

ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/896-93-%D0%BF>.

2. Антонюк О. Менеджмент в освітянській сфері: концептуальні засади [Електронний ресурс] / О. Антонюк. – Режим доступу: <http://personal.in.ua/article.php?ida=381>.

ТЕНДЕНЦІЇ ТА СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ РИНКУ РЕСТОРАННИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ

Ковбасюк Ю. М., студентка

*Науковий керівник: Коваленко Л. Г., к.е.н., старший викладач
Уманський національний університет садівництва*

Зараз в умовах економічної нестабільності України одним з актуальних питань залишається вибір стратегічного напрямку розвитку галузі. Завдяки правильно обраній та чіткій стратегії можна розвивати найбільш перспективні галузі господарства, збільшуючи тим самим надходження коштів до бюджету країни.

Одним із пріоритетних секторів економіки є ресторанний бізнес. За даними Асоціації ресторанного бізнесу України темпи росту ринку ресторанних послуг протягом останнього часу коливалися в межах 60-100 % у рік. Прибуток від довгострокових інвестицій у підприємства ресторанного господарства складав 15-20 %. Середній строк окупності ресторанного проекту варіювався від 2 до 5 років залежно від капіталовкладень [1].

Незважаючи на зниження обсягів товарообігу, ресторанний бізнес залишається перспективним напрямком для вкладення інвестицій. Привабливими для інвесторів можуть бути такі підприємства ресторанного господарства: заміські заклади, заклади одного продукту або напою, заклади при букіністичних магазинах, «заклад однієї вулиці», заклади музичної спрямованості (арт-кафе, арт-ресторан), дитячі кафе, заклади різних типів, що знаходяться у франчайзинговій мережі, орієнтовані на середній ціновий сегмент [2].

З вище викладеного випливає, що ресторанне господарство здатне приваблювати різних за розміром капіталу інвесторів. Привабливість бізнесу пояснюється рядом причин: відносною відсутністю жорсткої конкуренції; порівняно високим рівнем рентабельності (15-60 %) підприємств ресторанного господарства; невеликим строком окупності проектів; дефіцитом нових концепцій

на ринку ресторанних послуг, про що свідчить велика кількість підприємців, що бажають купити бізнес за франчайзинговою схемою у закордонних представників.

Для залучення інвестицій у ресторанний бізнес регіонів України доцільно в цей час здійснення наступних кроків:

- Поставити завдання формування бізнес-плану регіону з метою розвитку ресторанного бізнесу як результату стратегічного планування.

- Розробити систему моніторингу процесу інвестування в ресторанний бізнес у комбінації з діагностикою інвестиційного клімату в регіоні, починаючи від схеми збору інформації та закінчуючи формою її представлення, яка повинна стати одним із блоків більш загальної інформаційно-аналітичної системи інвестиційної діяльності в регіоні. З цією метою слід створити організацію комерційного типу, наприклад, інформаційне агентство з інвестицій та розвитку, функціями якого повинні стати спостереження, аналіз та прогноз динаміки інвестиційних процесів у ресторанному бізнесі. Зацікавленим особам інформація може видаватися на платній, пільговій або іншій основі.

- Об'єднати зусилля територіальних органів управління, науково-дослідних і комерційних структур, що мають знання та досвід інвестиційної діяльності, у т.ч. залучення та просування інвестицій та інвестиційних проектів, зацікавлених в активізації інвестиційних процесів у регіоні, в становленні інвестиційного ринку, підвищенні його прозорості, а також у вирішенні регіональних соціально-економічних проблем розвитку.

- Вести систематичну та цілеспрямовану роботу з налагодження схем залучення, мобілізації та реалізації інвестицій і інвестиційних проектів на регіональних ринках ресторанних послуг.

- Приділяти особливу увагу проектам інноваційного характеру, розвитку венчурного бізнесу, проектам, що сприяють створенню нових робочих місць; при відборі інвестицій і проектів активно використовувати конкурсні механізми. З використанням засобів масової інформації здійснювати роботу із залучення коштів населення в інвестування розвитку ресторанного бізнесу в регіоні через пайові, пенсійні, страхові фонди й компанії.

- Активно впроваджувати в практику світовий досвід територіального менеджменту, почати формування банку даних вітчизняного та закордонного досвіду державного регулювання інвестиційної діяльності в регіоні з корекцією на існуюче національне законодавство.

Пропонована діяльність регіональних органів управління дозволить радикально поліпшити інвестиційний клімат, активізувати інвестиційну діяльність у регіоні, підвищивши її ефективність і збільшити інвестиції в ресторанний бізнес, що дозволить заповнити вільні сегментні ніші, збільшити виробничі потужності, поліпшити якість обслуговування.

Таким чином, стратегічними напрямками розвитку ринку ресторанних послуг є: залучення інвестицій грошових та інтелектуальних, взаємовигідна взаємодія зі суміжними галузями, впровадження інновацій.

Література.

1. Керанчук Т. Л. Сучасний стан та проблеми розвитку підприємств готельного та ресторанного бізнесу / Т. Л. Керанчук // Вісник Запорізького національного університету. Економічні науки. – 2013. – № 4(20). – С. 34–42.

2. Борисова О. В. Тенденції розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні / О. В. Борисова // Економічні стратегії і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. – 2012. – С. 331–338.

3. Варипаєв О. М. Стратегії сервісу в готельному та ресторанному сервісі / О. М. Варипаєв, Л. М. Варипаєва // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. – 2012. – Вип. 2. – 295–302.

ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ

Підгайний М. Ю., студент

*Науковий керівник: Сидорченко Т. Ф., к.е.н., доцент
Бердянський державний педагогічний університет*

Головним джерелом фінансування підприємства є прибуток. В умовах трансформаційної економіки прибуток підприємства залежить від багатьох чинників, основними серед яких є: галузеві особливості та спеціалізація виробництва, форма власності та організація ведення бізнесу, стратегічні цілі та політика.

Зниження економічної стабільності в світі та в Україні пояснює зростання уваги до дослідження впливу на формування прибутку неекономічних факторів: соціальних, політичних, географічних тощо.