

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра Готельноресторанного та туристичного бізнесу

Допущено до захисту

в.о. завідувачки кафедри

Кунділовська Т.А.

“ ____ ” _____ 2025 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття освітнього ступеня бакалавра

зі спеціальності 241 «Готельноресторанна справа»

за освітньою програмою

«Економіка та організація готельно-ресторанної справи»

за темою:

***«Перспективи розвитку ринку ресторанних послуг в умовах
відновлення туристичної мобільності в DESTINATION
України (на прикладі Одеського регіону)»***

Виконавець

студент IV курсу ФМЕ, гр. 40

Гуцало Максим Сергійович

Науковий керівник

к.е.н, доцент Михайлюк О.Л.

Одеса 2025

ЗМІСТ

	стор.
ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА.....	6
1.1. Характеристика основних понять і визначень сфери ресторанного господарства	6
1.2. Особливості туристичної мобільності в DESTINATIONA UKRAINI y BOENHII PERIOD	13
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ДОСВІДУ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА	18
2.1. Сучасний стан і перспективи розвитку сфери ресторанних послуг y CVITI.....	18
2.2. Аналіз нових тенденцій y ресторанному бізнесі	23
2.3. Аналіз розвитку національного ринку ресторанного бізнесу. ...	33
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ РИНКУ РЕСТОРАННИХ ПОСЛУГ В УМОВАХ ВІДНОВЛЕННЯ ТУРИСТИЧНОЇ МОБІЛЬНОСТІ	40
3.1. Специфіка розвитку ресторанних послуг в Одеському регіоні під час війни 2014-2025 років.....	40
3.2. Напрямки розвитку ринку ресторанних послуг в умовах відновлення туристичної мобільності	50
ВИСНОВКИ.....	65
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	68
ДОДАТОК А	73

ВСТУП

Актуальність теми. Обсяг світового ринку ресторанів із повним набором послуг у 2024 році становив 494,02 мільярда доларів США, а до 2033 року прогнозується, що ринок досягне 634,71 мільярда, демонструючи CAGR 3,2% протягом прогнозованого періоду.

Будь-який бізнес, який готує та подає їжу на вулиці для споживання на місці або доставки на винос, називається закладом із повним набором послуг.

Завдяки широкому вибору меню, невимушеній обстановці та уважному обслуговуванню популярність ресторанів із повним набором послуг зростає. У результаті урбанізації стає все більше людей, які шукають швидких і зручних варіантів їжі. Ресторани з повним набором послуг дають клієнтам спокійний обід, який дає їм змогу відпочити від напруженого життя. Протягом прогнозованого періоду саме ці елементи стимулюють широке впровадження ресторанів із повним набором послуг.

Близько 80% підприємств і робочої сили сектору розміщення та харчування було зареєстровано у підсекторі продуктів харчування та напоїв, який включає традиційні ресторани, ресторани швидкого харчування або ресторани з виносом, кафетерії, мобільні фуд-траки, послуги громадського харчування, а також бари, кав'ярні та мобільних постачальників напоїв.

Очікується, що нові види подорожей зростуть у популярності протягом прогнозованого періоду. Мандрівники зазвичай бажають почуватися як вдома, і готелям та ресторанам доведеться знайти способи покращити досвід клієнтів, пропонуючи комфортне середовище.

Мета – дослідження перспектив розвитку ринку ресторанних послуг в умовах відновлення туристичної мобільності в DESTИНАЦІЯХ України.

Поставлена мета обумовила необхідність вирішення низки взаємопов'язаних **завдань**, серед яких основними є:

- дослідити основні поняття і визначення сфери ресторанного господарства;

- оцінити особливості туристичної мобільності в DESTИНАЦІЯХ України у воєнний період;
- проаналізувати сучасний стан і перспективи розвитку сфери ресторанних послуг у світі;
- дослідити нові тенденції у ресторанному бізнесі;
- проаналізувати особливості розвитку національного ринку ресторанного бізнесу;
- виявити специфіку розвитку ресторанних послуг в Одеському регіоні під час війни 2014-2025 років;
- запропонувати напрямки розвитку ринку ресторанних послуг в умовах відновлення туристичної мобільності.

Об'єкт дослідження – ресторанний бізнес світу, України і Одеського регіону.

Предмет дослідження – теоретичні і практичні аспекти розвитку ресторанного бізнесу світу, України і Одеського регіону.

Питання розвитку ресторанного бізнесу у світі та Україні описуються у працях Гапоненко Г.І. [8], Малюги Л. [16] особливості розвитку ресторанного бізнесу регіону досліджуються у працях Бедрадіної Г.К. [4, 5], Єгупової І. М. [13], Михайлюк О.Л. [17].

Практичне значення кваліфікаційної роботи полягає у наступному:

- досліджено основні поняття і визначення сфери ресторанного господарства;
- оцінено особливості туристичної мобільності в DESTИНАЦІЯХ України у воєнний період;
- проаналізовано сучасний стан і перспективи розвитку сфери ресторанних послуг у світі;
- досліджено нові тенденції у ресторанному бізнесі;
- проаналізовано особливості розвитку національного ринку ресторанного бізнесу;

- виявлено специфіку розвитку ресторанних послуг в Одеському регіоні під час війни 2014-2025 років;

- запропоновано напрямки розвитку ринку ресторанних послуг в умовах відновлення туристичної мобільності.

Методи дослідження: аналогії; порівняльного аналізу (порівняння відгуків на діяльність різних ресторанів регіону), історичного, статистичного аналізу - для аналізу розвитку ресторанного бізнесу; предметного моделювання, метод аналіз-синтез, системно-структурний – для систематизації основних понять.

Інформаційна база дослідження. Дослідження по темі кваліфікаційної роботи проводилися за допомогою аналізу законодавчих актів; ДСТУ; літературних джерел, матеріалів офіційних сайтів об'єктів ресторанного бізнесу; сайту Державної служби статистики України.

