

Борисенко О.С.
кандидат економічних наук, доцент
Національний авіаційний університет, м. Київ

Borysenko O.
Ph.D. in economics
National Aviation University , Kyiv

Ковтун К.Ю.
студентка
Національний авіаційний університет, м. Київ

Kovtun K.
student
National Aviation University , Kyiv

ОСНОВНІ ПРОБЛЕМИ ТА ІННОВАЦІЇ РИНКУ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

Анотація. В статті розкрито актуальність дослідження проблеми розвитку ресторанного бізнесу в Україні. Важливість здійснення наукових досліджень та розробок, присвячених обраній проблемі, обумовлена тим, що саме рівень розвитку ресторанного бізнесу в економіці будь-якої країни виступає одним із індикаторів якості життя населення у державі. Авторами систематизовано інформацію стосовно основних закладів ресторанного господарства та виділено концепції закладів, які користуються найбільшою популярністю серед українських споживачів. Результати дослідження дозволили виявити основні проблеми та тенденції ринку ресторанного бізнесу в Україні в сучасних умовах. Розглянуто нові формати закладів ресторанного господарства та інноваційні підходи для утримання постійних відвідувачів та залучення нових в умовах конкуренції. Доведено, що впровадження інновацій забезпечує закладам ресторанного господарства конкурентні переваги.

Ключові слова: ресторанний бізнес, тенденції ринку, ресторанний сегмент, автоматизація, інноваційні технології, онлайн замовлення.

Аннотация. В статье раскрыта актуальность исследования проблемы развития ресторанного бизнеса в Украине. Важность осуществления научных исследований и разработок, посвященных выбранной проблеме, обусловлена тем, что именно уровень развития ресторанного бизнеса в экономике любой страны выступает одним из индикаторов качества жизни населения в государстве. Авторами систематизирована информация по основным заведениям ресторанного хозяйства и выделены концепции заведений, которые пользуются наибольшей популярностью среди украинских потребителей. Результаты исследования позволили выявить основные проблемы и тенденции рынка ресторанного бизнеса в Украине в современных условиях. Рассмотрены новые форматы заведений ресторанного хозяйства и инновационные подходы для удержания постоянных посетителей и привлечение новых в условиях конкуренции. Доказано, что внедрение инноваций обеспечивает заведениям ресторанного хозяйства конкурентные преимущества.

Ключевые слова: ресторанный бизнес, тенденции рынка, ресторанный сегмент, автоматизация, инновационные технологии, онлайн заказ.

Abstract. The article reveals the relevance of research into the development of the restaurant business in Ukraine. The importance of carrying out research and development on the selected problem is due to the fact that the level of development of the restaurant business in the economy of any country is one of the indicators of the quality of life of the population in the country. The authors systematized information on major restaurants and highlighted the concepts that are most popular among Ukrainian consumers. The results of the study revealed the main problems and trends of the restaurant business market in Ukraine in the current conditions. New formats of restaurant establishments and innovative approaches for retaining regular visitors and attracting new ones in competitive conditions are considered. It is proved that the introduction of innovations provides restaurants with competitive advantages.

Keywords: restaurant business, market trends, restaurant segment, automation, innovative technologies, online ordering.

