

7. Скляр В., Вадакарія М. Інноваційні формати підприємств ресторанного господарства: сучасний стан та перспективи в Україні. *Управління розвитком сфери гостинності: регіональний аспект*: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. Чернівці: Технодрук, 2022. С. 227-232.
8. Завадинська О.Ю., Кінчур А.А., Деревицький Є.В. Сучасні тенденції впровадження інноваційних форм обслуговування в закладах ресторанного господарства. *Підприємництво і торгівля*. 2019. № 25. С. 54-59.

Коломієць Д. В.

Одеський національний економічний університет
м. Одеса, Україна

*Науковий керівник – ст. викладач кафедри
туристичного та готельно-ресторанного бізнесу*

Павлоцький В. Я.

СПЕЦИФІКА ФУНКЦІОНУВАННЯ РИНКУ РЕСТОРАННИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ ТА ВОЛИНСЬКОЇ ОБЛАСТІ

В останній час, незважаючи на вплив різноманітних кризових явищ, ринок ресторанних послуг в Україні активно розвивався, перетворившись на вид туристичної діяльності, що розвивається найбільш стрімко.

Особливістю функціонування ресторанного господарства в його економічному та соціальному прояві є забезпечення якості життя населення шляхом задоволення фізіологічних потреб. Динамічний розвиток цієї галузі зумовлює появу підприємств ресторанного господарства різних типів і цінкових категорій, що дає можливість споживачам вибрати той вид підприємства, який найбільше їм підходить за всіма критеріями.

Основним вектором розвитку інновацій в ресторанному бізнесі є нововведення в технології виробництва продукції, до яких відносять виробництво та реалізацію нових видів продукції, зміни в їх біохімічному складі, застосування нового автоматизованого обладнання, нових способів обробки продукції, які приведуть до можливості скорочення часу виробництва

продукції, і як наслідок сприятимуть підвищенню економічної ефективності діяльності закладу ресторанного господарства.

До початку пандемії COVID – 19, кількість підприємств ресторанного бізнесу в Україні щороку зростала. Створювалися ресторани, які пропонують не тільки послуги із задоволення потреб споживачів у харчуванні, а й такі, які надають споживачам додаткові можливості у вигляді розваг та корисного проведення часу. У період помітного скорочення попиту, спричиненого збройною агресією проти України та пов'язаною з нею фінансовою кризою, споживачі стають дедалі вибагливішими, а велика кількість закладів ресторанного господарства спричинює жорстку конкуренцію між ними. У завдання адміністрації кожного ресторанного підприємства входить підвищення конкурентоспроможності, шляхом аналізу ефективності підприємства, оцінки якості надання послуг, введення нових методів та стратегій ринкового просування. Ефективність діяльності будь-якого підприємства ресторанного господарства залежить від багатьох факторів, до яких можна віднести конкурентне позиціонування, специфіку та технологію створення бренду ресторану, що забезпечують високу лояльність споживачів, визначення чітких стратегічних перспектив розвитку діяльності, проведення оптимальної фінансової та маркетингової політики [1].

У теперішній час можна прослідити існування різноманітних концепцій організації ресторанного бізнесу на локальному ринку, що створює конкурентне середовище, яке сприяє підвищенню рівня якості, залученню більшої кількості споживачів і, як результат, збільшенню прибутку.

В останні десятиліття у розвитку закладів ресторанного господарства окреслилися такі специфічні риси функціонування:

- формування нових напрямів сучасної кулінарії;
- поглиблення спеціалізації ресторанів;
- створення міжнародних ресторанних ланцюгів;
- удосконалення форм праці та впровадження досягнень науково-технічного прогресу [2, с. 126].

Розвиток сфери ресторанного господарства у найближчій перспективі матиме важливе значення для посилення туристичної атрактивності Волинської області. Волинь – це край з унікальною природою, цілющим мікрокліматом, самобутнім народним мистецтвом та великою історико-культурною спадщиною. Завдяки наявності природних рекреаційних ресурсів, які зазнають відносно незначного антропогенного впливу та мають добре збережений рекреаційний потенціал, область відноситься до числа найбільш перспективних регіонів України для розвитку туризму.

Туристична інфраструктура на території Волинської області нараховує близько 112 засобів тимчасового розміщення (у тому числі заклади відпочинку та оздоровлення), 1012 закладів ресторанного господарства, 103 об'єкти туристичної діяльності, 422 відділення та відділення банківських установ, 544 банкомати, 1276 закладів відпочинку та розваг, 3357 спортивних комплексів, 144 АЗС. Слід зазначити, що обсяг послуг, які вони надають, за останні роки зріс за рахунок підвищення ефективності діяльності компаній галузі збільшилися обсяги наданих послуг.

Ситуація на споживчому ринку є одним із важливих індикаторів економічного розвитку області. Мережа закладів ресторанного господарства області (без врахування бізнесів фізичних осіб-підприємців) складає 1012 закладів на 66107 посадочних місць. Майже 70 відсотків закладів ресторанного господарства становлять їдальні та об'єкти постачання їжі. На початок 2022 року діяло також 166 кафе, 69 барів та 44 ресторани [3, с. 25]. Найбільшою кількістю закладів характеризуються Луцький, Горохівський та Іваничівський райони.

Отже, подальший розвиток ресторанного господарства як в країні в цілому, так і в окремих регіонах, потребує підвищення конкурентоспроможності ресторанних послуг. Оскільки неможливо створити єдину для всіх ресторанних підприємств універсальну пропозицію, яка б забезпечила гарантований успіх, необхідно заздалегідь досліджувати специфіку функціонування локальних ресторанних ринків. Такий аналіз, зокрема у

Волинській області, має ґрунтуватись на опрацюванні статистичних даних роботи закладів ресторанного господарства, враховувати споживчі звички місцевого населення та динаміку його доходів та витрат.

Список використаних джерел:

1. Ресторанне господарство під впливом продовження інфляції 2017 р. URL: <http://www.franchising.org.ua>.
2. Яшина О.В. Особливості розвитку ресторанного господарства в Україні. *Вісник КНТЕУ*. 2017. № 4. С. 124-141.
3. Стратегії розвитку Волинської області на період до 2020 року. 2015. С. 25-114.

Круглова А. С.

Одеський національний економічний університет
м. Одеса, Україна

*Науковий керівник – к.е.н., доцент кафедри
туристичного та готельно-ресторанного бізнесу*

Нєчева Н. В.

РОЗВИТОК ФРАНЧАЙЗИНГОВИХ ВІДНОСИН В ТУРИСТИЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

На сьогоднішній день дуже важко вести бізнес діяльність без допомоги бізнес партнерів, або самостійно, велика кількість конкурентів на ринку, геополітичні обставини, хвора конкуренція, ковід, війна та всі інші фактори, які затрудняють ведіння бізнесу. У цей час в самому бізнесу є таке поняття як франчайзинг, своїми словами - це дозвіл компанії більшого розміру, надавання компанії меншого розміру імені, бренду, внутрішніх засобів ведення бізнесу, допомоги як партнеру тощо. Заздалегідь франчайзинг це і є партнерство, котре дає ім'я, та вирощує компанію меншого розміру, до розміру франчайзера. Франчайзинг (franchise — пільга, привілей) — це форма співпраці між юридично та фінансово незалежними сторонами (компаніями та/або фізичними особами), в рамках якої одна сторона, що володіє успішним бізнесом, репутацією та іншими нематеріальними активами, дозволяє іншій стороні користуватися цією системою на певних умовах.