Структура та обсяг роботи. Робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел. Загальний обсяг кваліфікаційної роботи становить 73 сторінки. Робота містить 26 таблиць, 8 малюнок, додаток 1. Список використаних джерел включає 57 найменувань.

Публікації за темою дослідження.

1. Гуцало М.С. НОВІ ТЕНДЕНЦІЇ У РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ УКРАЇНИ. Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України: матеріали V Міжнародної науково1практичної конференції здобувачів вищої освіти (м. Одеса, 9 квітня 2025 р.) / Одеський національний економічний університет. Одеса: ОНЕУ, 2025. 272 с. (С. 70-74).

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

1.1. Характеристика основних понять і визначень сфери ресторанного господарства

За своєю суттю ресторанне обслуговування полягає в тому, щоб забезпечити клієнту задоволення від обіду. З моменту, як клієнти заходять у ресторан і до моменту, коли виходять, мета полягає в тому, щоб вони почувалися комфортно.

Це вимагає високого рівня уваги до деталей, ефективної комунікації та відданості наданню виняткового рівня обслуговування. Незалежно від того, чи це вишуканий ресторан, чи звичайний, у центрі уваги завжди стоїть смак клієнта.

Ключовим показником ефективності для вимірювання обслуговування ресторану є задоволеність клієнтів. З іншого боку, такі аспекти, як якість їжі, атмосфера ресторану, а також професіоналізм і доброзичливість персоналу, є факторами, які сприяють загальному досвіду харчування.

Ресторанне обслуговування – це серія компонентів, які працюють разом, щоб надати клієнтам приємні враження від вечері, сніданку або обіду. Ці компоненти можна розділити на п'ять основних категорій:

- обслуговування клієнтів;
- управління замовленнями;
- послуги щодо харчування та напоїв;
- обробка платежів;
- розгляд скарг.

Оскільки виконується так багато процесів, ресторанный послуги передбачають різні ролі в ресторані. Ці ролі включають доброзичливого офіціанта, привітного господаря, вмілих шеф-кухаря

та бармена і навіть дбайливого менеджера, які тісно співпрацюють, щоб забезпечити незабутні та приємні враження для усіх клієнтів.

Говорячи про те, що таке ресторанне обслуговування, ми не можемо залишити поза увагою види обслуговування. Залежно від ресторану клієнти можуть зіткнутися з різними стилями обслуговування. Кожен тип послуг має свої переваги, і вибір правильного може покращити загальне враження від закладу.

1. Обслуговування столика. Обслуговування столиків – поширений вид ресторанного обслуговування в усьому світі. При цьому виді обслуговування клієнтів розсаджують за столики, де їх обслуговують офіціант або офіціантка. Вони приймають замовлення клієнтів, приносять їжу та допомагають під час їжі. Цей тип послуг часто використовується у висококласних ресторанах.

2. Служба зустрічі клієнта. У ресторанах, які працюють за стійкою, зазвичай є невелике меню готових страв, таких як бутерброди, салати та кава, які замовляють і оплачують за стійкою. Потім клієнти можуть принести їжу до столу або поїсти на ходу. Ресторани, працюють швидко та зручно, зосереджуючись на ефективності.

3. Самообслуговування. У ресторанах самообслуговування клієнти замовляють і оплачують їжу на прилавку та обслуговують себе. Такий вид обслуговування поширений у ресторанах швидкого харчування, кафетеріях і деяких кав'ярнях. Самообслуговування дозволяє клієнтам краще контролювати свій обід.

4. Шведський стіл. Ресторани зі шведським столом пропонують їжу за системою самообслуговування, де клієнти самі обирають різноманітні страви, виставлені на столі чи прилавку. Ціни часто базуються на фіксованій ціні, а не за блюдо, і клієнти зазвичай можуть повернутися за додатковими порціями. Багато підприємств індустрії

гостинності користуються цією послугою, включаючи готелі та ресторани.

5. All-You-Can-Eat. Подібно до обслуговування шведського столу, обслуговування «все, що ти можеш з'їсти» дозволяє клієнтам повертатися за додатковими порціями та споживати стільки їжі, скільки їм подобається. Їх відмінність полягає в тому, що у ресторанах, де можна їсти все, що можна з'їсти, клієнти замовляють їжу з меню або обирають продукти з обмеженого асортименту [7].

Розмір, характер і якість цих закладів можуть значно відрізнятись від всесвітньо відомих мереж готелів, приватних ресторанів. Стилі обслуговування будуть залежати від цільового клієнта і можуть варіюватися від простих операцій самообслуговування до складних стилів обслуговування, коли страви можна приготувати за столом гостей. У більш складній формі подачу їжі та напоїв можна порівняти з формою театру.

Ресторан - це заклад ресторанного господарства з різноманітним асортиментом продукції власного виробництва і закупних товарів, високим рівнем обслуговування та комфорту в поєднанні з організацією відпочинку і дозвілля споживачів.

Ресторанне господарство – вид економічної діяльності суб'єктів господарської діяльності щодо надання послуг для задоволення потреб споживачів у харчуванні з організуванням дозвілля або без нього.

Заклад ресторанного господарства – організаційно-структурна одиниця у сфері ресторанного господарства, яка здійснює виробничо-торговельну діяльність: виробляє і (або) доготовляє, продає і організовує споживання продукції власного виробництва і закупних товарів, може організовувати дозвілля споживачів.

З глобалізацією гастрономії, розширенням туристичних і бізнес-мандрівок, а також міжнародною мобільністю людей персонал індустрії гостинності насолоджується швидким розширенням можливостей і викликів. культури, тенденції та середовища і працювати з ними. Тому різноманітність

навичок, пов'язаних із ресторанним обслуговуванням, ймовірно, буде розширюватися.

Прикладом можуть слугувати професійні стандарти WorldSkills (WSOS).

WSOS визначає знання, розуміння, навички та можливості, які лежать в основі найкращої міжнародної практики технічної та професійної ефективності. Вони як специфічні для професійної ролі, так і загальні. Разом вони повинні відображати спільне глобальне розуміння того, що пов'язана робоча роль(и) або професія(и) представляють для промисловості та бізнесу.

