

Кубишина Н.С.
к.е.н, доц., НТУУ «КПІ»
Ткаченко Т.П.
магістр, ФММ НТУУ «КПІ»

ОСОБЛИВОСТІ ПОСЛУГ НА РИНКУ ГРОМАДСЬКОГО ХАРЧУВАННЯ УКРАЇНИ

Проаналізовано послуги на ринку громадського харчування та їх особливості в Україні. Запропоновано перспективні напрямки розвитку послуг громадського харчування на споживчому ринку.

In the present article has been made a consideration of features of services of public catering market in Ukraine, characterized the most profitable ways for development in future in the consumer market.

Ключові слова: ринок громадського харчування, фаст фуд, фуд корти, франчайзинг, кейтерінг.

Вступ. В сучасних умовах ринок громадського харчування є однією із складових індустрії харчування, відпочинку та гостинності. Водночас ресторанний бізнес, з одного боку, є одним із засобів висококваліфікованого використання капіталу, а з іншого – середовищем із високим рівнем конкуренції.

Україна має ряд культурних переваг у даній галузі, які можуть стати конкурентними, навіть на міжнародній арені, адже всьому світу відома українська гостинність, здобутки національної кухні тощо. А напередодні проведення Євро-2012 тема українських закладів громадського харчування є дуже доцільною. Зокрема, галузь формує соціальну інфраструктуру, виявляє нові тенденції культурного розвитку, дозволяє стати більш привабливим до зовнішнього світу, шляхом відкриття нових закладів із широким розмаїттям кухонь різних народів світу. Не слід також забувати про те, що сфера громадського харчування – це комерційна галузь, джерело прибутків, а її розвиток - це розвиток підприємництва в Україні.

Ринок громадського харчування належить до тих багаточисельних галузей української економіки, де попит перевищує пропозицію, існує значна недорозвиненість ринку порівняно з іншими країнами, тобто існують великі перспективи для подальшого розвитку. На сьогодні одне ресторанне місце в Києві припадає на 2500 жителів столиці, тоді як в Європі – на 250.

Теоретичні та практичні аспекти ринку громадського харчування розглядалися в працях вітчизняних та зарубіжних вчених. Особливу увагу приділили А. Новікова, Т.Г. П'ятницька, О. Решетняк, О. Насонова [2, 3] аналізу стану та перспектив ринку. Шляхи активізації підприємництва на ринку громадського харчування було розглянуто у працях О. Решетняк, М. Захаріна, М. Темпера [1].

Проте, не в повній мірі, висвітлені питання стосовно послуг на ринку громадського харчування та перспектив їх подальшого розвитку.

Постановка задачі. Мета даної статті - проаналізувати особливості послуг на ринку громадського харчування України з метою виявлення найбільш перспективних напрямків їх подальшого розвитку на споживчому ринку.

Результати дослідження. Сьогодні, ринок громадського харчування активно розвивається: відбувається заповнення різноманітних ніш, поява нових форматів закладів та напрямків. Незважаючи на прогнозне зниження об'єму ринку 2009 році на 35%, все ж таки ринок продовжує розвиватися. Відбувається загальна тенденція демократизації ресторанного бізнесу: усе більше популярними стають заклади відносно недорогі, але з гарною кухнею, оригінальним, але не надто дорогим інтер'єром, спрощеним обслуговуванням.



Рис. 1. Об'єм ринку громадського харчування м. Києва

Характерною особливістю ринку громадського харчування України є високі темпи розвитку київського ринку, оскільки більше 40% всіх закладів розташовані в столиці. На ринку представлені три цінових сегменти: високоціновий, середньоціновий та низькоціновий. Характеристика сегментів київського ринку наведена у таблиці 1. На сьогодні для українського ринку характерним є те, що найактивніше розвивається низькоціновий сегмент (середній розмір чеку 50-70 грн) – приріст ринку 15-20 % на рік та рівень насичення у сегменті найменший – 55 % [5].

Таблиця 1

Сегментація київського ресторанного ринку

Сегмент	2005 р.		2006 р.		2007 р.	
	Оборот, \$ млн.	Частка, %	Оборот, \$ млн.	Частка, %	Оборот, \$ млн.	Частка, %
Низький	150,5	24,4	153,45	24,3	160,5	24,2
Дорогий	53,75	8,7	58,38	9,3	62,17	9,4
Середній	411,9	66,6	418,74	66,4	439,68	66,4
Обсяг в цілому, \$ млн	616,15		630,57		662,35	

Низькоціновий сегмент охоплює велику кількість форматів закладів: Fast-food, Fast&casual – заклади перехідного типу між рестораном і фаст-фудом,

Food-cort - заклади при різних торгово-розважальних центрах, Street food - різні торговельні точки із продажу продукції та ін. [4].

У 2009 році одним з найбільш перспективним напрямком ресторанного бізнесу є фаст-фуд – це заклади, у яких можна, по-перше швидко отримати їжу, а по-друге – недорого. Фаст-фуд як індустрія виник у 1920-ті роки в Америці, що пов'язано зі стрімким промисловим зростанням і розвитком автомобілебудування, тому не вистачало часу на приготування їжі. Піонером у цій галузі стала компанія «Білий замок» (White Castle), яка відкрилася в 1921 році в Канзасі [5].

