕРЕЖІ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО  
ГОСПОДАРСТВА СТОЛИЧНОГО РЕГІОНУ УКРАЇНИ  
РАЗВИТИЕ СЕТИ ЗАВЕДЕНИЙ РЕСТОРАННОГО  
ХОЗЯЙСТВА СТОЛИЧНОГО РЕГИОНА УКРАИНЫ  
DEVELOPING OF A CHAIN OF RESTAURANTS IN THE  
CAPITAL REGION UKRAINE**

*Розглянуто питання стану та перспектив розвитку ресторанного господарства м. Києва*

*Рассмотрен вопрос состояния и перспектив развития ресторанного хозяйства г. Киева*

*The problem of the status and prospects of the restaurant industry of Kiev*

*Актуальність проблеми.* Головне завдання сучасного етапу розвитку нашого суспільства спрямоване на подолання спаду суспільного виробництва, побудову соціально орієнтованої економіки, основаної на ринкових відносинах. Виникає потреба у розробці нових підходів до організації та управління економічною діяльністю. Не залишається осторонь від проникнення елементів „нової економіки” і ресторанний бізнес, що набуває особливої актуальності.

Основою організації та функціонування закладів ресторанного господарства (ЗРГ) є їх науково-обґрунтована класифікація, яка дозволяє визначити місце кожного закладу в цілій системі та розподіляє їх за типовими ознаками.

Нині впровадження інформаційних послуг є важливим чинником розвитку ресторанного бізнесу і являє собою сектор ресторанної справи, який має найбільш високі темпи розвитку, зокрема в галузі туризму. Віртуальний ринок ресторанних послуг – це ринок, у якому представлені ресторани в мережі Інтернет розповсюджують рекламну інформацію власного закладу.

*Виклад основного матеріалу.* Впродовж останніх років спостерігається стрімкий розвиток ресторанного бізнесу. Лише за останній рік загальна кількість ЗРГ збільшилась на 7,2 %, а кількість посадкових місць – на 10,2 %, що пов'язано з відкриттям нових ресторанів та барів в столичному регіоні України.

Ці показники не є випадковими, адже столичний регіон України – це привабливий туристичний центр, туристична інфраструктура якого вносить вагому долю в економіку міста.

*Основними перевагами розвитку туристичної галузі в столиці є:*

- зручне географічне положення Києва між Європою і Росією та іншими країнами СНД;
- вільний візовий режим; привабливий для туризму ландшафт міста – Дніпро та його набережні, пагорби, парки;
- наявність культурних та історичних пам'яток світового рівня.

*Недоліки:*

- недостатня популяризація Києва за кордоном, як туристичного центру;
- високі ціни на послуги за нижчої якості, ніж в інших містах Східної Європи.

На даний момент існують такі можливі стратегії розвитку столиці України:

*а) короткострокові:* запуск туристичного порталу; поліпшення дорожнього руху; встановлення інформаційних терміналів; запровадження карти гостя; спрощення процедур погодження туристичних маршрутів; категоризація готелів відповідно до міжнародних стандартів; залучення *low-cost* авіакомпаній.

*б) середньострокові перспективи (до 2015 р.):* створення та просування туристичного брэнда міста; лістинг Києва у реєстрі провідних туроператорів та сайтів продажу турів; реконструкція об'єктів туристичної сфери; реконструкція історичних та архітектурних пам'яток; оновлення номерного фонду готелів; будівництво інфраструктури для культурних, спортивних та

бізнес-заходів; проведення міжнародних заходів [1].

в) *довгострокові перспективи (до 2025 р.)*: створення нових об'єктів туристичної сфери; перетворення району Дніпра у туристично-рекреаційну зону; будівництво закладів розміщення та сфери послуг [2].