Стандарт поділено на окремі розділи з доданими заголовками та номерами посилань. Кожному розділу призначається відсоток від загальної кількості балів, щоб вказати його відносну важливість у рамках Стандартів. Це часто називають «зважуванням». Сума усіх відсоткових балів дорівнює 100. Вагові коефіцієнти визначають розподіл балів у Схемі оцінювання (табл. 1.1).

Таблиця 1.1

Професійні стандарти WorldSkills (WSOS)

№	Розділ	Відносна важливість (%)
1	Організація праці та (само)менеджмент <i>Особа повинна знати і розуміти:</i> Організацію та структуру індустрії гостинності та ресторанного обслуговування Різні типи закладів обслуговування їжі та напоїв і стилі обслуговування їжі та напоїв Важливість атмосфери ресторану для загального враження від їжі Цільові ринки для різних типів стилів харчування Ділові та фінансові вимоги при управлінні закладом громадського харчування Відповідні законодавчі та нормативні вимоги, включаючи здоров'я, безпеку та навколишнє середовище, поводження з харчовими продуктами та гігієну, а також продаж і обслуговування алкогольних напоїв Питання, пов'язані з екологічністю та етикою страв, які подаються Вплив культури, релігії, алергії, непереносимості та традицій на дієту та приготування продуктів, що подаються Етика, пов'язана з індустрією громадського харчування Вимога бути уважним до деталей і ретельно виконувати робочі завдання Дизайн і оформлення ресторану Стійкі процеси контролю споживання енергії, харчових відходів, багаторазової упаковки та екологічно чистих засобів для чищення	10

	Важливість використання місцевих і сезонних інгредієнтів Використання цифрового дизайну та процесів як фактор стійкої практики <i>Особа повинна вміти:</i> Представити себе гостям професійно Продемонструвати особисті якості, включаючи особисту гігієну, розумний і професійний зовнішній вигляд, поведінку та манеру поведінки	
2	Навички спілкування та міжособистісні навички <i>Особа повинна знати і розуміти:</i> Важливість загального досвіду їжі Важливість ефективної комунікації та навичок міжособистісного спілкування під час роботи з клієнтами та колегами Перевага другої мови в роботі з міжнародними клієнтами <i>Особа повинна вміти:</i> Привітати та посадити гостей відповідно до зон обслуговування Надавати відповідні поради та вказівки гостям щодо вибору меню на основі глибоких знань Пред'являти рахунки, займатися платежами	14
3	Гігієна харчових продуктів і здоров'я, безпека та навколишнє середовище <i>Особа повинна знати і розуміти:</i> Законодавство та належну практику щодо обробки, зберігання, приготування та обслуговування харчових продуктів і напоїв Законодавство та належну практику щодо безпечної роботи в ресторанному середовищі та використання спеціалізованого обладнання для ресторанного обслуговування Безпечне використання ножа та спеціалізованого обладнання в передових техніках обслуговування <i>Особа повинна вміти:</i> Працювати гігієнічно та практикувати гігієнічні процедури в усіх видах обслуговування Підтримувати чистоту, охайність, місць зберігання та сміття Практикувати безпеку харчових продуктів під час приготування їжі та обслуговування (застосовуються принципи HACCP) Зберігати усі харчові продукти в упаковці, закриті, марковані та датовані Зберігати усі непродовольчі товари, інструменти та обладнання безпечно та гігієнічно	9
4	Підготовка до служби (mise en place) <i>Особа повинна знати і розуміти:</i> Асортимент стандартних ресторанних матеріалів та обладнання, включаючи: - столові прибори - посуд - скляний посуд - білизну - меблі Призначення спеціалізованого обладнання, що використовується в ресторанному обслуговуванні. Важливість презентації та зовнішнього вигляду для ресторанів Фактори, які сприяють створенню правильної обстановки та атмосфери для вечері <i>Особа повинна вміти:</i> Приготувати столове наповнення та прикраси Підготувати ресторани до різних стилів обслуговування, включаючи сніданок, обід, післяобідній чай, вечерю, повсякденне обслуговування, обслуговування	9

	по меню, бар, банкетне обслуговування та вишукані страви Організувати та підготувати різноманітні допоміжні зони, наприклад серванти, кімнати для настільних речей, а також очікувані гарніри та приправи для пунктів меню	
5	Харчування <i>Особа повинна знати і розуміти:</i> Історію громадського харчування та передові технології обслуговування Національні та міжнародні стилі та методи обслуговування страв та напоїв Коли і за яких обставин використовуватимуться різноманітні методи обслуговування їжі Інгредієнти, спосіб приготування, подача та обслуговування всіх страв у меню, достатні для консультування гостей Сучасні та майбутні тенденції ресторанного обслуговування Різнорманітність вузькоспеціалізованих та інтернаціональних кухонь і їхні стилі ресторанного обслуговування <i>Особа повинна вміти:</i> Керувати циклом обслуговування для різних стилів обслуговування Використовувати спеціальне обладнання правильно та безпечно Професійно та якісно подавати страви для різних стилів обслуговування: - пластирований сервіс; - срібний сервіз/французький сервіз; - сервіс Герідон. Готувати, порціонувати та подавати спеціалізовані страви від Gueridons, зокрема: - складання посуду; - розрізання м'яса, птиці та дикого м'яса; - філетування риби; - підготовка та нарізка фруктів; - використання спецій при приготуванні страв; - подача різних сирів; - приготування салатів і салатних заправок; - страви фламбовані (м'ясо, десерти, морепродукти, фрукти); - приготування основних страв, закусок, десертів.	28
6	Обслуговування коктейлів і напоїв <i>Особа повинна знати і розуміти:</i> Асортимент напоїв, які можна приготувати та подати у ресторані чи іншому закладі Як правильно та безпечно користуватися спеціальним обладнанням Асортимент скляного посуду, в якому можна подавати напої Асортимент фарфорового та скляного посуду, в якому можна подавати напої Асортимент фарфорового, срібного та скляного посуду, який можна використовувати, наприклад, ложки, ситечка, щипці тощо. Визнані супроводи до напоїв Тенденції та моди в продажі та обслуговуванні напоїв Асортимент екологічно чистих напоїв доступний для гостей Прийоми та стилі подачі напоїв Назви та правила: наливки та лікери, пиво, сироп, соки, воду Асортимент алкогольних і безалкогольних напоїв, які можуть бути подані в ресторані Вимоги законодавства щодо продажу та обслуговування алкогольних напоїв Способи подачі напоїв у різних сценаріях Асортимент коктейлів, їх інгредієнти, способи приготування та подачі	14