Проте на українському ринку фаст-фуд зазнав деяких модифікацій, а саме наявність у меню пива, для залучення споживачів у вечірній час.

Наступним перспективним напрямком ресторанного бізнесу є фуд-корт – ресторани швидкого харчування у торгових центрах (відвідуваність центру, приблизно може складати 30 тис. осіб на день). Проте швидке харчування було відомо ще стародавнім римлянам. Вони розміщували маленькі намети серед людних базарів, де відвідувачам пропонувалися свіжий хліб, м'ясо, фрукти, солодощі.

Варто зазначити, що у сфері громадського харчування важливе місце займає франчайзинг, який зародився в Україні у 1998 році, коли львівська компанія «Системи швидкого харчування» запустила мережу ресторанів швидкого обслуговування «Піца Челентано».

У світі франчайзинг з'явився у 1948 р. в індустрії громадського харчування, а саме кафе «Баскін Роббінс» в США. Кузени Ірвін Роббінсон та Бертон Баскін надали змогу будь-якому бажаючому відкрити кафе під назвою «Баскін Роббінс», яке б відповідало б вимогам оформлення та організації роботи «кафе-оригіналу». На сьогодні стратегія франчайзингу активно використовується у 140 країнах світу [1].

Одним із наступних сучасних та перспективних напрямків (з'явився на ринку в 2002 році) є кейтерінг – це виїзне ресторанне обслуговування в будь-якому місці, яке вибирає клієнт, з доставкою продуктів харчування, посуду, напоїв і всього необхідного для святкового заходу. Зараз у відповідному напрямку працює більше 20 компаній: «Гетьман Фуршет», «Гарсон» та ін. Проте сучасний кейтерінг є оновленням виїзного обслуговування кінця XVIII ст. – при королівських дворах Європи. Технології такого сервісу відпрацьовуються протягом 130 років. Цей вид обслуговування вже сформований у Франції, Німеччині, Англії, США та інших країнах [3].

Великої популярності набувають різноманітні кухні, особливої уваги заслуговує японська кухня. Наприклад, ще 7-8 років тому японську кухню в Києві можна було спробувати тільки в дорогих ресторанах: «Токіо», «Нобу», «Сан Торі». Першою наблизила японську кухню «до мас» мережева «Якіторія», яка стала досить популярною. На сьогоднішній день ринок «японських» закладів розподілився таким чином: 12% займають заклади із середнім чеком в 200-300 грн., 21 % – 30-50грн., 27 % – 100-200грн., і найбільше – 40 % - закладів із середнім чеком в 50-90 грн. на людину. Найбільш популярна японська кухня серед молодих людей: від 18 до 28 років. На даний момент пропозиція в цій

області задовольняє попит тільки на 30-40 %. Японська кухня буде популярна в нижніх і середньому цінових сегментах.

Висновки. Отже, український ринок громадського харчування зазнає прогресивного розвитку в різних напрямках. Зокрема, з'являються нові послуги, які мають багатолітню історію свого розвитку в інших країнах. Деякі з них модифікуються під впливом українського менталітету та культури.

Найбільш перспективними напрямками розвитку ринку є заклади низько цінового сегменту: фаст-фуд, фуд-корт, японська кухня. Розмір інвестицій для відкриття закладу швидкого харчування складає \$ 200-300 тис. Витрати на відкриття складають приблизно \$ 1000-1200 за 1 кв. м. Окупність коштів – 1-2 роки. Особливої уваги заслуговує розвиток у регіонах, оскільки ринок громадського харчування там розвинений слабо, і конкуренції іноді навіть не відчувається. Варто пам'ятати і про регіональні вподобання українців – на Західній Україні шалено популярна піца, у Дніпропетровську – млинці, в Одесі – китайська кухня. Особливо перспективним є розвиток кейтерінгу та франчайзингу.

Наукова новизна дослідження полягає у виділенні перспективних напрямків та прогнозу їх подальшого розвитку. Практичне значення одержаних результатів полягає в прикладному значенні для нових підприємців у даній галузі, або внесення змін до ведення власного бізнесу.

Перелік посилань

1. Решетняк О. Сучасні методи управління сфери послуг / Решетня О. – Харків: Фактор, 2008. – 544 с.
 2. П'ятницька Т.Г. Менеджмент громадського харчування / П'ятницька Т.Г. – Київ: Київський національний торгово-економічний університет, 2001 – 655 с.
 3. Насонова О. Доставка їжі - альтернатива закладам харчування? / Насонова О. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://lasoon.com.ua/ukr/analit.php?id_article=55.
 4. Насонова О. Фаст-фуд фаст-фуду рознь: обзор ресторанов быстрого питания / Насонова О. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://lasoon.com.ua/ukr/analit.php?id_article=9
 5. Аналітичні нотатки про стан ринку ресторанів швидкого обслуговування в Україні [Електронний ресурс] : Професіоналам Режим доступу: <http://www.restoran.ua/index.phtml?t=110&pid=9753>.
-