Для розвитку ресторанного господарства столичного регіону дуже значну і завжди актуальну роль відіграє забезпеченість населення посадковими місцями (на 10 тис. осіб) в об'єктах ресторанного господарства (ресторани, кафе, закусочні, буфети, бари, їдальні тощо). Цей показник неодмінно повинен відповідати потребам населення і туристів. На даний момент м. Київ займає серед регіонів України 2 місце – 528 місць в середньому по Україні – 348 місць. Статистичні дані щодо наявності об'єктів ЗРГ та кількості посадкових місць в різних районах м. Києва наведена в таблиці 1 [3].

**Таблиця 1 – Наявність мережі ресторанного господарства в розрізі районів м. Києва (станом на вересень 2012 року) [3]**

| Назва районів          | Кількість об'єктів | Посадкові місця в об'єктах, тис. місць |
|------------------------|--------------------|--|
| м.Київ, у т.ч. райони: | 1424               | 147,7                                  |
| Голосіївський          | 104                | 8,7                                    |
| Дарницький             | 109                | 14,7                                   |
| Деснянський            | 107                | 15,1                                   |
| Дніпровський           | 150                | 13,4                                   |
| Оболонський            | 138                | 16,2                                   |
| Печерський             | 186                | 19,0                                   |
| Подільський            | 104                | 11,9                                   |
| Святошинський          | 94                 | 14,4                                   |
| Солом'янський          | 160                | 11,9                                   |
| Шевченківський         | 272                | 22,4                                   |

Домінантна ознака виявлена у центральних районах (Шевченківському та Печерському), що характеризується найбільшою кількістю посадкових місць відповідно.

Аналіз розвитку ЗРГ та посадкових місць за роками наведено в таблицях 2, 3.

**Таблиця 2 – Чисельність ЗРГ за 2009–2012рр в м. Києві**

| Тип закладу | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 |
|-------------|------|------|------|------|
| Ресторани   | 147  | 169  | 176  | 244  |

|                          |     |     |     |     |
|--------------------------|-----|-----|-----|-----|
| Кафе, закусочні,<br>тощо | 696 | 653 | 619 | 621 |
| Бари                     | 95  | 106 | 94  | 118 |
| Їдальні                  | 466 | 443 | 436 | 435 |

*Таблиця 3 Посадкові місця у ЗРГ по м. Києву (тис. місць)*

| Тип закладу              | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 |
|--------------------------|------|------|------|------|
| Ресторани                | 20,3 | 22,2 | 25,2 | 30,5 |
| Кафе, закусочні,<br>тощо | 33,9 | 37,2 | 34,0 | 40,8 |
| Бари                     | 3,7  | 6,4  | 4,2  | 5,4  |
| Їдальні                  | 68,7 | 71,5 | 70,7 | 71,0 |

Найбільшу частку серед об'єктів ресторанного бізнесу станом на вересень 2012 р. зайняли кафе, закусочні – 43,6% пік розвитку спостерігався на кінець 2010 р. – 46,6 %, їдальні – 30,5%, а ресторани та бари відповідно 17,1 % та 8,3 %.

Разом зі збільшенням кількості ЗРГ та посадкових місць спостерігається також зростання грошових оборотів. Так, якщо в 2009 році показник оборотності ресторанного господарства становив 1200,7 млн. грн., то у 2012 році цей показник сягає 3069,5 млн. грн, тобто зріс майже в три рази [3].

Отже, аналіз показників діяльності ЗРГ засвідчує позитивні тенденції їх розвитку.

Ресторанне господарство є одним із видів економічної діяльності, які покликані безпосередньо надавати послуги населенню. Стабільний розвиток ресторанного бізнесу багато в чому визначає соціальний клімат у суспільстві, забезпечує продовольчу безпеку міста, сприяє створенню нових робочих місць, зростанню бюджетних надходжень.

За рахунок заходів з підготовки та проведення в Києві фінальної частини чемпіонату Європи 2012 року з футболу, мережа підприємств ресторанного господарства значно розширилася, в результаті чого забезпеченість посадковими місцями в деяких закладах становила 100 місць на 1000 осіб населення. Прогресивне зростання ЗРГ зробило великий вклад в розвиток ресторанного господарства м. Києва і на майбутнє [4].