	Дотримується етичної та моральної відповідальності щодо продажу та обслуговування алкогольних напоїв <i>Особа повинна вміти:</i> Подавати різні види напоїв Готувати та подавати напої за допомогою низки спеціалізованих машин: блендерів, соковижималок, льодогенераторів, систем газування напоїв тощо. Використовувати спеціальне обладнання для подачі напоїв (ніж для сомельє, відкривачка, ситечко, відсадки тощо) Створювати власні спеціальні напої з прийнятним асортиментом вибору Готувати та подавати різноманітні холодні напої Готувати коктейлі Готувати гарнірні коктейлі Подавати напої, пиво, лікери, спиртні напої, коктейлі, воду Дотримуйтесь правильних процедур для відкриття напоїв	
7	Винний сервіз Особа повинна знати і розуміти: Процес виготовлення вина. Деталі різних вин, включаючи: - сорт винограду; - виробництво; - країна та регіон походження; - урожай; - характеристики; - відповідність їжі та вина; - як зберігається вино; - спосіб підготовки вина до подачі; - підбір скляного посуду та обладнання, яке використовується при подачі вина; - способи подачі різних вин; - тип вина, пов'язаний із кольором, і відповідний келих для вина, який використовується для їх обслуговування; - концепція «зелених» і «сталених» вин; - використання вина як гарніру до їжі. <i>Особа повинна вміти:</i> Надати обґрунтовану пораду гостю щодо вибору вина Визначити асортимент вин за ароматом, смаком і зовнішнім виглядом Вибрати і поставити на стіл відповідний скляний посуд до обраного вина Відкрити вино за столом, використовуючи прийнятне обладнання. Відкрити вино з традиційною пробкою, пробкою для шампанського або гвинтовою кришкою Декантувати або аерувати вино, якщо це необхідно Пропонувати вино на дегустацію Розливати вино за столом, дотримуючись застільного етикету Подавати вина при їх оптимальній температурі	9
8	Подача гарячих напоїв <i>Особа повинна знати і розуміти:</i> Процес приготування кави та інших гарячих напоїв Цінність використання екологічно чистого чаю та кавових продуктів Деталі різноманітної кави, включаючи: - зерна; - виробництво; - країна та регіон походження;	7

- характеристики. - Спеціалізовані кавові машини для бариста та інше обладнання (наприклад, Aero Press) - Приготування та обслуговування різних стилів кави бариста - Техніка роботи з молочними продуктами - Підбір скляного посуду та обладнання, що використовується в кавоварці - Класичні види кави - Помел кави - Різні деталі чаю та трав'яних настоїв: - чай Tisane, чорний, трав'яний, зелений тощо; - бульбашковий чай; - подача чаю. <i>Особа повинна вміти:</i> - Подавати та очищати різні види напоїв - Готувати та подавати напої за допомогою різноманітних спеціалізованих машин: чайників, кавомашин, бойлерів, льодогенераторів, млинків та іншого обладнання, пов'язаного з приготуванням та обслуговуванням гарячих напоїв - Готування та подавати гарячі напої - Дотримуйтесь рецептів класичних гарячих напоїв - Готувати різноманітні міжнародні фірмові кави та інші гарячі напої - Створювати фірмові гарячі напої на власний вибір	
Всього	100

Джерело: [21]

Ці стандарти можуть стати у нагоді й одеським рестораторам, що значно підвищить загальну культуру обслуговування клієнтів.

1.2. Особливості туристичної мобільності в DESTINATIONA УкраїнИ у воєнний період

Головними проблемами туристичної сфери України у воєнний період є:

- руйнування й окупація туристичної інфраструктури;
- відтік професійних кадрів за кордон;
- втрата клієнтів через масовий виїзд українців за кордон;
- збільшення інфляції, що призвело до зниження купівельної

спроможності населення.

Дослідження ВТО свідчить: сучасні туристи потребують нових неповторних вражень, тому все частіше прямують до не дуже відомих місць. Тож, протягом наступних років тури в невеликі, але цікаві міста та села будуть популярними, що дозволить просувати маловідомі напрямки, допоможе оживити місцеву економіку й зберегти традиції.

Опитування показало, що 54% респондентів надають перевагу міському туризму та пішим прогулянкам. Екскурсії до історичних пам'яток і музеїв обирають 28% українців, відпочинок на пляжі - 23%, подієвий туризм - 23%, гастрономічну подорож - 22%. Активний відпочинок до душі 16%, екотуризм - 11%, рекреаційний - 9% опитаних.

Згідно з дослідженням, з часу повномасштабного вторгнення – 24 лютого 2022 року, понад 45% опитаних українців подорожували країною з туристичною метою.

Більшість опитаних – 56% – заявили, що вибір сезону для подорожей залежить насамперед від часу відпустки чи канікул. 22% відповіли, що на вибір впливає ціна, погодні умови мають значення для 22% опитаних (рис. 1.1).



Рис. 1.1. Ставлення українців до подорожей під час воєнного стану
Джерело: [40]

За останні півтора року 26% опитаних мандрували регіонами країни 1-2 рази, 12% – 3-5 разів. Понад 5 разів подорожували Україною 7% респондентів.

