

1. Воронкова В. Г. Муніципальний менеджмент : навч. посібник / В. Г. Воронкова. – К. : Професіонал, 2004. – 256 с.
2. Дзюндзюк В. Б. Ефективність діяльності публічних організацій : монографія / В. Б. Дзюндзюк – Х. : Магістр, 2003. – 236 с.
3. Добровольська В. Деякі питання компетенції органів місцевого самоврядування: господарчо-правовий аспект / В. Добровольська // Підприємництво, господарство і право. – 2010. – № 3. – С. 11–14.
4. Єгоров О. М. Ефективне управління містом в умовах соціально орієнтованих ринкових реформ : автореф. дис. ... канд. наук з держ. упр. : 25.00.04 / О. М. Єгоров. – Донецьк, 2001. – 15 с.
5. Осовська Г. В. Основи менеджменту: навч. посібник / Г. В. Осовська, О. А. Осовський – К. : Кондор, 2006. – 664 с.
6. Регіонально-адміністративний менеджмент: навч. посібник О.Ю. Амосов [та ін.] ; за заг. ред. проф. В. В. Мамонової. – Х. : Магістр, 2010. – 188 с.
7. Giloth R. Cooperative Leadership for Community Problem Solving in / R. Giloth, R. Mier // Social Justice and Local Development Policy. Newbury Park CA; Sage. – 1993. – № 5. – P. 165–181.

Отримано 01.11.2013. ХДУХТ, Харків.
© Н.Г. Гвазава, 2013.

УДК 640.432(477)

С.С. Ткачова, канд. екон. наук

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ УКРАЇНИ В СЕГМЕНТІ ШВИДКОГО ХАРЧУВАННЯ

Досліджено сучасний стан та стратегічні зміни в сегменті швидкого харчування; визначено стратегічні перспективи розвитку ресторанного бізнесу України в сегменті швидкого харчування.

Исследованы современное состояние и стратегические изменения в сегменте быстрого питания; определены стратегические перспективы развития ресторанного бизнеса Украины в сегменте быстрого питания.

The current status and strategic changes in the fast food segment are studied; strategic prospects of the restaurant business in Ukraine in the segment of fast food are identified.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Структура ресторанного ринку України на сучасному етапі розвитку

ресторанного бізнесу продовжує формуватись, змінюється кількісний та якісний склад учасників, ринок стає більш консолідованим. Вітчизняні експерти та аналітики констатують нерівномірність розвитку сегментів ресторанного ринку, виділяючи як найбільш динамічний та перспективний сегмент швидкого харчування. Перспективність сегмента пов'язується з низкою таких чинників: 1) ненасиченість ринку класичними фаст-фудами, кафе, кав'ярнями, кондитерськими; 2) недостатньо розвинена культура харчування; 3) перенасиченість зарубіжних ринків ресторанного бізнесу, активні кампанії боротьби з ожирінням, пропагування здорового харчування, що спрямовують стратегічні зусилля міжнародних учасників на недостатньо розвинені ринки швидкого харчування; 4) важливі події світового та європейського рівня, що зумовлюють необхідність в організації харчування масових категорій споживачів, зокрема туристів, уболівальників та ін. [1]; 5) стійкість сегмента до негативного впливу кризових явищ: сегмент характеризувався високими темпами зростання в докризовий період (приблизно 20% на рік), достатньо стійкими позиціями під час кризи, високою швидкістю відновлення темпів зростання – у посткризовий час (у середньому 5...10% на рік). Ураховуючи вищезазначене, дослідження стану та перспектив розвитку ресторанного бізнесу України в сегменті швидкого харчування є актуальним та значущим для науковців та фахівців ресторанного бізнесу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У наукових працях вітчизняних учених А. Аветісової, В. Антонової, Г. П'ятницької, Т. Кононенко, Н. Полстяної та багатьох інших характеризуються різні етапи розвитку ринку ресторанного господарства України в цілому та сегмента швидкого харчування як його важливої складової; аналізуються особливості створення та ефективного функціонування закладів швидкого харчування, які діють автономно або у складі ресторанных мереж. Значний обсяг важливої фактичної інформації щодо стану та перспектив розвитку ресторанного бізнесу України, поданий у багатьох галузевих виданнях, численних публікаціях у мережі Інтернет потребує детального вивчення та систематизації для подальшого врахування під час визначення стратегічних перспектив розвитку сегмента швидкого харчування.