Ресторанне господарство столичного регіону не стоїть на місці, а постійно

самовдосконалюється. Це здійснюється не лише за рахунок збільшення кількості закладів, але й завдяки новітнім технологіям, які спрощують процес надання послуг, тим самим скорочують тривалість обслуговування. Як приклад, для розширення маркетингово-рекламних та менеджерських можливостей окремі ресторани популяризують послуги в мережі Інтернет шляхом створення фірмових веб-сайтів, розміщення їх у пошукових, комерційно-ділових, туристично-готельних та інших інформаційних системах.

Проте ресторани не повинні обмежуватися лише діяльністю інформаційно-рекламного характеру, вони мають залучати клієнтів до участі у віртуально-технологічному процесі.

Віртуальний ринок послуг – це ринок, у якому представлені ресторани забезпечують *On-line* замовлення столиків для клієнтів через мережу Інтернет.

Менеджерську роботу по формуванню такого ринку проводить Інтернет-проект „Все про ресторани Києва” [5], який являє собою електронний каталог ЗРГ столиці, в якому наводиться повна інформація про заклад, меню, ціни, додаткові послуги, адреси.

Проведене дослідження віртуального ринку ресторанних послуг у структурі досліджуваного Інтернет-проекту свідчить, що європейську кухню можуть запропонувати 57,1 % усіх представлених у базі даних закладів, українську – 27,9 %, французьку – 5,6 %, американську – 4,3 %, японську – 3,9 %, китайську, мексиканську, італійську – 3,0 %, грузинську – 2,6 %, індійську – 2,1 %, арабську та німецьку – біля 1,7 %.

Отже, в ресторанному господарстві столичного регіону є широкий вибір етнічних кухонь. Для кожної з них притаманні національні страви, менеджерський стиль управління процесом, традиції у технології приготування страв, дизайнерське рішення та сервірування столиків, надання музичних, сервісних послуг під час обслуговування тощо.

Результати групування ЗРГ за показником вартості наданих послуг у розрахунку на одну людину становлять: до 10 у.о. – 18,9%, від 10 до 20 у.о. – 41,6%, від 20 до 30 у.о. – 22,8 %, від 30 до 50 у.о. – 15,0 %, від 50 у.о. та вище –

1,7%. На рівень цін ресторанних послуг безпосередньо впливають собівартість сировини та напівфабрикатів, категорія підприємства, денна оборотність місця, платоспроможність клієнтів, атмосфера перебування і відпочинку, у т. ч. перелік розважальних послуг.

Останнім часом одним з поширених способів розрахунку клієнтів є використання банківських карток. Наприклад, споживачів з кредитними картками “MasterCard/eurocard” обслуговує 71,2 % ЗРГ, “Visa” – 70,8 %, “Maestro Cirrus” – 41,6%, “American Express”, “Visa Electron” – по 28,3 %, “Prestige card” – 4,3 %, “Diners Club” – 2,1 %, “Discovery” – 0,9 %, “JCB” – 0,4 % з загальної кількості закладів.

Так, щоб зарезервувати столик через мережу Інтернет, потенційний клієнт обирає заклад за представленим меню та цінами. Після замовлення переліку страв автоматично підраховується загальна вартість. Далі система пропонує вказати такі дані: місяць, день, час перебування, а також кількість осіб та тип резервування (сніданок, обід, вечеря, день народження). Для підтвердження замовлення необхідно вказати зворотній зв'язок (електронну пошту, факс, телефон). Деякі ЗРГ пропонують також оглядову віртуальну електронну карту розміщення усіх вільних столиків у залі, що дає можливість потенційному клієнту впевнено визначитися із вибором місця. *On-line* резервування безкоштовне, клієнт сплачує лише за вартість замовлення у ресторані, а іноді навіть отримує знижку у розмірі 5...10 %.

Така система розширює можливості корпоративно-групового обслуговування для ділових осіб, туристів, делегацій тощо.

