

– на етапі операційного маркетингу розробляється план діяльності підприємства з урахуванням відповідної нейтралізації ризиків;

– на етапі контролю здійснюється корегування розроблених планів.

Ю.А. Опанасюк, канд. екон. наук (*СумДУ, Суми*)

Ю.М. Мельник, канд. екон. наук, доц. (*СумДУ, Суми*)

АНАЛІЗ СТРУКТУРИ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В СУМСЬКІЙ ОБЛАСТІ

Аналіз структури ресторанного бізнесу регіону дозволяє розкрити та оцінити його потенціал та визначити перспективи розвитку даного ринку. У Сумській області ринок закладів відпочинку та харчування, закладів швидкого обслуговування, ресторанного бізнесу далекий від насичення. Тому вважаємо за доцільне проведення ґрунтовного маркетингового аналізу цієї галузі та її особливостей розвитку. Регіональні аспекти дослідження ринку відіграють важливу роль в формуванні попиту та пропозиції на різних ринках.

Незважаючи на те, що існує велика кількість закладів середнього цінового сегменту в Сумській області (середній чек 70–110 грн на людину), але підйом переживають далеко не всі, тоді як відкриття нових елітних закладів значно пригальмувалося останнім часом. Деякі заклади японської кухні взагалі закрилися, а інші – з диференці йованим меню – просто видалили з асортименту японські страви. Фаст-фуди не набули широкої популярності в регіоні.

У самому м. Суми нараховується близько 55–60 закладів харчування, не враховуючи тих, що є частинами торгових центрів таких як «Мануфактура», «Лавина», «Атріум», «Універмаг Київ» та готельних комплексів, розміщених в місті. За межами м. Суми знаходиться понад 100 закладів ресторанного господарства. Оскільки до сфери ресторанного господарства входять такі типи закладів: ресторан, бар, кафе, кафетерій, їдальня, закусочна, буфет, фабрика-заготівельня, фабрика-кухня, домашня кухня, ресторан за спеціальними замовленнями (catering), то в Сумському районі найбільшою популярністю користуються саме заклади за типом ресторанів, барів та кафе.

Популярністю серед жителів м. Суми та Сумського району, користуються заклади кафе, які мають невеликі ціни, що досягаються за рахунок асортименту пропонуванних страв. Також, у Сумській області великі кафе розраховані на широку публіку: сюди ходять

сім'ями, навідується молодь або дорослі люди. Тому в кафе, зазвичай, є декілька кімнат: загальний зал, дитяча кімната та бар. Не зважаючи на стрімкий розвиток ресторанної сфери в Україні, у Сумському районі найбільшим попитом серед населення користуються піцерії – заклади харчування, які обов'язково мають свою кухню, оскільки тут завжди є свіжа піца, що має готуватися швидко та якісно.

Зклади харчування працюють в умовах сезонно зміни попиту. Так, в літній період переважають заміські заклади («Port Royal», «Козачок», «Ile de France») та заклади, що знаходяться в рекреаційній зоні (БВ «Вітязь», БВ «Кринична»).

На сьогодні заклади харчування в Сумській області набувають шаленої популярності, шляхом поєднання декількох видів кухонь чи цікавого індивідуального інтер'єру. За останні 2–3 роки в самому м. Суми почали стрімко розвиватися такі заклади як ПАБи та гриль-бари. Цільова аудиторія достатньо різноманітна із високим відсотком більш молодих вікових груп.

У Сумській області заклади харчування приділяють мало уваги саме оцінці потенціалу закладів-конкурентів. Хоча для посилення конкурентних позицій необхідно здійснювати конкурентний аналіз всіх учасників ринку, проводити оцінку поточних обсягів їх продажів з метою визначення прибутковості та ринкових можливостей.

Таким чином, обґрунтована маркетингова стратегія суб'єктів ресторанного бізнесу дозволить:

- зменшити ступінь невизначеності та ризики при здійсненні маркетингової діяльності;
- забезпечити концентрацію ресурсів на обраних пріоритетних напрямках;
- розробити програми маркетингу, орієнтовані на досягнення залучення більшої кількості споживачів.

Нами було проаналізовано 6 кращих ресторанів м. Суми 2017 року на думку споживачів за такими критеріями: кухня, обслуговування, співвідношення якість–ціна, атмосфера, Wi-Fi, наявність літнього майданчика, їжа на винос, можливість оплати картою, паркінг, кількість місць, наявність спеціального меню, дитячих розваг, середній чек.

Такі ресторани Сумської області, як «Шафран», «Алаверди», «ВіваОліва», «Скоріні», «Нью-Йорк», «Антресоль», «Ласпеція» є досить новими на Сумському ринку ресторанних послуг. На сьогоднішній день вони налічують близько 3 000 відвідувачів за місяць в цілому. Протягом останніх 2 років щорічно ці заклади користуються популярністю не лише серед споживачів середнього класу, а й у споживачів з високим рівнем доходів, що дозволяє даним підприємствам розвиватися високими темпами.

Отже, за результатами проведеного аналізу можна стверджувати, що існують значні перспективи розвитку ресторанного ринку та закладів громадського харчування, про що свідчить постійна поява нових учасників ринку та постійно зростаючий попит серед місцевого населення.

П.Г. Перерва, д-р экон. наук, проф. (НТУ «ХПИ», Харьков)

Т.А. Кобелева, канд. экон. наук, доц. (НТУ «ХПИ», Харьков)

КОМПЛАЕНС-ФУНКЦИЯ В СФЕРЕ РЕСТОРАННОГО, ГОСТИНИЧНОГО И ТУРИСТСКОГО БИЗНЕСА

Возникновение комплаенса в мире связано с глобализацией и интернационализацией мировой финансовой системы. Если учесть международный и трансграничный характер многих финансовых операций, поэтому можно сказать, что уровень нефинансовых рисков значительно вырос за последние десять лет.

Идеология «комплаенс» призывает соответствовать внутренним политикам и процедурам компании и реализуется путем создания условий, в которых лица, представляющие организацию, будут действовать в соответствии с высокими профессиональными и этическими стандартами.

На сегодняшний день в западных странах комплаенс присутствует в финансовых организациях, производственных предприятиях, в медицине, торговле и прочих отраслях. В подавляющем большинстве компаний существуют и соблюдаются следующие документы: кодекс корпоративной этики; политика сообщений о нарушениях этических стандартов; политика «Китайской стены» (для разграничения информационного поля в деятельности организации с целью предотвращения конфликтов интересов и создания условий для честной конкуренции); политика принятия и дарения подарков, приглашений на мероприятия; политика по противодействию отмыванию доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма; политика о взаимодействии с регулирующими органами; политика о конфиденциальности информации. Вместе с тем, наибольшую актуальность комплаенс функция имеет в сфере ресторанно-гостиничного и туристического бизнеса. Борьба с коррупцией – это сложная и многоуровневая работа, охватывающая комплекс мероприятий по предупреждению, выявлению, пресечению коррупции и устранению ее последствий. Одним из проявлений этой работы является антикоррупционная (криминологическая) экспертиза нормативных правовых актов в целях