

## **СОВРЕМЕННЫЙ РЕСТОРАННЫЙ БИЗНЕС И РЫНОК ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ: МИРОВЫЕ ТЕНДЕНЦИИ И УКРАИНСКИЕ ПЕРСПЕКТИВЫ**

*Ковешников Н.Л., соискатель высшего образования*

*Голли Я., соискатель высшего образования*

*Научный руководитель: Болдовская Е.П., канд. экон. наук, доцент*

*Харьковский национальный автомобильно-дорожный  
университет*

Ресторанное дело в мире является одним из самых прибыльных, причем среднее обращение средств, вложенных в заведение общественного питания, происходит в 5-6 раз быстрее, чем инвестиций, вложенных в другой бизнес. В странах Западной Европы, США и Японии зафиксировано увеличение расходов клиентов на проведение досуга именно в ресторанах.

На основе проведенного анализа можно определить следующие современные тенденции функционирования рынка ресторанных услуг в мире:

– наиболее популярными являются рестораны быстрого обслуживания, тематические рестораны и рестораны национальной кухни, яркими примерами которых является «McDonald's», «Nordsee», «The Hellfire Club»;

– активное использование франчайзинга при создании и управлении заведениями питания;

– большой спрос на такие формы обслуживания потребителей, как фуд-корт и кейтеринг (ресторанное обслуживание мероприятий на природе или в помещениях, которые не являются ресторанами).

Говоря о перспективах рынка, считаем, что самым перспективным направлением бизнеса являются рестораны фаст-фуд. Такие заведения рассчитаны на широкие слои населения и получают неплохую прибыль в связи с большим количеством посетителей. Среди приоритетных направлений ресторанный дела также можно выделить соз-

дание «здоровых ресторанов», которые, например, будут предлагать раздельное питание или диетические блюда, а также рестораны fusion cuisine (сочетание элементов различных кулинарных традиций).

Дальнейшее развитие ресторанов фаст-фуда, ряд которых функционирует настоящий момент достаточно прибыльно, является весьма перспективным, однако они должны быть не скопированными с заграничных моделей, а аутентичными. Так, местные рестораны самообслуживания с длинными прилавками для блюд имеют много общего с ресторанами формата Quick&Casual. Такие заведения питания – это сочетание традиционного ресторана с рестораном быстрого обслуживания. Как правило, рестораны Quick&Casual имеют уникальный дизайн интерьера, свои собственные фирменные блюда и предлагают такие дополнительные услуги, как обслуживание официантов, бесплатная стоянка, книги и журналы для чтения, доставка еды на дом, обслуживание банкетов и т.п. Рестораны Quick&Casual являются популярными на Западе и имеют большой потенциал роста в Украине, причем в настоящее время несколько компаний уже позиционируют себя именно как Quick&Casual. Поэтому на основе местных ресторанов самообслуживания стоит развивать рестораны именно такого формата. Наряду с ними можно создавать рестораны в стиле «free-flow», которые также являются разновидностью ресторанов фаст-фуда, – это объекты новой формации и в технологии производства продукции, и в форме обслуживания. Технологический процесс изготовления блюд осуществляется на виду у потребителей, форма обслуживания – самообслуживание.

В контексте выявленных тенденций и особенностей развития современного рынка фаст-фуда весьма перспективным направлением считаем сегмент, в котором работают предприятия, сочетающие в себе как быстрое обслуживание, так и здоровое питание.

Во многих зарубежных странах развитие ресторанов быстрого обслуживания характеризуется использованием франчайзинга. В развитых странах франчайзинг является одним из наиболее практичных способов увеличения продаж и доли рынка. Например, прогнозируется, что в среднесрочной перспективе в США, которые являются самым крупным в мире экспортером франчайзинговых услуг, на рестораны быстрого обслуживания, работающие по схеме франчайзинга, будет приходиться до 50 % всего объема розничных продаж в стране. Кроме того, бизнес в отрасли быстрого питания составляет наибольшую часть общего оборота американских франчайзи. Средняя прибыльность инвестиций всех франчайзи в развитых странах, достигнутая за значительный период времени, оценивается на уровне 25 %, что является очень высоким показателем. Поэтому ожидается, что количество франчайзи в Европе будет расти ежегодно на 10-15 % [1].

В Украине также уделяется внимание франчайзингу, однако по такой схеме активно работают лишь несколько местных игроков. Самым известным примером является львовская Fast Food Systems (FFS), которая с помощью франчайзинга вывела свои бренды «Пицца Челентано» и «Картофельный Дом» за пределы западной Украины в другие регионы.

Таким образом, учитывая изложенное, для дальнейшего развития ресторанов фаст-фуда в Украине целесообразно активизировать использование схемы франчайзинга. Однако следует отметить, что препятствием для развития франчайзинга является недостаточное признание прав интеллектуальной собственности. Многие зарубежные сети опасаются несоблюдения договоров со стороны местных компаний и считают этот рынок сложным. Кроме того, большинство иностранных сетей ресторанов быстрого обслуживания все еще не приходят в Украину из-за отсутствия не только законодательства в отрасли франчайзинга,

но и неудовлетворительного общего делового климата, включая бюрократию и сложную систему налогообложения. Учитывая это, они не уверены, что смогут в долгосрочной перспективе вести успешный бизнес в Украине и обеспечить строгое соблюдение своих требований. Появление на рынке других западных сетей ресторанов быстрого обслуживания будет лишь позитивным направлением развития ресторанного дела. В краткосрочной перспективе их отсутствие может быть выгодным для местных сетей ресторанов, облегчая их рост и развитие, но появление западных – в окончательном итоге будет предварительным условием подъема стандартов украинского бизнеса в отрасли быстрого питания на качественно новый уровень.

Для развития по франчайзингу необходима стабильная экономика и законодательство, гарантирующее соблюдение прав обеих сторон. В данный момент франчайзинговый бизнес в Украине регулируется Гражданским и Хозяйственным кодексами. Проект отдельного закона «О франчайзинге» был инициирован Кабинетом министров и зарегистрирован в Верховной раде Украины еще в 2001 году, однако с тех пор так и не рассматривался. После принятия такого закона международные сети ускорят процесс выхода на украинский рынок.

В заключение отметим, что украинский рынок общественного питания в целом пока еще далек от насыщения, ресторанное дело находится на стадии зарождения, еще не сформировалась культура питания и соответствующая культура ресторанного бизнеса. Поэтому перспективным и целесообразным является поиск путей и направлений повышения эффективности функционирования заведений общественного питания на основе дальнейшего изучения, обобщения и адаптации зарубежного опыта в данной сфере.

*Перечень ссылок:*

1. Trehulova I. Analysis of restaurant economy of Ukraine. URL: [http://library.colloquium-publishing.ru/index.php/L\\_24/article/view/63/63](http://library.colloquium-publishing.ru/index.php/L_24/article/view/63/63) (дата обращения: 29.04.2019)