Мета та завдання статті. Метою є визначення стратегічних перспектив розвитку сегмента швидкого харчування України. Досягненню поставленої мети сприятиме аналіз сучасного стану вітчизняного ринку швидкого харчування та можливих стратегічних змін у сегменті швидкого харчування.

Виклад основного матеріалу дослідження. Обсяг споживання послуг швидкого харчування в Україні щороку зростає, у той час як споживчий попит у цьому сегменті задоволений не повною мірою: на 50...60% у столиці, на 25...30% – у регіонах. На сегмент швидкого харчування припадає близько чверті українського ресторанного бізнесу, обсяг якого збільшився з 15,4 млрд грн у 2009 р. до 23,8 млрд грн у 2012 р., що становить майже 3 млрд дол. США [2]. За оцінками експертів, ємність ринку швидкого харчування України зросла у 2009–2011 рр. на 120 млн – з 565 до 685 млн дол. США відповідно. У 2008 р. ємність ринку оцінювалась у 725 млн дол. США [3].

Аналітиками розраховано показник потенціалу розвитку ринку швидкого харчування України з урахуванням динаміки зростання обсягів ринку за попередні періоди до кризи, а також на основі даних про рівень сформованості ринку швидкого харчування в Україні (30...35%). Потенціал розвитку оцінюється в 4,5...5 млрд дол. США, що свідчить про щогочасну ненасиченість ринку і можливість зростання майже в 7 разів [3]. Отриманий аналітиками результат вважаємо оптимістичним, що потребує суттєвого коригування. Більш реальним, на наш погляд, є прогноз служби маркетингу «Макдональдз Юкрейн» щодо збільшення потенційного ринку швидкого харчування в Україні вдвічі [4].

В українському сегменті швидкого харчування в цей час працюють близько 1000 закладів різних форматів. При цьому 80% обігу забезпечують 300 закладів, що належать до 3–4 найбільших компаній [4]. Найбільше зростання кількості закладів та частки ринку за 2009–2011 рр. показав лідер – «Пицца Челентано»; «Макдональдс» і «Пузата Хата» зберегли свої частки ринку [3]. «Пузата Хата» змогла зайняти 3-тє місце, в основному завдяки зниженню кількості закладів ТМ «Картопляна Хата». За оцінками експертів, до мережі національної кухні «Пузата Хата» належить близько 20% ринку фаст-фуду [2]. Як у складному динамічному механізмі, на ринку швидкого харчування постійно відбувається ротація – входження та вихід певних компаній або торговельних марок. Так, із ресторанного ринку Києва вийшли фаст-фуди «Ростикс» (російська франшиза), «Трали-Вали» та ін.; на місці піцерій «МакСмак» у наш час працюють піцерії мережі «Папа Джон»; з'являється багато схожих між собою фаст-фудів, а також відвертих клонів. Порівняння дозволило відзначити, що мережа «МакФокси» працює за концепцією, скопійованою в мережі «Макдональдс», пропонує споживачам аналогічну продукцію за цінами в 1,5...2 рази нижчими, ніж у «Макдональдс» [5]. Необхідно зауважити, що мережі «Burger CLUB» і

«МакФокси» почали працювати під час кризи та за три роки ввійшли до «Топ-10» підприємств сегмента. Завдяки ефективній франчайзинговій політиці мережа «Burger CLUB» зайняла 5-те місце. Провідну десятку операторів швидкого харчування залишили «Мак Смак», «Швидко», «Mister Snack» [3]. Конкуренція в сегменті гостро відчувається лише в Києві та в містах-мільйонниках. Ринки швидкого харчування в регіонах мають низький рівень конкуренції, що дає додаткові шанси для нових учасників. При цьому 20% ринку в містах займають нестационарні заклади швидкого харчування (так звані небрендовані фаст-фуди або вуличний фаст-фуд).

