

АДАПТАЦИЯ РЫНКА РЕСТОРАННОГО ХОЗЯЙСТВА, ОБУСЛОВЛЕННАЯ ПОЯВЛЕНИЕМ СПРОСА НА УСЛУГИ ПО ДОСТАВКЕ

В современном обществе предприятия ресторанного хозяйства играют важную роль в процессе жизнедеятельности человека. Рынок заведений ресторанного хозяйства является перспективной и динамически развивающейся отраслью экономики.

Последние несколько лет в Украине активно развиваются предприятия, специализирующиеся на доставке еды. Их появление стало причиной уменьшения посещаемости заведений традиционного типа, таких как рестораны, кафе, закусочные и др. Рост популярности услуг по доставке объясняется тем, что с развитием общества у людей все меньше и меньше времени на посещение предприятий ресторанного хозяйства таких как кафе, бары, рестораны и приготовление изысканных блюд дома, поэтому свою нишу заняла услуга по доставке суши и пиццы.

Наибольшее распространение получили предприятия, организующие полный цикл, включающий производство (приготовление блюд) и доставку потребителю. Альтернативой предприятий такого типа являются так называемые «экипаж-сервисы». Эти предприятия предлагают платные услуги по доставке еды из популярных ресторанов и кафе. Для предприятий не желающих самостоятельно оказывать услугу по доставке сотрудничество с «экипаж-сервисами» является удобным и выгодным вариантом. Такой тандем позволяет с одной стороны не потерять клиента, желающего заказать еду из любимого ресторана домой, а с другой стороны – получить дополнительную прибыль без каких-либо вложений.

В украинском менталитете поход в кафе или ресторан является выходом в свет, а не просто способом утолить голод. Очевидно, что при таких предпочтениях услуги по доставке не могут являться альтернативой посещения какого-либо из предприятий ресторанного хозяйства. В то же время во многих европейских странах вообще не принято готовить дома. Считается, что намного лучше заказать еду домой или пойти в ближайшее кафе. В Европе половина заказов по доставке – заказы домой. Во Франции, например, очень популярна доставка японской кухни: ее заказывает почти каждая вторая семья.

Немаловажным сдерживающим фактором для украинцев является их доход, который заставляет население экономить, в том

числе и на питании. С развитием украинского общества уровень доходов населения увеличивается. С увеличением банковского счета меняется и менталитет. Подход украинцев к способам питания становится все больше похожим на европейский. Именно поэтому количество предприятий по доставке динамически возрастает. Стоит отметить, что растет не просто их количество, а появляются все новые и новые разновидности. Кроме традиционных предприятий по доставке пиццы и суши появляются доставка мексиканской, грузинской, китайской кухни и другие. Очень часто предприятия по доставке, имеющих свою кухню оказывают услуги по кейтерингу.

Говорить о большой опасности со стороны предприятий по доставке для традиционных предприятий общественного питания конечно рано. Спрос на услуги обоих направлений пока неизменно растет, но очевидно, что владельцы ресторанов и кафе не должны ждать момента падения посещаемости из-за роста популярности предприятий по доставке, а идти в ногу со временем. Те, кто не желают создавать новое подразделение с курьерами, транспортом, операторами, принимающими заказы, заниматься раскруткой своих услуг по доставке, могут сотрудничать с предприятиями типа «экипаж сервис». Наглядным примером может стать то, что с одной из таких компаний в Харькове на сегодняшний день сотрудничает «McDonald's». Этот своеобразный аутсорсинг не является свидетельством лени или экономии, а в некоторых случаях представляется нам скорее оптимизацией.

На наш взгляд на украинском рынке самую лучшую стратегию развития выбрали такие предприятия ресторанного хозяйства по доставке, как «Якитория», «Тануки», «Сушия», «Мураками», «Mafia», «Adriano». Эти предприятия имеют собственные заведения и при этом оказывают полноценные услуги по доставке. Таким образом, они не только получают максимальную прибыль, но и защищают рынок. Очевидно, что потребитель охотно отдаст предпочтение компании с уже имеющейся репутацией и заведением, которое он уже посещал. Поэтому новым компаниям без раскрученного имени достаточно сложно завоевать доверие в сфере доставки без собственного заведения, поскольку клиент зачастую относится предвзято к качеству и способу приготовления еды.