Ставлення до подорожей через повномасштабну війну у 23% українців не змінилося взагалі. 21% зазначили, що, подорожуючи, вони підтримують економіку країни. Стільки ж заявили, що уникають будь-яких вояжів через можливу небезпеку.

Найбільше українці мандрують влітку. Про це заявили 48% опитаних. Навесні подорожують лише 4 %, восени майже 3%, взимку всього лиш 2%.

Внутрішній туризм за час повномасштабного вторгнення став тією основою, завдяки якій тримається туристична галузь країни в цілому.

Мандрівки Україною сьогодні – це не тільки спосіб відпочинку, але й засіб фізичного відновлення і психологічного розвантаження, як для наших захисників та їхніх родин, так і для цивільних (табл. 1.2).

Таблиця 1.2

Особливості сучасного внутрішнього туризму в Україні

Питання: скільки разів Ви відвідували інші регіони України з туристичною метою з 24 лютого 2022 року?	
54%	не відвідувала жодного разу
26%	1-2 рази
12%	3-5 разів
7.3%	більше 5 разів
Питання: якому виду відпочинку в Україні Ви надаєте перевагу зараз?	
54%	піші прогулянки
28.4%	культурний туризм (екскурсії, музеї)
23.1%	відпочинок на пляжі
22.8%	подієвий туризм (заходи, фестивалі)
21.8%	гастрономічний туризм

Джерело: [9]

Одним з показників туристичної активності є туристичний збір. У деяких регіонах сума туристичного збору за січень-вересень 2024 року перевищила показники довоєнного 2021 року (рис. 1.2.).

За три квартали 2024 року до бюджету громад надійшло майже 173 мільйонів гривень туристичного збору, що на 21% більше в порівнянні з аналогічним періодом торік – трохи більше 143 мільйонів гривень. Втім, це на 30% менше, ніж у січні-вересні довоєнного 2021 року, коли туризм приніс в місцеві бюджети майже 244 мільйони гривень.

Зокрема, у північних областях України туристичний збір за перші дев'ять місяців 2024 року в порівнянні з аналогічним періодом минулого року зріс на 56%, у південних – на 41%, у західних – на 17%, у центральних – на 10%.



Рис. 1.2. Динаміка туристичного збору в Україні за 2021-2024 роки

Джерело: [46]

Лідерами сплати туристичного збору є Київ та 5 областей. Найбільші обсяги туристичного збору надійшли до бюджету столиці – 34,4 мільйони гривень (21,2 млн. грн.. у 2023 році).

Натомість, у низці областей спостерігався ріст надходжень до бюджету від туристичного збору. Наприклад, бюджет Львівської області за січень-вересень 2024 року зріс майже на 33 млн. грн., тобто майже на 24 млн. грн).

В Україні з'явився новий напрямок - військовий туризм. Іноземців цікавляться жахами війни в Україні.

Україна територія свободи, це *terra incognita* (незвідана земля), де можна робити практично все, мандрувати, куди хочеш. У нас сотні покинутих фортець, купа костелів. Можна приїхати в село і пройтись полем, лісом.

Карпати переживають свій бум у розвитку. Цікаві туристичні локації можна знайти у будь-якому регіоні країни.

Українське Подністров'я (Бакота і басейн річки Дністер) останніми роками стали туристичної Меккою. Після закінчення війни Україна стане досить цікавою для іноземних туристів.

Після повномасштабного вторгнення функції туризму в Україні змінилися. Він прийняв риси більш пізнавального, коли люди хочуть відновитися, скинути напругу і просто виспатися, не чуючи атак ракет і шахедів.

В Опішні, наприклад, ще до війни з'явився етнокомплекс "Старий хутір". Тут сім'я викупила кілька сільських хатин і відновила їх разом з побутом. Тут готують страви за старовинними рецептами: качана каша, верещака, вергуни.

У локаціях, де відроджується туризм, працює уся інфраструктура: магазини, транспорт; створюються нові робочі місця.

Висновки

Таким чином, внутрішній туризм за час війни став тією основою, завдяки якій тримається туристична галузь країни в цілому.

Мандрівки Україною сьогодні – це не тільки спосіб відпочинку, але й засіб фізичного відновлення і психологічного розвантаження, як для наших захисників та їхніх родин, так і для цивільних.

Держава не фінансує туризм зараз і навряд чи робитиме це в найближчі роки. Тож місцеві громади мають взяти справу у свої руки, налагодити туристичні локації, забезпечити інфраструктуру.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СВІТОВОГО ДОСВІДУ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

2.1. Сучасний стан і перспективи розвитку сфери ресторанних послуг у світі

Споживачі планують продовжувати витрачати кошти у своїх місцевих ресторанах, підвищуючи обсяги продажів по всій країні до прогнозованих 1,5 трлн доларів США, тоді як оператори ресторанів продовжуватимуть стимулювати економічне зростання у своїх громадах, додаючи прогнозовані 200 тисяч робочих місць, доводячи загальну зайнятість у галузі до 15,9 млн. доларів.

Задоволення бажань і потреб клієнтів та створення досвіду, який спонукатиме їх повертатися, буде першорядним фактором зростання. Розширення визначення цінності для включення динамічного поєднання досвіду, інновацій і доступності створить можливість для більшого трафіку та більшої лояльності. А поновлення уваги до тактики найму персоналу допоможе посилити силу залучення та можливості кар'єри в галузі.

- Споживачі віддають перевагу ресторанам: за прогнозами, у 2025 році галузь громадського харчування досягне 1,5 трлн. доларів США, і переважна більшість споживачів стверджують, що відвідували б ресторани більше, якби мали гроші.

- Можливості працевлаштування для всіх: прогнозується, що робоча сила галузі зросте на 200 тисяч робочих місць, а загальна кількість зайнятих у галузі становитиме 15,9 мільйонів до кінця 2025 року.

- Досвід над ціною: багато відвідувачів ресторану, у тому числі 64% клієнтів із повним набором послуг і 47% клієнтів з обмеженим обслуговуванням, кажуть, що їх враження від обіду важливіше, ніж ціна страви.