Постановка проблеми. Динамічні зміни в українській економіці та суспільстві, вимагають переглянути ефективність та доцільність ведення будь-якої підприємницької діяльності, у тому числі і ресторанного бізнесу. Ресторанний бізнес є одним із найбільш значущих складників індустрії гостинності. Одним із головних завдань нині залишається аналіз ринку ресторанних послуг та визначення основних тенденцій його розвитку, які дають змогу відкрити підприємцям нові можливості для заснування бізнесу в найбільш затребуваних та перспективних сегментних нішах, що, можливо, зможе призвести до подальшого розвитку ресторанного бізнесу в Україні. Актуальність дослідження проблеми пояснюється також і тим, що рівень розвитку ресторанного бізнесу в економіці будь-якої країни виступає одним із індикаторів якості життя населення. Окрім того, висока конкуренція у сфері ресторанного бізнесу стимулює активний розвиток даного виду бізнесу, змушує впроваджувати інновації, шукати нові ніші й сегменти, експериментувати для забезпечення конкурентних переваг на ринку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Головні аспекти розвитку сфери ресторанного бізнесу розглядалися у працях вітчизняних та зарубіжних авторів: В. Варфоломієвої, Г. Костенюкова, А. Аветисової [1], В. Антонової [2], В. Архипова, Л. Нечаюк, В. Пивоварова, Г. П'ятницької [7], О. Сватюк, Кузнєцової, Н. Телеш, К. Егертон-Томас, Фадеєвої А., А. Мазаракі [6], Н. Кабушкін [4], О. Курочкина, О. Назаров та ін.

Формулювання цілей статті. Метою статті є виявлення ключових проблем та перспективних тенденцій розвитку ресторанного бізнесу в Україні. Для реалізації поставленої мети у межах даної статті вирішено такі наукові завдання: проаналізовані основні проблеми в розвитку ресторанного бізнесу України, проведено аналіз тенденцій розвитку загальної кількості закладів ресторанного господарства.

Виклад основного матеріалу. Ресторанний бізнес у всьому світі вважається одним із найприбутковіших напрямів інвестування. Для того щоб розглянути нові тенденції на ринку ресторанного бізнесу, необхідно розглянути

не тільки проблеми, які пов'язані з впровадженням нових технологій, а й взагалі ті, проблеми, що існують у цій сфері. Експерти ринку ресторанного бізнесу оцінюють його обсяги приблизно в 1,14 млрд. доларів. Сукупна кількість закладів по країні складає 15-16 тисяч, з них близько 2 тисяч знаходяться у столиці України [3].

Ринок ресторанного бізнесу є перспективним напрямком для реалізації інвестицій довгострокового характеру із отриманням середнього прибутку в 15-20% [4]. Але наявність капіталу не забезпечує успішний розвиток бізнесу на ринку, на якому постійно відбуваються зміни смаків існуючих і потенційних споживачів. Необхідно розуміти нюанси ресторанного бізнесу для випередження конкурентів та досягнення високих результатів.

На розвиток ресторанного бізнесу впливають безліч факторів, як на мікро, так і на макрорівні. До економічних чинників, що впливають на розвиток і стан ресторанного бізнесу в Україні, можна віднести економічний розвиток країни, інфляція і податкова політика [4].

Досліджуючи тенденції розвитку ресторанного бізнесу, виділяють кілька основних напрямків: чисельність підприємств у сфері ресторанного бізнесу; територіальна щільність ресторанів; види підприємств; цінова політика ресторанів; склад меню та кухні [5].

Отже, ринок ресторанного бізнесу України досить динамічно розвивається. В останнє десятиліття в Україні триває не лише прискорене зростання суб'єктів ресторанного бізнесу, а й сталися суттєві зміни, що стосуються різноманітності типів і класів обслуговування. Нині в Україні склалася загальна тенденція демократизації щодо ресторанного бізнесу. Більш популярними стають заклади, що мають невисоку цінову політику, але приваблюють споживачів за рахунок оригінального інтер'єру та цікавого складу меню. Відкриваються заклади в середньому і нижньому сегментах, що відповідає ціновим очікуванням ресторанної аудиторії. Для Києва нижній сегмент – це заклади із середнім чеком до 200 грн., майже завжди із самообслуговуванням. Середньоцінові – 200-600 грн., які діляться на три підгрупи: «середній», «середній -» і «середній +». Із великим

відривом іде елітний сегмент із середнім чеком 1000-1500 грн. на одну особу. Сегмент елітних ресторанів нині є найменш динамічним у галузі. Експерти пояснюють скорочення елітних ресторанів насиченням ринку. Крім того, у ресторанному бізнесі протягом останніх років спостерігається тенденція до зміщення акценту відомих рестораторів із сегмента елітних на сегмент демократичних ресторанів [5; 8].

