

СУЧАСНИЙ СТАН РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ

Д.А. Максименко, студент

О.В. Кузьмін, к.т.н.

*Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського, м. Донецьк*

Ресторанний бізнес це одна з найбільш значущих складових індустрії гостинності. Підприємства ресторанного господарства (РГ) обслуговують досить різноманітний контингент відвідувачів-туристів як вітчизняних, так й іноземних, як організованих, так й індивідуальних. Якість ресторанних послуг залишає в пам'яті туриста найбільш стійке враження тому, що саме ці послуги щоденно задовольняють його потреби першої необхідності. Як показали дослідження на якість послуг РГ впливає категорія готелю.

Сучасна індустрія ресторанного бізнесу постійно розширюється та видозмінюється, бо на неї постійно впливають різні фактори внутрішнього та зовнішнього середовища. Як сфера підприємницької діяльності РГ виконує соціальні та економічні функції. РГ насамперед перспективна галузь для інвестування капіталу, тому що гарантує швидку оборненість вкладених інвестицій, а прибуток буде складати близько 15-25 %. В закладах РГ українські споживачі за рік залишають як мінімум \$ 4,5 млрд. Але вітчизняний бізнес ігнорує цифри - за підрахунками рестораторів, ринок закладів РГ насичений не більше ніж на 50%.

Українським рестораторам доводиться враховувати національні нюанси - низьку купівельну спроможність більшої частини населення, відсутність налагодженої системи постачання, дефіцит висококваліфікованого персоналу. Однією з найгостріших проблем ринку є проблема постачання продуктів та спиртних напоїв. Як стверджують ресторатори, постачальники, які пропонують якісну продукцію невиправдано завищують ціни, у той час як ресторатор, зважаючи на конкуренцію, не може збільшити ціну на страви, а тому зменшується прибутковість.

Зараз ресторанний бізнес, як ніколи раніше, пропонує широку номенклатуру послуг. Стандартні вимоги до здійснення послуг задекларовано у ДСТУ 3279-95 «Стандарти послуг. Основні положення», ГОСТ 30335-95 «Услуги населению. Термины и определения», ГОСТ 30523-97 «Услуги общественного питания. Общие требования».

Ресторатори готові запропонувати своїм клієнтам професійну організацію усіх можливих форм заходів: фуршет, банкет, coffee-break, презентація, дипломатичний прийом, барбекю. Здійснюється одночасне обслуговування від 10 до 2000 осіб. Технічні можливості сучасних ресторанів дозволяють максимально задовольнити побажання клієнтів. Зазвичай пропонують приміщення для проведення заходу, декорації та квіти, кілька варіантів конфігурації та кольорового оформлення столів, крім того, адміністрація готова організувати експрес-прийом менш ніж за 24 години. Персонал ресторану працює з кожним клієнтом індивідуально, враховуючи усі побажання та

вимоги. Кожний клієнт обов'язково знайде щось для себе в меню, яке включає в себе страви європейської, східної, азіатської кухні.

Сьогодні особливість ресторанного бізнесу в тому, що він почав розвиватися в комплексі із транспортним вузлом. Разом з тим навколо них розбудовується інфраструктура, що включає в собі готелі, магазини, численні кафе та ресторани, автомати з продажу чаю-кави. В сучасних ринкових умовах великої популярності набувають мережі швидкого обслуговування, зокрема в яких присутні національні кухні. Більш вільними нішами залишаються наприклад такі: спеціалізовані дитячі кафе, недостатньо представлені підприємства, орієнтовані на переваги певного продукту (страви, напою), також є простір для розвитку кейтерінгу і доставки страв додому або в офіси. Залишається перспективним такий напрям закладів як арт-кафе або арт-ресторан.

Незважаючи на те, що в Україні росте тенденція на збільшення кількості ресторанів, їх частка у структурі мережі РГ залишається найменшою (3,3 % на початок 2006 р., тоді як найбільша частка (53,1 %) припадає на кафе, закусочні та буфети). Останнє пояснюється активним розвитком ресторанів, які зорієнтовані на ділову та політичну еліту (тобто на 2-3 % населення), і значно повільнішим розвитком мережі всіх інших ресторанів. Перспективним для подальшого розвитку в Україні є сегмент загальнодоступних кафе, закусочних, що обумовлено ціною доступністю їх послуг для українських споживачів, більшість з яких мають невисокі доходи. Більш того, підприємців дуже приваблює те, що для того щоб відкрити кафе потрібно значно менше грошей порівняно з рестораном.

Тобто, сучасний етап розвитку ресторанного ринку України можна охарактеризувати скоріше як період становлення. Український ринок ресторанного бізнесу ще не досяг граничного рівня своєї консолідації, але майбутнє за ресторанными мережами та ресторанными комплексами, а не модними та яскравими, але все ж одиночними закладами.