За позицією окремих вітчизняних експертів та рестораторів, вітчизняний споживач усе більше ігнорує продукт класичного фаст-фуду, віддаючи перевагу закладам швидкого харчування з так званим «довгим прилавком» – там, де є можливість самостійно сформувати меню з декількох страв [2]. Інші аналітики вважають, що низьке споживання продукту класичного фаст-фуду – це міф, який вітчизняні ресторатори навмисно розповсюджують серед міжнародних партнерів для того, щоб отримати вигідніші умови співробітництва [4]. Лояльність українських споживачів до продукту класичного фаст-фуду з 1997 р. демонструє мережа «McDonalds», що об'єднує 75 ресторанів у 22 містах України. Заклади мережі відвідують 95 млн споживачів щороку. Мережі, як беззаперечному лідеру сегмента швидкого харчування, належить 40% ринку фаст-фуду України [2]. Ресторан «McDonalds», розташований на Вокзальній площі в Києві, з 2006 р. регулярно входить до п'ятірки ресторанів мережі, які обслуговують найбільшу кількість відвідувачів та, відповідно, формують найбільшу кількість замовлень у світі. Так, у 2010 р. ресторан зайняв 3-тє місце в рейтингу, за результатами 2011 та 2012 – посів 2-ге місце. У 2012 р. було реалізовано 2,5 млн замовлень, що на 90 тис. більше, ніж у 2011 р.; розрив між першим та другим місцями було скорочено на 30% [6].

Заклади швидкого харчування є популярними серед споживачів переважно молодшої (до 25 років) та зрілої (25-45 років) аудиторії. За результатами проведеного дослідження, частота споживання фаст-фуду в 2011 р. дещо змінилась порівняно з 2009 р. Так, збільшилась частка споживачів, які щоденно відвідують заклади швидкого харчування (8%), споживають фаст-фуд декілька разів на тиждень (24%) та 2-3 рази на місяць (41%). Споживачі на ринку демонструють лояльність до певних закладів та брендів. Так, більше 50% віддають перевагу закладам одного бренду [3]. Дослідження з вивчення переваг споживачів свідчать про достатньо широкий перелік вимог до закладів швидкого харчування. Так, за даними опитування [7], для 66%

вітчизняних клієнтів фаст-фудів головне, щоб було смачно, для 30% важливим є місцезнаходження закладу, для 4% важливо, щоб заклад був модним місцем. За даними створеного в Україні інтернет-путівника ресторанами швидкого харчування [8], споживачі визначають лідерів у номінації «Тор-10 Bistro» (з оцінками 4,1 бала – «Бістро Б317», піцерії «Сан-Ремо», «Піт Стоп», «Черрі Піцца», «ДеГусто», їдальня «Велика ложка»); у номінації «10 закладів з найкращим сервісом» (з оцінками 4,0 бала – «Мастер Кук», «Дико вкусно»); у номінації «10 закладів з найкращою атмосферою» (з оцінками 4,2 бала – «ДеГусто», «Сорренто»); у номінації «Тор-10 за запитами» лідерами є «Пузата хата» та «Макдональдс».

Світові фаст-фуди визначають український ринок як потенційно привабливий та ємний. Глобальні гравці ресторанного бізнесу назвали Україну серед пріоритетних країн для відкриття своїх ресторанів ще п'ять років тому [9]. У наш час, уважаючи 2013–2014 рр. періодом політичної стабільності, часом, коли можна розпочинати або розвивати бізнес без високих політичних ризиків, а також урахувавши наявність на українському ринку фаст-фудів вільних ніш (недостатньо закладів рибного та курячого фаст-фуду, снєк-барів, гриль-барів, китайських ресторанів), можливість відкриття фаст-фудів у торговельно-розважальних центрах [7], максимальну активність демонструють міжнародні ресторани мережі фаст-фуду. У 2011 р. про наміри щодо виходу на український ресторанный ринок заявила рекордна кількість міжнародних мереж фаст-фудів та кав'ярень. За даними консалтингової компанії «Украинская торговая гильдия», більше десяти великих зарубіжних мереж здійснювали пошук приміщень для своїх закладів [4], проводили переговори з національними компаніями, вивчали інфраструктуру ринку. Але жодна з міжнародних мереж не встигла увійти в Україну напередодні «Євро-2012». У багатьох випадках не вдалось домовитись про прийнятні умови співробітництва. Мережі швидкого харчування США та Фінляндії вже розпочали вихід на український ринок швидкого харчування або є максимально готовими до такого кроку (табл.).

