

Найда Л.
магістрантка II курсу
спеціальності 242 Туризм
Науковий керівник – доц. Кузишин А.В.

ГАСТРОНОМІЧНІ ПОСЛУГИ ТА РЕСТОРАННІ ТРЕНДИ В ОБЛАСТЯХ ПОДІЛЬСЬКОГО РЕГІОНУ

Вступ. Ресторанний бізнес сьогодні знаходить нові тенденції розвитку та сучасне відображення в економіці багатьох розвинутих країн, але за останні роки накопичився цілий ряд невирішених питань. Проблема розвитку у сфері ресторанного бізнесу є досить актуальною, виходячи з її економічного та соціального значення. Саме тому актуально розглянути сучасні тренди ресторанного господарства та проаналізувати його динаміку розвитку.

Результати дослідження різноманітних аспектів розвитку ресторанного господарства висвітлено у працях Г.С. Жуйкова, О.І. Кочерги, О.В. Орленко, Н.В. Смірної, Н.О. П'ятницької, І.В. Поплавської, М.І. Пересічного. Однак, незважаючи на значні наукові напрацювання з цієї проблематики, окремі її аспекти, зокрема сучасний стан та тенденції розвитку ресторанного господарства, потребують подальшого наукового вивчення.

Виклад основного матеріалу. У ресторанному бізнесі протягом останніх років спостерігається тенденція до зміщення акценту відомих рестораторів з сегмента елітних у сегмент демократичних ресторанів. Ресторани середньоцінового сегмента превалюють на ринку. У регіонах тенденція до збільшення частки закладів середньоцінового сегмента ще більш помітна. Найбільш динамічно розвиваються демократичні ресторани, що мають яскраво виражену спеціалізацію за кухнею. Сегмент елітних ресторанів на сьогодні є найменш динамічним у галузі. Експерти пояснюють скорочення елітних ресторанів насиченням ринку.

Згідно з статистичними даними, основний наголос в своєму бізнесі українські ресторатори роблять на національну, італійську кухню, а також страви на мангалі. За даними аналітиків з 14 тис. ресторанів майже 80% пропонують страви національної української кухні, близько 73% мають в меню страви італійської кухні і ще 45-50% пропонують своїм відвідувачам гриль і страви на мангалі [3].

Приблизно 20% ресторанів пропонують популярні в Україні страви грузинської кухні. Близько 16% ресторанів орієнтовані на японську кухню. Лише 4% ресторанів відзначаються авторським та екзотичним для України меню – кубинської, китайської, азійської, американської кухні, а також заклади для вегетаріанців. Окремі позиції меню, такі як

паста, піца, стейки, гриль, грецький салат і чіз-кейк можна знайти практично в будь-якому ресторані. Криза підштовхує ресторани до універсальності. Ці найбільш популярні позиції для більшості ресторанів до того ж, вони не вимагають дорогих або рідкісних інгредієнтів.

Але цей формат поступово змінюється. На сучасному етапі відбувається зміни в споживанні на ринку ресторанних послуг. Новий тренд – популяризація національної кухні: українські страви з українських продуктів. А також більший поділ на кухню різних областей України. Певний період національних ресторанів було багато, але в них подавали важку їжу, «шароварну» кухню, не надто новаторську і гурманську. Зараз почали з'являтися ресторани, де можна спробувати дійсно цікаві страви різних регіонів нашої країни [4]. Наприклад, ресторани подільської кухні, карпатська кухня, бесарабська кухня. Працюють тільки з локальними продуктами і наші страви готуються за реальними рецептами, зібраними в глибинці.

Ще один тренд – «хіпстерські» заклади. Сформувалася нова молодіжна культура, для представників якої стали відкриватися тематичні кафе і ресторани. Це пов'язано з тим, що від початку 2000-х сформувалась певна культура та ставлення до ресторанів як способу проведення часу. Ресторани стали модними місцями проведення. Це покоління інакше відноситься до ресторанів – скоріше, як до модного і обов'язкового атрибуту повсякденного життя [4]. У нашій країні ресторан все ще не є місцем, куди приходять, щоб поїсти. В ресторан приходять, щоб провести час і підвищити свій соціальний статус. Завдяки, в тому числі, новій молодіжній культурі, ця ситуація змінюється. Відкрилося багато «бургерних» і чітко відслідковується кавовий тренд.

Європейські ресторанны тренди – це локальні продукти, здорове харчування і витримані авторські концепції. В Україні це поки поодинокі заклади. В Європі каші та інші моно-кухні – стійко модний тренд. Втім, експерти вважають, що після кризи кількість незвичайних форматів і більш екзотичних кухонь на ресторанному ринку України збільшиться [4].

Кулінарне мистецтво, як і будь-яке інше, постійно вдосконалюється і часто підносить рестораторам несподівані сюрпризи. Мода на нестандартні смакові поєднання зобов'язує кухарів переглядати свої меню і експериментувати з незвичайними для своїх закладів інгредієнтами і рецептами.

Обсяг ринку України з доставки готової їжі з ресторанів перевищує 220 млн. доларів в рік. У всьому світі сегмент e-commerce стрімко

еволюціонує протягом останніх десяти років. Сьогодні на цей напрямок суттєво вплинула коронавірусна інфекція. Якщо ще недавно всі йшли в офіси турагентств і не мислили замовляти ресторанну їжу до дому, то сьогодні глобальна гаджетізація привела до того, що в інтернеті однаково просто купити путівку на інший кінець земної кулі або замовити готову страву в улюбленому ресторані. В умовах фінансової нестабільності і кризи, інтерес до доставки їжі додому в українців тільки посилюється.