Аналізуючи формати ресторанів, можемо простежити, що нині процвітає загальносвітова тенденція до здорового способу життя і харчування. У ресторанному бізнесі це також проявляється дуже активно, зокрема в розвитку фаст-фудів, що пропагують здорову їжу. Але справа не тільки в продуктах: більш здоровими здаються страви, які приготовані на ваших очах, так би мовити, прямо з печі, з-під ножа, тому нині актуальна тенденція відкритих кухонь. На думку багатьох експертів, вегетаріанський напрям як крайній прояв тенденції до здорового способу життя також буде в подальшому розвиватися. Останнім часом активно розвиваються і набувають популярності ресторани національних кухонь. У результаті зростання міграційних потоків в Україні прослідковуються деякі особливості, які позначилися на розвитку ресторанного бізнесу. Першою особливістю такого впливу є залучення іноземних шеф-кухарів, які приїжджають працювати в українських ресторанах.

Слід зауважити, що останніми роками також активізувався розвиток чайних і кав'ярень-кондитерських. Стають популярними заклади, що пропонують каву, борошняні й кондитерські вироби, шоколад.

Пивні ресторани розвивалися і будуть розвиватися, адже наша країна ментально пшенично-ячмінна, а не винна. Ось чому пивна тематика зараз на підйомі. По-перше, легше купити сировину, її не треба вирощувати на десятирічних виноградниках. По-друге, пиво дозріває набагато швидше і може варитися прямо в ресторані невеликими партіями. По-третє, крафтове пиво нині надзвичайно популярне, тому якщо існує вдала концепція закладу, під нього досить легко підв'язати популярний м'ясний напрям або навіть азіатську кухню.

Отже, зараз недостатньо просто створити хороший ресторан із пристойною кухнею, потрібно створити індивідуальний продукт чи напій, який можна буде назвати і подати як hand made [8].

І все ж з динамічним розвитком ресторанного ринку є ще і незайняті ніші в цьому бізнесі. Наприклад, спеціалізовані дитячі кафе - дитяча тема присутня у багатьох закладах, але окремої уваги вона практично не удостоєна. Неймовірний простір для розвитку має кейтерінг і доставка страв додому або в офіс. Хочеться відзначити і перспективу закладів музичної спрямованості (арт-ресторанів і арт-кафе). Також відбувається активний мережевий розвиток відомих ресторанных брендів.

Проте, якщо розглядати весь ресторанный ринок в цілому, то можна сказати, що він має негативні тенденції скорочення кількості ресторанів. Така тенденція простежується через кризові явища, які почалися з 2014 року. Можна сказати, що ресторанный бізнес в Україні має середній рівень розвитку і тому в майбутньому не варто очікувати зростання кількості ресторанів, але він однозначно має великий потенціал для істотного приросту, тільки за умови зростання платоспроможності населення.

Нові кафе, бари, ресторани відкриваються в Києві щотижня. Однак у фінансовому вираженні ринок не демонструє темпів приросту. Досить часто підприємці переоцінюють платіжну спроможність своєї потенційної клієнтури, тому приблизно в половині випадків новим гравцям ринку протягом року доводиться продавати свій бізнес або його активи.

Щорічно на ринок виходять нові франчайзингові пропозиції двох типів: франшизи від нових франчайзерів, а також франшизи нових форматів від старих гравців (так відбувається, коли успішний франчайзер запускає нову концептуальну лінію закладів) [4].

При цьому щоб утримати постійних відвідувачів і привабити нових в умовах жорсткої конкуренції якісної смачної їжі та стильного інтер'єру вже недостатньо. У цьому випадку отримання додаткових конкурентних переваг ефективно може забезпечити впровадження інноваційних технологій [6].

