Важливо відзначити, що труднощі підприємства не повинні відбитися на ціні страв або хоча б потрібно намагатися уникнути різкого стрибка цін, тому що купівельна спроможність населення знижена і висока ймовірність втрати клієнтів.

Отже, у якості першочергових заходів антикризового управління на підприємствах ресторанного бізнесу можна виділити оптимізацію служб доставки, відмову від дорогих постачальників і переорієнтацію на нових, відновлення меню і заміна нерентабельних блюд, зниження орендної плати, а також повний перегляд інших своїх витрат. Розвиток власної служби доставки та перемови з орендодавцями дозволить пережити ситуацію, що склалася з найменшими втратами. А також, дозволить працевлаштувати та утримати ключових працівників.

Таким чином, у сучасних умовах, коли зовнішні умови змінюються майже кожен день для підприємств ресторанного бізнесу впровадження антикризового управління в напрямку оперативного реагування є дуже важливим. За умови припинення карантинних заходів, оптимізувавши процеси велика частина підприємств ресторанного бізнесу може відновитися протягом року.

С.С. Ткачова, канд. екон. наук, доц. *(ХДУХТ, Харків)*

РЕСТОРАННИЙ РИНОК УКРАЇНИ: СТРУКТУРА ТА СУЧАСНІ ТРЕНДИ РОЗВИТКУ

Світовий ринок харчування поза домом за даними одного з останніх років становив 3,3 трлн дол. США – це 4,4% світового ВВП із середньорічним темпом зростання ринку – 6,9% за період 2006–2016 рр. До складу світового ринку входять ринки харчування поза домом: на Американському континенті, який становив 1174 млрд дол. США (із середньорічним зростанням 6,1% за визначений період); в Азійсько-Тихоокеанському регіоні – 1052 (із середньорічним зростанням 9,8%); в Європі приблизно 881 (із середньорічним зростанням 4,2%); на Середньому Сході та в Африці – 182,5 (із середньорічним зростанням 7,4%). У 2017-2026 рр. прогнозується середньорічний темп зростання світового ринку харчування поза домом більше 6%. Лідерами світового ресторанного ринку є США (24%), Китай (15%), Японія (10%), Індія (4%), Бразилія (3%). За типом ресторанних закладів світу 59% становлять повносервісні ресторани, 33% – заклади швидкого обслуговування, 6% – кав'ярні, 2% – заклади, що реалізують морозиво та десерти. У складі світового лідера – ресторанного ринку США

динамічно розвиваються з тенденціями щодо зростання (+) або зменшення (–) наступні сегменти: QSR (–), Fast Casuel (+), Casuel Dining (–), Food Hall (+), Fine Casuel Dining (+), Fine Dining (–).

Український ринок харчування поза домом у 2016 р. оцінювався у 2,8 млрд дол. США або 3% ВВП. Ринок харчування м. Києва становив 25% від загального, що у грошовому вимірі склало 700 млн дол. США. Столичний ринок харчування у 2016 р. продемонстрував рекордне зростання на 20%. За експертними оцінками, обсяг ресторанного ринку України у 2016 р. становив 1,15 млрд дол. США, на ньому працювало близько 15 тисяч закладів ресторанного бізнесу, з них у Києві – 1800. Український ресторанний ринок сьогодні має наступні сегменти: Street Food (22%), QSR (29%), Fast Casuel (17%), Casuel Dining (23), Fine Dining (9%). Сегменти Food Hall, Fine Casuel Dining знаходяться на етапі становлення.

До числа стійких трендів розвитку ресторанного ринку України у попередніх дослідженнях і публікаціях нами були включені такі, як: здорове харчування; використання місцевої сировини у виробництві страв та напоїв; формування та всебічний розвиток сучасної української кухні; автоматизація та діджиталізація всіх сфер ресторанного бізнесу; пошук та реалізація нових форм партнерства зі сферами торгівлі, транспорту, туризму, готельного бізнесу тощо; підвищення популярності ресторанного бізнесу у суспільстві; розвиток ресторанного франчайзингу; формування сітьових утворень – ресторанних мереж і груп (родин ресторанів); становлення та розвиток кавового бізнесу тощо. Вивчення позицій рестораторів, аналітиків та експертів ресторанного ринку свідчить про актуальність та дієвість зазначених трендів. Серед трендів, які також претендують на визначення стійких, є кейтеринг. В Україні, за даними інформаційного порталу Delo.ua, послуги кейтерингу надають близько 300 компаній. Обсяг реалізованої продукції підприємствами, що здійснюють постачання готових страв, у 2016 р. становив понад 4,5 млрд грн, що більше, порівняно з 2014 р., приблизно у 1,4 разу, порівняно з 2010 р. – майже у 2,1 разу. Основними споживачами кейтерингових послуг в Україні є корпоративні клієнти: їх частка становить близько 70%.

За оцінками фахівців, сучасний ресторанний ринок України характеризується високим негативним показником закриття підприємств у 1-й рік існування. 50% нових підприємств припиняють своє існування протягом 1-го року роботи. Крім негативного впливу чинників зовнішнього середовища, це свідчить про недостатній рівень професіоналізму власників, управлінського персоналу, про недооцінку специфічних особливостей ресторанного бізнесу, про вибір та реалізацію недосконалої концепції закладу, про відсутність або

недостатність досліджень ринку, обраного сегменту, потреб та вподобань цільової аудиторії тощо. Можливо в якості реакції на високий показник закриття нових закладів, а також на необхідність забезпечення функціонування та розвитку ресторанного бізнесу у складних політичних, економічних, демографічних, соціальних умовах, в країні протягом декількох останніх років активно формується тренд професійного бізнес-навчання. Відомі успішні українські ресторатори Д. Борисов, О. Мусатов, М. Бейлін, С. Лібкін, С. Гусовський, В. Арзуманян, І. Сухомлін, Д. Запорожець, В. Бортніков, М. Січкарь, Т. Середюк, О. Середюк, О. Латкін та ін. приймають активну участь у бізнес-форумах, фестивалях і конференціях, у професійних національних преміях, у роботі популярних телепроектів, бізнес-каналів на ютуб, проводять майстер-класи, викладають проблемні лекції, видають книги, виступають в якості коучей та надають консультації, є лідерами думок у соціальних мережах тощо. Важливо, що вищевказані форми бізнес-навчання є популярними серед діючих ресторатрів та підприємців-початківців.

О.Є. Чатченко, канд. екон. наук, доц. *(ХДУХТ, Харків)*

ОСНОВНІ ЗАСАДИ ПУБЛІЧНОГО АДМІНІСТРУВАННЯ В СОЦІАЛЬНІЙ СФЕРІ

У будь-якій державі соціальна сфера, сфера соціальної політики слугує інтересам, насамперед, людей як вищої цінності. Сфера соціальної політики – частина політики держави, яка своїми діями пом'якшує негативні наслідки індивідуальної і соціальної нерівності, соціально-економічних потрясінь у суспільстві.

Важливий стратегічний орієнтир соціальної політики – стимулювання мотивації економічної активності людини, створення умов для вияву її ініціативи, енергії та здібностей, відкриття нових можливостей забезпечувати своєю працею гідний рівень життя. Проведення такої стратегічної лінії потребує серйозних зрушень у громадській свідомості і системі цінностей, що склалася, подолання багаторічних стереотипів, звички розраховувати не на свої сили, а на благодіяння влади.

Цілями соціальної політики держави на сучасному етапі соціально-економічного розвитку України є: поліпшення матеріального становища й умов життя громадян; забезпечення