Наведена в таблиці інформація свідчить про багаторічний досвід, значні масштаби роботи ресторанних мереж у різних країнах на ринках, що знаходяться на різних етапах життєвого циклу, сформованих під впливом різних чинників зовнішнього середовища. Необхідно відзначити, що більшість вищевказаних мереж успішно працює на ресторанному ринку Росії, але, на відміну від України, здійснювали його освоєння поступово [1]. Міжнародні ресторани мережі планують реалізувати на українському ринку швидкого

харчування стратегії інтенсивного зростання. Так, компанія «Домінос Пицца Юкрейн», яка займається розвитком мережі «Domino's Pizza», протягом найближчих п'яти років (починаючи з 2011 р.) планує відкрити в Україні 50 закладів цього бренду [10]. Ресторанна мережа «KFC» протягом найближчих п'яти років планує відкрити 10 ресторанів у Києві та регіонах України [11]. Мережа «Church's Chicken» з брендом «Texas Chicken» в Україні з 2014 р. планує займатись освоєнням ринків міст-мільйонників та має наміри за п'ять років сформувати в Україні мережу з 50 закладів. Проблеми виходу на ринок мережі «Burger King» пов'язані зі стратегічними намірами щодо відкриття 100 закладів упродовж найближчих декількох років роботи. Українські партнери поки що не змогли гарантувати такі високі темпи розвитку [4].

Таблиця – Міжнародні ресторани мережі

Назва мережі	Країна заснування	Рік заснування	Кількість країн, в яких працює мережа	Кількість закладів у складі мережі, одиниць	Кількість закладів мережі в Україні (план, одиниць)
Subway	США	1965	100	38541	н/і
KFC	США	1930	120	18000	10
Sturbucks	США	1971	60	18066	н/і
Burger King	США	1953	76	12997	100
Dunkin Donuts	США	1950	32	10479	н/і
Church's Chicken	США	1952	22	1700	50
Hesburger	Фінляндія	1980	5	280	н/і
Papa John's	США	1985	33	4000	5-7
Примітка. Складено автором за даними [1-12].					

Висновки. Таким чином, стратегічні перспективи розвитку ресторанного бізнесу України в сегменті швидкого харчування пов'язані з початком активного функціонування та інтенсивного розвитку міжнародних рестораних мереж. У сегменті швидкого харчування активно формуватиметься франчайзингова модель ринку,

ефективна реалізація якої можлива за умов стабільної економіки, прогнозованого та прозорого законодавства. У цей час франчайзинговий бізнес в Україні регулюється Громадянським та Господарським кодексами. Прийняття Закону України «Про франчайзинг» значно прискорить формування нової моделі ринку. Франчайзингова модель забезпечить ефективну співпрацю національних та міжнародних компаній. Так, є відомими плани спільного відкриття закладів швидкого харчування «KFC» з ТОВ «Глобальная ресторанная группа-Украина» (м. Київ); також є домовленості з компанією «Хеппик», до складу якої входить мережа ресторанів «Мафіа» [11]; прогнозується зростання інвестицій в економіку України. Обсяг інвестицій «McDonalds» у розвиток мережі в Україні за 15 років становив 220 млн дол. США [2]; компанія «Yum! Restaurants International» заявила про плани інвестувати в розвиток мережі ресторанів швидкого харчування «KFC» у Росії та країнах СНД 50 млн дол. США щороку [12]. Передбачається розвиток системи постачання – більшу частину продуктів для міжнародних мереж поставлятимуть українські підрядники. Так, у цей час у меню мереж «KFC» та «Church's Chicken» близько 40% української продукції; у мережі «Макдональдс» – до 60%. Освоєння нових стандартів діяльності, обов'язкове навчання та стажування за кордоном у закладах мережі дозволить значно підвищити рівень компетенцій вітчизняних фахівців; сприятиме формуванню якісно нового ресторанного продукту. Вітчизняні споживачі зможуть ознайомитись із ресторанним продуктом та оцінити міжнародні стандарти обслуговування.