Конкурентна боротьба змушує гравців ринку підвищувати якість обслуговування. В цьому відношенні успішні ресторани помітно наблизилися до західних закладів. І якщо саме по собі поняття репутації важливо для будь-якого бізнесу, то для ресторанного – особливо, навіть один негативний відгук може мати далекосяжні наслідки. А тому прихильність клієнта з роками тільки набуває цінність [7].

Окрема тенденція - це поступове збільшення витрат ресторанів на маркетингове просування. У цій тенденції є і внутрішні зміни, які стосуються запиту професійних послуг: все частіше ресторатор звертається до послуг досвідченого маркетолога або навіть бере його в штат, замість того, щоб доручити адміністратору вести сторінку в соціальній мережі.

Після 2018 року Google почав показувати меню закладів вже безпосередньо в пошуковій видачі згідно геолокаційних даних, відповідно, SEO-просування деяких закладів вже працює на підставі цього нововведення.

У соціальних мережах після 2018 року вже можна налаштувати рекламу таким чином, щоб вона відображалася протягом визначеного проміжку часу і тільки в певній локації.

Таким чином, нами виділені основні проблеми, які гальмують розвиток ресторанного бізнесу в Україні:

1. Низькі темпи розвитку цифрових технологій і цифровізації ресторанного середовища. Згідно аналітиці, ресторанний бізнес показує впевнене зростання, а також активно розвивається і сфера електронної комерції.

Ці фактори говорять про необхідність активного впровадження і розвитку foodtech в Україні, так як найближчим часом ринок громадського харчування чекають зміни. На зарубіжному ринку можна виділити наступні основні напрямки foodtech: доставка їжі з ресторанів і кафе; доставка продуктів харчування; можливість замовлення страв на певну годину / замовлення їжі на винос; наявність великої кількості сервісів з широкою базою ресторанів і можливістю замовлення страв он-лайн.

В Україні останнім часом активний розвиток отримали тільки сервіси доставки їжі з ресторанів. Сфера замовлення страв дуже слабо розвинена, що заважає ресторанам отримувати додатковий прибуток шляхом охоплення нової аудиторії, а гостям використовувати зручну функцію.

2. Погіршення якості харчування жителів поза домом через економію часу. В даний час проблема неякісного харчування є дуже актуальною. Аналітика говорить про швидке зростання (близько 28% за рік) сегмента ресторанів швидкого обслуговування в порівнянні з іншими напрямками ресторанної сфери. Альтернативною подібного харчування може стати сервіс замовлення їжі, який дозволить якісно харчуватися, не витрачаючи час на очікування приготування страв.

3. Відсутність ефективних аналітичних платформ, які надають широкий спектр даних поведінки гостей, що дозволяє покращувати якість взаємодії. Розвиток ринку електронної комерції і он-лайн замовлень диктує необхідність використання розширеної аналітики про цільову аудиторію і клієнтів. Як правило, ресторани не мають широкої статистики про свою аудиторію і відповідно не мають гнучких і зручних інструментів для управління обсягами продажу, стимулюванням збуту і збільшенням виручки. Для надання якісної послуги необхідно мати достатньо інформації про цільового споживача та максимально персоналізувати дані про нього.

4. Необхідність економії часу і збільшення швидкості обслуговування гостей в закладах громадського харчування. Розвиток різних сервісів (служби замовлення їжі, таксі, покупки через Інтернет) говорить про те, що у користувачів є необхідність робити замовлення в пару простих дій і також швидко отримувати потрібну послугу. Таким чином, необхідна глобальна цифровізація ресторанної сфери, що на даний момент частково реалізується тільки за допомогою систем доставки їжі додому.

5. Необхідність швидкого і зручного поділу рахунку між декількома гостями при спільному відвідуванні ресторану. Як правило, це певна незручність для ресторану, яка вимагає додаткових витрат часу на замовлення, виставляння рахунку і розрахунок з гостями, особливо якщо гості не

повідомили про це на початку візиту. В рамках загального процесу цифровізації ресторанного бізнесу функція поділу рахунку - необхідна послуга при оформленні замовлення через Інтернет.