Особливістю даного проекту є своєчасне оновлення матеріалів бази даних, активна маркетингова і рекламна підтримка та зв'язки з засобами масової інформації, а також проведення періодичного анкетування відвідувачів для виявлення попиту на ресторанні послуги, складання портрету клієнта, з'ясування джерел отримання інформації про ресторани, що дає змогу побудувати стратегію маркетингових дій, орієнтуючись на потенційних споживачів ЗРГ [6].

Основними перешкодами здорового розвитку у сфері ресторанного господарства на сьогодні є:

- перепрофілювання частини об'єктів, особливо у центральній частині міста. Відповідно до діючого законодавства, за приватизації об'єкту, купівлі чи продажу новий власник може використовувати об'єкт не за цільовим призначенням. Крім того, більшість ЗРГ працюють на орендованих територіях, площах які не відповідають нормативам. Власники деяких приміщень завищують орендну платню та передають уповноваження орендарям-конкурентам;

- недостатня ефективність системи контролю за дотриманням санітарно-гігієнічних норм і правил на виробництві, що пов'язано з ризиком погіршення стану здоров'я населення (отруєння);

- низька доступність послуг ЗРГ для незаможних верств населення;

- недостатня кількість ЗРГ в мікрорайонах новобудов, оскільки останні роки здійснювалась забудова житлових масивів без виділення приміщень та земельних ділянок під об'єкти соціальної сфери;

- зростання цін на харчові продукти;

- негативні тенденції фінансової кризи: обмеження кредитування, зниження платіжної спроможності більшості населення [4].

#### *Висновки.*

Метою подальшого розвитку ресторанного бізнесу в Україні залишається – задоволення попиту населення в послугах гарантованої якості за доступними цінами.

Пріоритетами подальшого розвитку ЗРГ можуть бути:

- нормативно-правове, економічне ( у т.ч. податкове) й адміністративне стимулювання підприємницької активності у сфері ресторанного господарства;

- сприяння подальшого розвитку мережі загальнодоступних закладів (за критерієм вартості), особливо в нових житлових масивах;

- жорсткий контроль за дотриманням санітарно-гігієнічних вимог на підприємствах ресторанного господарства з боку держави.

Головним завданням, спрямованим на поліпшення якості та асортименту послуг у ЗРГ, підвищення рівня їх конкурентоспроможності є:

- розширення мережі та збереження профілю діючих підприємств;
- сприяння у залученні інвестицій у нове будівництво ресторанних закладів і впровадження новітніх технологій;
- надання переваг у оренді приміщень, що знаходяться в комунальній власності територіальної громади міста;
- максимальне приведення обслуговування до європейського рівня;
- забезпечення підготовки високопрофесійних кадрів, у т.ч. вивчення іноземних мов фахівцями масових професій (офіціанти, бармени та ін.);
- посилення інформаційної та рекламної діяльності (наприклад, випуск довідників підприємств ресторанного господарства з характеристикою їх послуг, адресами розміщення, контактною інформацією);
- розроблення нестандартного обладнання для обслуговування фан-зон.

У середньостроковій перспективі динаміка розвитку мережі об'єктів ресторанного господарства характеризуватиметься збільшенням кількості закладів швидкого обслуговування, організація виробництва яких зорієнтована на використанні напівфабрикатів високого ступеню готовності.

Значному притоку інвестицій для розвитку ресторанного господарства сприятиме також освоєння площ підземних просторів.

*1. Стратегія економічного та соціального розвитку м. Києва на період до 2015 року, схвалена розпорядженням Київської міської державної адміністрації від 29.11.2004 р. № 2168.*

*2. Стратегія розвитку м. Києва на період до 2025 року, схвалена розпорядженням Київської міської державної адміністрації від 15.12.2011 р. № 824/7060.*

*3. Економічна комплексна доповідь головного управління статистики у м. Києві.*

*4. Програма соціально-економічного розвитку м. Києва на 2012 рік..*

*5. Київ 2012: туристична карта Києва і все про відпочинок у Києві [Електронний ресурс]. – Режим доступу: < <http://kyiv.virtual.ua> >.*

*6. А.М. Виноградська – журнал „Ділова панорама” - „Віртуальний ринок ресторанних послуг”*