Результати наукової роботи планується використати для розробки стратегії розвитку ресторанного бізнесу України в сегменті швидкого харчування.

Список літератури

1. Международные ресторанные сети наступают на Россию [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <<http://www.ars-t.ru/2012/10/11/mezhdunarodnye-restorannye-seti-nastupajut-na-rossiju.html>>.

2. Корреспондент: Закинули сети. Украинский рынок фаст-фуда пополнится несколькими известными мировыми брендами [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <<http://korrespondent.net/lifestyle/fooddrinks/1529672-korrespondent-zakinuli-seti-ukrainskij-rynok-fastfuda-popolnitsya-neskol-kimi-izvestnymi-mirovymi-b>>.

3. Фаст-фуд по-украински: тренды развития отрасли [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <<http://ubr.ua/market/industrial/ast-fud-po-ukrainski-trendy-razvitiia-otrasli-222008>>.

4. Международные ресторанные сети не успеют выйти на рынок Украины до Евро-2012 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <<http://allretail.ua/topics/29965/>>.

5. МакФокси vs МакДональдз: сравниваем фаст-фуды [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <<http://www.restoran.ua/kyev/text/obzor/mc-foxy/>>.

6. Киевский "МакДональдс" стал 2-ым по популярности в мире [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <<http://mirkvartir.ua/news/2/26841-kyevskij-makdonalds-stal-2-ym-po-populyarnosti-v-mire.html>>.

7. Сети быстрого питания: фаст-фуд, стрит-фуд или как вкусно и быстро заработать на общепите [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <intercredit.com.ua>.

8. Украинские рестораны быстрого питания [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <<http://bistro.com.ua>>.

9. В Украине станет на один фаст-фуд больше [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <<http://finance.bigmir.net/news/economics/29950-V-Ukraine-stanet-na-odin-fastfud-bol-she>>.

10. Открыта новая пиццерия Domino's Pizza в Киеве [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <<http://commercialproperty.ua/news/archive/detail.php?ID=44707&year=2011&month=4&top=1>>.

11. Глобальная ресторанный группа [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <<http://anyfoodanyfeed.com/ru/news/id/38407>>.

12. Сеть фаст-фудов KFC объявила о планах расширения деятельности в СНГ [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <<http://www.profi-forex.org/novosti-mira/entry1008175293.html>>.

Отримано 01.11.2013. ХДУХТ, Харків.

© С.С. Ткачова, 2013.

УДК 612.001.18:796.011.1

П.В. Волошин, канд. техн. наук, доц. (ХГУПТ, Харьков)

А.П. Старченко, директор ООО «НВП «Криотехмед» (Харьков)

Ю.А. Домбровская, специалист по финансовому анализу (Иркутск)

ОБОСНОВАНИЕ И ФОРСАЙТ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ВОЗДУШНОЙ КРИОТЕРАПИИ В РЕАБИЛИТАЦИОННО- КУРОРТНОЙ СФЕРЕ И ГОСТИНИЧНОМ ХОЗЯЙСТВЕ

Проведено исследование эффективности внедрения воздушной криотерапии для расширения перечня услуг оздоровительных и гостинично-курортных заведений. Выполнено форсайтное исследование по прогнозированию развития рынка немедицинских реабилитационных и оздоровительных услуг. Показана эффективность широкого внедрения воздушных криотренажеров для сферы оздоровительных технологий, в оздоровительных услугах гостиничного и курортного хозяйства.