Отже, зараз вже недостатньо просто відповідати стандартним критеріям ресторану: гарантувати чистоту, якість продукту і обслуговування. Споживачі обирають технологічність і шукають місце, яке може задовольнити цей запит.

Через це в світі почав розвиватися тренд автоматизації - все більше рестораторів замислюються про інтеграцію технологій для оптимізації швидкості обслуговування та економії на оплаті праці. Але якщо на Заході автоматизація - це перш за все підвищення швидкості і якості обслуговування гостей, то у наших рестораторів ці цілі поки що не основні.

Отже, Інтернет та смартфони суттєво змінили життя сучасної людини, вплинувши на спосіб оплати послуг та їх замовлення. Сьогодні більшість сервісів пропонують мобільні додатки і ресторани намагаються не відставати від технологічного прогресу. Тому ресторатори все більше звертають увагу на інноваційні тенденції:

1. Цифрове меню. Завдяки встановленню у закладах цифрових панелей меню, власники ресторанів можуть регулярно змінювати страви та спеціальні пропозиції для клієнтів. Також вони допомагають контролювати зміну вартості їжі протягом певного часу, що додатково спонукатиме гостей відвідати ресторан.

2. Сенсорні планшети. Встановлення у закладі простого у використанні сенсорного планшета для здійснення замовлень допоможе суттєво зменшити кількість очікуючих у черзі клієнтів. Це ж стосується і додатків всередині закладів для виклику офіціанта для дозамовлення страв.

3. POS системи. Мобільні пристрої виконують функції касового апарату. Їх основна перевага перед стандартними пристроями полягає у зручності експлуатації та безпеці.

Зараз набирає популярності QR-код на чеку клієнта. Все більше ресторанів використовують цю технологію, щоб гість міг оплатити замовлення за допомогою смартфона.

Однією з перспективних тенденцій є персоналізація і програми лояльності в додатках. Маркетингові активності і програми лояльності ресторанів все більше йдуть в додатки.

4. Доставка до громадських зон. У мегаполісах та великих містах доставка їжі користується досить великою популярністю, але може зайняти багато часу. Тому раціонально буде здійснювати доставку ресторанних страв до парку, супермаркету або іншого популярного місця.

Також, в наш час культура доставки їжі і он-лайн-замовлення розвивається неймовірно швидкими темпами. Додатки Delivery.com, Uber Eats, Caviar - одні з найпопулярніших в сфері їжі в світі. Крім доставки з звичайних закладів, зростає кількість замовлень з «віртуальних» ресторанів, які не приймають офлайн-гостей і готують виключно для доставки. Одна з нових ідей на ринку - «хаби» для віртуальних закладів: кухні різних ресторанів під одним дахом, між якими курсують автономні автомобілі, які забирають замовлення і розвозять їх клієнтам. Це здешевлює витрати закладів та робить доставку більш доступною для відвідувачів.

5. Ще одна технологія, якою користуються дуже рідко, не дивлячись на те що самі месенджери вже щільно зайняли свої позиції в побуті. У нас дуже мало закладів, в яких було б постійно «забито», куди дійсно важко потрапити. Тому такі затребувані в інших країнах сервіси, як бронь столиків і управління чергою в закладі, коли гості отримують повідомлення на телефон, як тільки підійшла їхня черга, у нас в країні практично не працюють.

Отже, найпродуктивнішим та найшвидшим каналом передачі інформації у світі є глобальна мережа Інтернет, що дає змогу ефективно використовувати її для впровадження інновацій у ресторанному бізнесі. Специфіка роботи Інтернету дозволяє кардинально змінювати способи і методи взаємодії між суб'єктами бізнесу, підвищувати рівень якості обслуговування споживачів, зміцнювати конкурентні позиції господарюючих суб'єктів, одержувати максимально повну і об'єктивну інформацію для ведення бізнесу, створювати нові перспективні форми соціальної та економічної діяльності.

