

УДК 338.26

Сотула Ю.Ф., Андрушків Б.М.

Тернопільський національний технічний університет ім. Івана Пулюя

ВИЗНАЧЕННЯ СУЧАСНИХ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ РИНКУ РЕСТОРАННОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Sotula Y., Andrushkiv B.

DETERMINATION OF CURRENT DEVELOPMENT TRENDS OF DOMESTIC ENTERPRISES IN THE RESTAURANT MARKET

Сучасне ресторанне господарство – “одна з найбільш динамічних сфер національної економіки, яка є однією з найпривабливіших для інвесторів, а її рентабельність у розвинених країнах не буває нижчою за 40 %, при цьому, досягаючи в “туристичних” зонах відмітки 100 %. Саме тому готельно-ресторанний бізнес в Україні залишається одним із найбільш цікавих і прибуткових для українських підприємців. Щорічно в країні відкриваються елітні готелі, нові мотелі, санаторії, нові туристичні бази, ресторани та готельно-ресторанні комплекси тощо” [1].

Початок XXI століття – період активного розвитку та оновлення соціально-економічної, суспільно-політичної сфер життя, вироблення та впровадження нових технологій. Сучасний ринок праці вимагає підготовки нового підготовленого покоління фахівців ресторанної сфери для здійснення інноваційної діяльності. Інноваційність – ознака сучасного суспільства, об'єктивна реальність, яку потрібно усвідомити та прийняти. Децентралізація управління підприємств громадського харчування привела до їхньої відособленості. Керівники рідко цікавляться проблемами, що існують, подіями підприємства, а ще рідше вступають у партнерські відносини з іншими організаціями, тому інноваційна активність підприємств ресторанної діяльності є низькою у сучасних умовах. Очевидно, що інноваційна діяльність має на увазі взаємодію декількох різнопланових організацій. На основі взаємодії інтересів держави, бізнесу з'являються інновації, а їх взаємодія забезпечує розвиток інноваційної діяльності. Цю проблему можна трансформувати у перевагу, тому що низька інноваційна активність у сфері громадського харчування дає конкурентну перевагу тим організаціям, які першими займаються інноваційним розвитком.

З врахуванням сучасних тенденцій тяжіння споживачів до позадомашнього харчування, на наш погляд, представляється необхідним підкреслити здійснення підприємствами громадського харчування таких комунікативних функцій, як задоволення потреб у сфері суспільних контактів при організації споживання послуг й обслуговування споживачів. Реалізація пізнавальних функцій обумовлена зацікавленістю сьогоденних споживачів як до особистостей знаменитих шеф-кухарів, так і до нових смакових комбінацій у виготовлених ними стравах і напоях (у тому числі, в етнічних кухнях, у напрямку “фьюжн”, молекулярної кухні, гастрономічного туризму, домашньої кухні), а також усе більш підсиленням інтересом до складу інгредієнтів, їх харчової та біологічної цінності, бажанням харчуватися раціонально. У той же час, існує суттєва роль виховної функції громадського харчування.

Послуги громадського харчування – це галузь народного господарства та специфічний вид людської діяльності, який сформувався у результаті більш глибокого суспільного поділу праці. Незважаючи на те, що послуги громадського харчування належать до однієї з найстарших форм діяльності у сфері послуг, однак поняття, функції й охоплюваний діапазон не мають у літературі та практиці однозначного визначення.

Виходячи з цільового призначення ресторанного бізнесу, характеру праці, виконуваних функцій і специфічних особливостей торгово-виробничої діяльності його слід розглядати як самостійну систему, рівною мірою такою, що стосується як до виробничої, так і до сфери послуг (соціальної сфери). Тому ресторанний бізнес доцільно розглядати у межах

торгово-виробничого комплексу не тільки у межах сфери послуг. А оскільки ресторанный бізнес впливає на якість відтворення організму й, відповідно, на його працездатність, то відображається у підсумку на розвитку та результативності функціонування всіх, без винятку, галузей національної економіки.

В Україні діяльність у цій сфері здійснюють як спеціалізовані підприємства, так і “підприємства інших видів економічної діяльності, структурними підрозділами яких є заклади ресторанного господарства” [5, с. 31]: ресторани, нічні клуби, ресторани за спеціальними замовленнями, ресторани-бари, кафе, кафе-пекарні, кафе-бари, бари, чайні салони, кав'ярні, кафетерії, пивні зали, їдальні, закусочні, буфети, фабрики-заготівельні, фабрики-кухні, шинки, домашні кухні [4]. Усі ці закладами можна об'єднати у такі великі групи: “ресторани класу “преміум”, ресторани для середнього класу, фаст-фуд, бари, кафе і кав'ярні” [3, с. 29]. Сучасні заклади ресторанного господарства “сприймаються не тільки як місце масового закусочного процесу, а й заклад, де зберігаються, розвиваються та збагачуються різні технології з розвитку смаку, радості спілкування, збільшення вражень, досягнення стабільного психологічного стану, зміцненню радості світовідчужування” [2].

У сучасних умовах ринок ресторанного бізнесу консолідується, намітилися тенденції злиттів-поглинань, які посилюються під впливом кризових явищ в економіці. Вважаємо, що слід виділити наступні фактори, що перешкоджають підприємницьким структурам сфери ресторанного бізнесу здійснити соціально-економічний розвиток, які ініціюють й економічні функції у національному господарстві України:

- інституційні чинники – такі, як несприятливий інвестиційний клімат, корупція та широкий спектр дискреційних повноважень чиновників, високий рівень податкових та інспекційних обмежень;

- організаційно-економічні – високий рівень витрат і конкуренції, низькі доходи населення, значна міжрегіональна диференціація за показниками рівня життя, відсутність можливості для формування оптимальної схеми розміщення об'єктів ресторанного бізнесу, високі відсоткові ставки по кредитах у поєднанні з відсутністю пільгового кредитування;

- інфраструктурні – слабка інноваційна активність, низька щільність населення на значних територіях країни, недосконалість системи підготовки та перепідготовки кадрів для сфери ресторанного бізнесу, слабкий розвиток транспортної інфраструктури у більшості периферійних регіонах.

Список використаних джерел:

1. Білик І. В., Томаля Т. С. Роль маркетингу та PR-технологій у діяльності закладів готельно-ресторанного бізнесу. Економіка. Управління. Інновації 2014. № 1. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2014_1_7.
2. Гурджиян К. В. Програма лояльності: сутність та етапи створення. Формування ринкових відносин в Україні. 2011. № 5. С. 119–125.
3. Даніалі Ф. Дослідження загальних тенденцій ринку ресторанного господарства України. Економіка промисловості. 2019. № 3–4. С. 29–34.
4. ДСТУ 4281. Заклади ресторанного господарства. Класифікація. К.: Держспоживстандарт України, 2004. 24 с.
5. П'ятницька Г., Григоренко О., Найдюк В. Інноваційний потенціал розвитку підприємств ресторанного господарства в Україні. Товари і ринки. 2013. № 2. С. 29-43.