- Цінність залишається на першому місці: щоб залучити клієнтський трафік, 47% операторів планують додати нові знижки, пропозиції або вигідні акції.
- Збільшення локального трафіку є пріоритетом: більшість операторів ресторанів у всіх сегментах, у тому числі 90% операторів вишуканих ресторанів і 87% операторів повсякденних ресторанів, кажуть, що розвиток локального бізнесу є важливішим для їх успіху, ніж розширення бізнесу поза приміщенням.
- Споживачі люблять ресторани: 9 із 10 дорослих кажуть, що їм подобається відвідувати ресторани. Ресторани дозволяють їм насолоджуватися улюбленою їжею, яка має аромат і смакові відчуття, які вони не можуть легко відтворити вдома [41].

Оператори ресторанів стримано оптимістично дивляться на умови ведення бізнесу, але конкуренція залишатиметься сильною. Понад 8 із 10 операторів очікують, що їхні продажі у 2025 році будуть або вищими, або приблизно такими ж, як у 2024 році. У той же час оператори ресторанів очікують посилення конкурентного тиску у 2025 році.

Ресторанна індустрія продовжує надавати можливості для працевлаштування. Очікується, що в 2025 році в галузі буде створено приблизно 200 000 нових робочих місць, а загальна кількість працівників досягне 15,9 мільйонів. Галузь залишатиметься другим за величиною роботодавцем у приватному секторі країни.

Споживачі мають відкладений попит на ресторанні страви. Споживачі повідомляють, що відвідували б ресторани частіше, якби у них були гроші, і ця думка поширюється на всі сегменти: від обіду в закладі в ресторанах з обслуговуванням за столом (81 відсоток) до відвідування ресторанів швидкого обслуговування, закусочних, гастрономів або кав'ярень (76 відсотків) до доставки їжі додому (82 відсотки).

Ресторани прагнуть залучити більше відвідувачів. Більшість операторів кажуть, що збільшення трафіку на місці та повернення

відвідувачів на свої місця будуть важливішими для успіху їхнього ресторану в 2025 році. Це особливо важливо для 90 % операторів вишуканих ресторанів і 87% операторів повсякденних ресторанів [23].

Ресторанна індустрія Великої Британії процвітає, її річний оборот становить 40 мільярдів фунтів стерлінгів. У 2022 році налічувалося понад 35 000 ресторанів із повним набором послуг і понад 100 000 ресторанів (включаючи ресторани з повним набором послуг, кафе, ресторани з повним набором послуг і мобільні ресторани). Люди у Великій Британії їдять у ресторанах у середньому три рази на місяць, хоча ця статистика збільшується для людей віком до 30 років і людей, які живуть у великих містах, таких як Лондон (табл. 2.1 і 2.2.).

Таблиця 2.1

Тренди та інновації в ресторанному бізнесі Великої Британії у 2025 році

№ п/п	Нові підходи	Характеристика
1.	Персоналізація обслуговування	Використання штучного інтелекту та автоматизації для покращення взаємодії з клієнтами.
2.	Стійкість та екологічність	Зростає попит на органічні та локальні продукти, а також на зменшення харчових відходів.
3.	Технологічні рішення	Впровадження систем самообслуговування та онлайн-замовлень для підвищення ефективності.

Джерело: [50]

Таблиця 2.2

Структура ринку громадського харчування у Великій Британії за типом закладів у 2021 році

Види закладів	Кількість закладів, %
Фастфуд	35.7
Кав'ярні	35.1
Ресторани Full-service	18.2
Вулична їжа	9.7
Кафетерії самообслуговування	1.3

Джерело: [51]

Моніторинг ринку готельної нерухомості в Бодрумі (Туреччина) свідчить, що за останні роки ця сфера бізнесу динамічно розвивалася під впливом змін у туристичних уподобаннях, появи нових тенденцій у готельному бізнесі, впливу глобальних економічних і соціальних чинників.

Цей регіон Туреччини активно впроваджує як традиційні, так і інноваційні технології для залучення туристів і підвищення якості послуг.

Спостереження за ринком громадського харчування Берліну свідчить, що умови роботи у сфері бізнесу досить динамічно змінюються під комплексним впливом низки чинників. Серед джерел найсильнішого впливу ринку HoReCa у Берліні виділено:

- Заробітна плата у Німеччині збільшилася за 2019-2022 роки. Якщо існуюча тенденція продовжиться пошириться на перспективу, це може суттєво збільшити попит на послуги суб'єктів ринку громадського харчування в Берліні.
- Населення Берліну останнім часом невинно зростає, відповідно зростає і цільова аудиторія ринку HoReCa. Найбільші групи споживачів – це люди віком від 25 до 44 років та літні люди віком 50-65 років.
- На ринку громадського харчування Берліну було 15977 закладів різних форматів (табл. 2.3).

Таблиця 2.3

Співвідношення закладів харчування за формами, %

Види закладів	%
Ресторан	71
Кафе	15
Кебаб	8
Бистро, бар	3
Паб	2
Донер	1

Джерело: [36]

- Берлін є популярною туристичною дестинацією. По кількості ресторанних закладів на 100 тисяч населення, Берлін (435) випереджає Париж (274), Рим (248), Лондон (232), та відстає від Відня (518) і Праги (504). У Києві на цей час налічувалося тільки 80 закладів на 100 тисяч мешканців.

- Серед клієнтів ресторанів все більш популярним стає здорове харчування, зростає інтерес до веганської кухні і страв з органічних продуктів.

У 2022 році в Україні припинили діяльність майже 7000 закладів харчування. У 2023 році їх кількість зменшилась на 13% (залишилося 26 100 закладів).

При цьому виторг зріс: у 2023 році у барів і пабів він зріс на 28,6%, до 11,7 млрд. грн., порівнюючи із 2022-м. Виторг ресторанів – на 37%, до 38,1 млрд. грн., кафе – на 26%, до 45,9 млрд. грн., кав'ярень – на 31,5%, до 16,7 млрд. грн., закладів фаст-фуду – на 26,5%, до 23,9 млрд. грн.