Саме тому, зростання цифровізації в ресторанному бізнесі є неминучим. Ресторанам важливо використовувати всі сучасні технології для охоплення нової аудиторії, інакше вони ризикують втратити значну частину прибутку. Ринок ресторанного бізнесу може стати по-справжньому технологічним: впроваджувати глобальні аналітичні системи, штучний інтелект і багато іншого. Для того, щоб вводити нові технології у цій сфері необхідно добре вивчити проблеми, які існують на цьому ринку.

Висновки. На даний момент в Україні на ринку ресторанного бізнесу існують велика кількість проблем та бар'єрів на макrorівні та макrorівні, що заважають успішно вести даний бізнес. Ситуація на ринку ресторанного господарства є суперечливою, адже з одного боку спостерігається активний розвиток нових концепцій у ресторанах, на які існує попит, та до яких прихильні споживачі, з іншого боку – величезна кількість ресторанів працює на межі банкрутства й щомісяця несе значні витрати, що спонукає їх власників до закриття та виходу із сегменту ринку. З огляду на це, головним завданням вітчизняних рестораторів є вміння адаптуватися до нових умов та бути гнучкими стосовно потреб споживачів. Адже український споживач, незважаючи на ситуацію в країні, залишається надзвичайно вимогливим й для нього є привабливою не просто ресторанний продукт, а ресторанна послуга, складовими якої є атмосфера, комфорт, сервіс, кухня, інтер'єр, лояльний маркетинг, відкритість та зручність, тобто застосування інноваційних технологій. Тому рестораторам при побудові концепції свого ресторану необхідно брати до уваги тенденції, які не просто будуть залучати нових споживачів, а й робити ведення бізнесу простішим. До таких тенденцій належать вищеперераховані, а саме оптимізація швидкості обслуговування, автоматичні замовлення, управління броні та черги у закладах, систематизація даних про відвідувачів закладу, їх аналіз.

Український ринок ресторанного бізнесу має велику неохоплену нішу, тому щоб її зайняти необхідно обрати правильний підхід з використанням нових технологій та вивченням нових тенденцій.

Література:

1. Аветисова А. О. Ресторанні мережі: конкурентні переваги, проблеми, перспективи розвитку // Вісник соціально-економічних досліджень. - 2013. - № 28. - С. 117-123.
2. Антонова В. А. Конкуренція і управління конкурентоспроможністю підприємств ресторанного господарства // Науковий вісник Полтавського університету споживчої кооперації України. - 2012. - № 1 (21). - С. 54-57.
3. Веремєєва Т. Криза і ресторанний бізнес: Як виживають ресторатори в Україні. – Електронний ресурс. – [Режим доступу].- <http://realt.aviso.ua/uk/news?id=25572aeb-631e-4e22-9a3e-cb5f3914b4b1>
4. Кабушкин Н. И. Менеджмент гостиниц и ресторанов. Учебное пособие/ Н. И. Кабушкин – 2013. – 416 с.
5. Кривонос А. Ресторанний бізнес в Україні: підсумки та прогнози. – Електронний ресурс. – [Режим доступу].- <http://fbc.net.ua/video/9551/>
6. Мазараки А.А. Проектирование заведений ресторанного хозяйства: учеб. пособие для вузов /Под ред. А.А. Мазараки. – К.: КНТЕУ, 2008. – 307 с.
7. П'ятницька Г.Т., П'ятницька Н.О. Вплив інноваційних змін на діяльність підприємств ресторанного господарства. Економіка розвитку. - 2013. - № 1(65). - С. 122–126.
8. Яшина О.В. Особливості розвитку ресторанного господарства в Україні // Вісник Буковинської державної фінансової академії. – Електронний ресурс. – [Режим доступу].- http://www.rusnauka.com/34_NIEK_2010/Economics/74871.doc.htm