Ще 10-15 років тому сайт ресторану або кафе був скоріше модною фішкою, ніж інструментом маркетингу. Максимум, що можна було зробити на сайті – це подивитися меню, дізнатися точну адресу ресторану і, можливо, рівень цін. Нерідко ресторатори роками не оновлювали меню на своїх сайтах. Пізніше, з бумом на доставку їжі додому, де першопрохідцями стали піца, а пізніше суші, навіть ресторани досить високої цінової категорії задумалися про додаткові сервіси – можливо, не стільки для отримання додаткового прибутку, скільки для підтримки лояльності існуючих клієнтів. За даними експертів популярність замовлення готової їжі зростає з кожним роком, і вже зараз ця категорія входить в ТОП-15 товарів, які купують в Інтернеті [5].

Найчастіше замовляють українці додому – піццу, найзручніший для доставки продукт, суші, тайська/китайська кухня (в основному, локшина в коробочках), солодощі (торти, тістечка). Крім того, користується певним спрямованим попитом доставка страв-спеціалітетів з ресторанів з інтернет-магазинів: пироги, бургери, кебаби/шаурма, шашлик.

Відбувається і еволюція способу замовлення їжі додому. Кілька років тому для замовлення їжі традиційно використовували телефон. Сьогодні звичним є звернення в ресторан за посередництва сайту або мобільного додатку. На сьогоднішній день, за даними POSTER, вибираючи, замовити їжу через сайт, колл-центр або мобільний додаток, 65% українців користуються сайтом, на частку коллцентру припадає близько 15% заявок. Інтерес і зручність явно зміщується на користь сайтів, а в майбутньому – мобільних додатків.

На популяризацію доставки їжі додому впливає безліч різних чинників, і економічних, і психологічних. В умовах, коли українцям доводиться більше працювати, щоб забезпечити звичний рівень життя, вони хочуть економити час на приготуванні їжі. По-друге, незважаючи все ж на складне становище, багато хто хоче себе побалувати і зробити собі приємність – з'їсти улюблену ресторанну їжу, але дешевше і вдома.

Максимально швидкі продажі через онлайн – це ще один тренд, який активно підтримують системи автоматизації бізнесу.

Висновки. Тенденції ресторанного бізнесу відображають тенденції розвитку певних кухонь. В розрізі регіонів України за типом кухні дуже неоднозначні. Характерна прихильність до певного продукту, а не до типу кухні як такого, наприклад, переваги м'яса, часто певного вигляду (свинина, куряче м'ясо), у виконанні різних кухонь, або риби і морепродуктів. В основному в Україні у певних кухонь є групи шанувальників, що склалися, в іншому ж споживачі віддають перевагу улюбленому продукту в улюбленому виконанні, і при цьому абсолютно не важливо, який тип кухні представляє іншу страву. Все більше ресторанів при складанні рецептур акцентують на натуральному використанні продуктів, а не на складності рецептур. Звідси висновок: набуває популярність авторська кухня, що дозволяє творчо переробити всі існуючі кухні світу і створити свій власний продукт, яким і привертається увага споживача.

Для успішного розвитку ресторанного господарства є удосконалення системи управління якістю на ринку ресторанних послуг. Вітчизняний та закордонний досвід свідчить про те, що для сучасного ринку характерна стійка тенденція до підвищення цінкових форм конкуренції і, особливо, конкуренції якості. Виходячи з цього, кожна організація, яка хоче досягнути успіху, повинна розробляти та впроваджувати ефективні системи управління якістю.

Список використаних джерел

1. Поплавська І.В. Концептуальні ресторани Поділля як умова формування туристичної інфраструктури регіону // Збірник наукових праць за матеріалами міжнародної науково-практичної конференції «Подільські читання: унікальні об'єкти природи і суспільної сфери Поділля; регіональні особливості інтеграції економічних і соціальних напрямків їх розвитку як умова ефективного збереження» (м. Кам'янець-Подільський, 3–5 листопада 2016 року) / [Відповід. редактори: проф. Матвеев М. Д., проф. Любінська Л. Г., Любінський О. І]. – ТОВ «Друкарня Рута, 2016. С. 152-156.
2. П'ятницька Т.Г., Найдок В.С. Сучасні тренди розвитку ресторанного господарства в Україні. Економіка та держава. 2017. № 9. С. 66-73.
3. Організація послуг харчування. [Електронний ресурс]. – Доступний з http://generation.at.ua/load/knigi/organizacija_posl
4. Орленко О.В., Жуйков Г.Є. Економічні передумови розвитку ринку гастрономічних послуг та нові ресторани тренди. Науково-виробничий журнал «Бізнес-навігатор». 2017. Випуск 2 (41). С. 38-42.
5. Чернова Г.В. Особливості розвитку ресторанного господарства України / Г.В. Чернова. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://aokornus.at.ua/JOURNALS/2017.pdf>
6. Царенко Н.А., Кузишин А.В. Маркетинг у ресторанній справі // Вісник наукових досліджень. Серія: Туризм. Випуск 2. Тернопіль: Редакційно-видавничий відділ Галицького інституту ім. В. Чорновола, 2006. С. 52-64.