У другому півріччі 2023 року середній чек зріс на 18%. У ресторанах він склав 625 грн., у барах – 248 грн., у кафе – 219, кав'ярнях – 98 грн., у фаст-фуд закладах – 175 грн. Причини – зростання собівартості і девальвація гривні.

В Одесі зміна персоналу відбулася на 19,2% закладів. Майже у 47% представників галузі немає навчання персоналу. 45% – проводять тренінги, майстер-класи та семінари. Багато хто проводить лише ввідний інструктаж або пропонує стажування [37].

Мережеві компанії демонструють більшу стійкість та активно вкладаються у розвиток та розширення.

Доставка та take away залишаються важливими трендами на ринку. Клієнти ресторанів більше користуються зручними сервісами доставки, які пропонують страви з різних ресторанів в одному додатку або на одному сайті.

Серед ресторанів full-service найшвидше зростають продажі в сегменті піцерій. Найкращі показники економічної діяльності демонструють азійські ресторани – приріст більше 60% за 2 роки.

Ресторани і бари при готелях надають лише 5% продажів. Розмір зростав у 2021 та 2022 роках. Найвищі темпи зростання демонстрували ресторани азійської та європейської кухонь.

Популярні «автентичні» ресторани, або ресторани національної кухні, в основному орієнтуються на туристів або місцевих з середнім рівнем доходу. Маркетингові комунікації (реклама, PR тощо) не є основним чинником успіху популярних закладів. Важливо зосереджувати зусилля на таких складових мікс-маркетингу як: продукти, локація, інтер'єр та ціні.

2.2. Аналіз нових тенденцій у ресторанному бізнесі

У 2025 році значення «вартості» для споживача ресторанів буде виходити за межі ціни та включати поєднання досвіду, гостинності та доступності. Щоб задовольнити цей попит, оператори ресторанів повинні знайти баланс між пропозицією ціноутворення на основі вартості та забезпеченням чистоти разом із доброзичливим, доступним персоналом.

Акцент на досвіді також поширюється за межі обслуговування клієнтів на унікальні способи залучення відвідувачів ресторанами. 70% споживачів висловили інтерес до дегустацій, 52% - до приватних вечерь із шеф-кухарем і 50% - до кулінарних курсів у ресторані. Ці вподобання ілюструють зростаючу важливість інноваційних закладів харчування, орієнтованих на гостинність, де ресторани є не просто місцями, де можна поїсти, а місцями для розваг, освіти та розвитку спільноти.

Програми лояльності також забезпечують цінність як для оператора, так і для споживача. Серед операторів, які мають такі програми, 70% кажуть, що вони допомогли збільшити відвідуваність клієнтів. Для споживачів участь у програмі лояльності стає важливим фактором при виборі ресторану. 61% клієнтів служби доставки, 54% відвідувачів швидкого обслуговування вказують, що участь у програмі винагород впливає на їхній вибір ресторану.

Споживачі та оператори прагнуть більше обідати особисто. Споживачі прагнуть частіше обідати поза домом, що узгоджується з цілями операторів, оскільки 90% операторів вишуканих ресторанів і 87% операторів

повсякденних ресторанів вважають, що розширення локального бізнесу буде важливим для їх успіху.

Проте ресторани поза приміщенням залишаються невід’ємною частиною, особливо для молодшого населення. Доставка здійснюється завдяки зручності, технологіям і рекламним акціям. 82% споживачів, у тому числі 89% мілленіалів, висловлюють сильний інтерес у замовленні доставки частіше, якщо дозволяють їхні фінанси. У той же час винос віддають перевагу через швидкість і гнучкість, причому більше половини споживачів, у тому числі 67% покоління Z і 64% мілленіалів, вважають це необхідним. Половина усіх операторів ресторанів повідомляє, що продажі поза приміщенням тепер становлять більшу частку їхніх доходів порівняно з 2019 роком [23].

Дохідність та відвідуваність закладів харчування суттєво постраждала через введення комендантської години та обмеження часу продажу алкогольних напоїв. На той час більшість барів та пабів змінили режим роботи і почали раніше відкриватися. Заклади стали проводити низку заохочувальних заходів: вводити тематичні меню, проводити дегустації, створювати спеціальні події. Таким чином, наприклад, у 2023 році відбулося зростання відвідуваності барів на 15%.

У цей же час ресторатори збільшили пропозиції локальних страв, та замінили імпортовані складові на місцеві. У меню з’явилися страви з сезонних продуктів.

Зараз найбільшим попитом користуються заклади середнього рівня: фаст-фуди, кав’ярні, піцерії. Зросла популярність вуличної їжі, наприклад, шаурма. Відвідуваність дорогих ресторанів поки що продовжує знижуватись через зменшення кількості платоспроможних споживачів.

Серед нових закладів 70% складають об’єкти форматів «бар», кав’ярня» й «фаст-фуд». У великих містах у 2023 році відкрилися 38 нових ресторанів, 9 з яких – це мережеві заклади, такі як «Чорноморка» у Києві, Львові, Одесі та Дніпрі; «Gogi» у Києві та «Такахулі» у Дніпрі.

Заклади намагаються частіше оновлювати меню, більше використовувати локальні та сезонні продукти, розвивати альтернативні канали постачання, у тому числі організовувати власний імпорт продуктів.

Основними трендами є пошук нових рішень щодо залучення клієнтів і оптимізація витрат. Іноді заклади поєднують ці дві тенденції: переходять на товари та послуги нових локальних постачальників, адаптують меню до гастрономічних трендів та оптимізують фудкост [31].

Для кафе і ресторанів важливі певні сегменти діяльності. Наприклад, у світі процвітає культура кави. За даними Allegra World Coffee Portal, до війни Україна відносилася до одного з найшвидше зростаючих ринків кави в Європі. Число кав'ярень у Києві росло навіть після початку широкомасштабної війни і досягло близько 2500. У місті превалує мережа «Гіркий» з понад 70 кав'ярень. Ця мережа заснована у 2015 році, з 2020 року засновник побудував власну обсмажувальну фабрику, придбав першокласні італійські кавомашини і змінив якість продукту та послуг.

Фахівці експериментували з анаеробною кавою, методом обробки, який передбачає ферментацію кави в герметичних резервуарах без кисню, що надає напою фруктовий смак. Мета - «популяризувати» спеціальну каву по всій країні (рис. 2.1).

Щомісяця Idealist та інші виробники кави надають військовим десятки тисяч пакетів для крапельної кави - одноразових пакетиків, наповнених меленою кавою. Вони - одні з найкращих продуктів на українському ринку кави [34].

СЕРЕДНЯ ВАРТІСТЬ КАВИ В УКРАЇНІ, ГРН

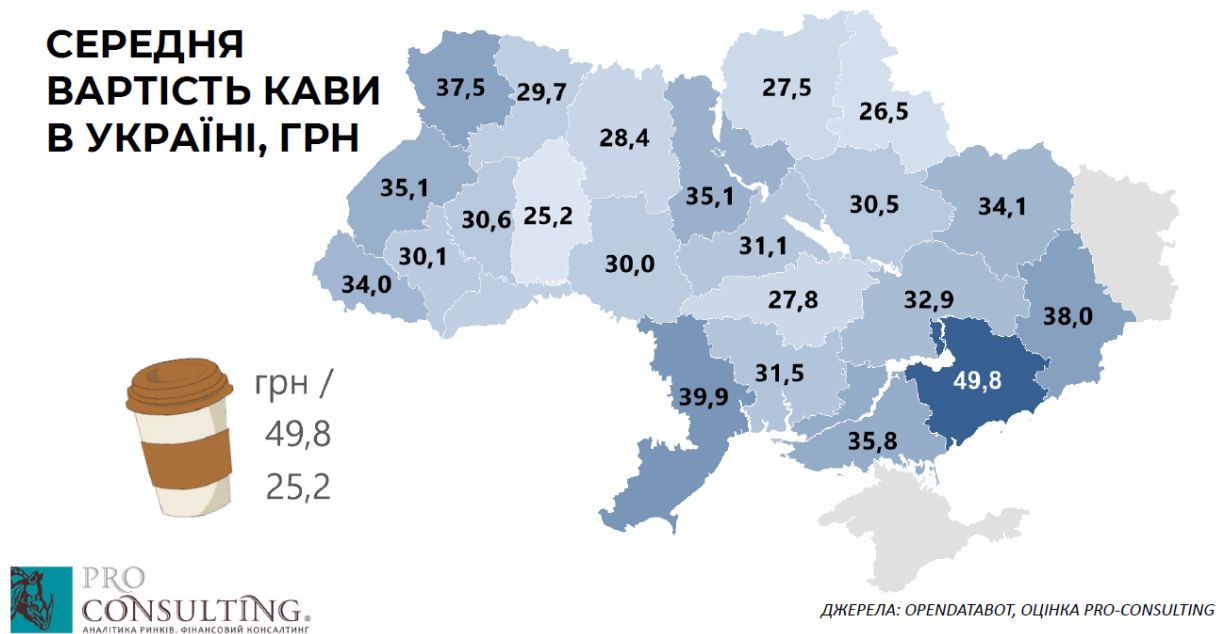


Рис. 2.1. Середня вартість кави в Україні, грн.

Джерело: [34]

Ще одним сегментом ресторанного бізнесу є бари та паби, де подають пиво. 50,5% українців іноді п'ють пиво. Вино споживає 56,1%, міцний алкоголь - 49,6% [28].

Ринок пива України після початку війни значно скоротився - майже на 20%.

Основні причини:

- чоловіки перебувають на фронті;
- значна кількість жінок виїхала за кордон;
- частина споживачів змінила уподобання.

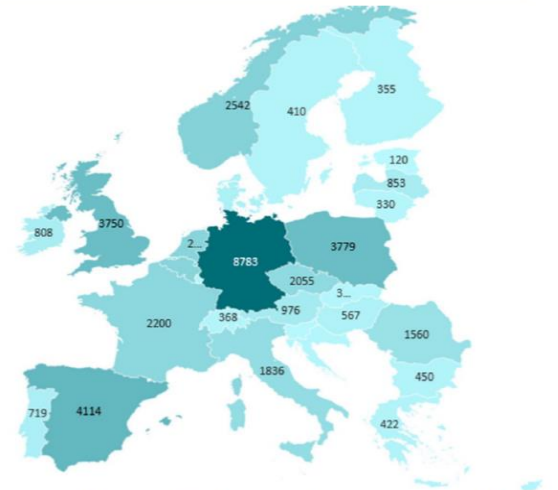
Розвиток ринку крафтового пива проходив під впливом позитивних і негативних чинників. У країні зросло споживання алкоголю після початку повномасштабного вторгнення - 28% респондентів збільшили вживання алкоголю.

Виробництво пива зросло на 8,6% порівняно з аналогічним періодом 2022 року, виробництво крафтового пива збільшилося на 19%. Поки що показники 2023 року не досягли довоєнного рівня [29].

Українці стали значно менше відвідувати кафе, ресторани та інші заклади харчування після початку широкомасштабної агресії.



Обсяги виробництва пива в Європі в 2022 році, млн л



Джерело: The Brewers of Europe; оцінка Pro-Consulting

Дата розміщення: 14.11.2024

[дивитися наступну новину](#)

Рис. 2.2. Тенденції та обсяги виробництва пива в Європі у 2022 році, млн. л

Джерело: [27]

Ще й чисельність населення зменшилася на 24% (з 37 млн. осіб до 28 млн. осіб).

Підчас опитування було відзначено:

- використання продуктів вітчизняного виробництва під час приготування страв у закладах харчування робить їх доступнішими за ціновим показником і не впливає на якість;

- зростає зацікавленість клієнтів щодо українських вин і крафтового пива.

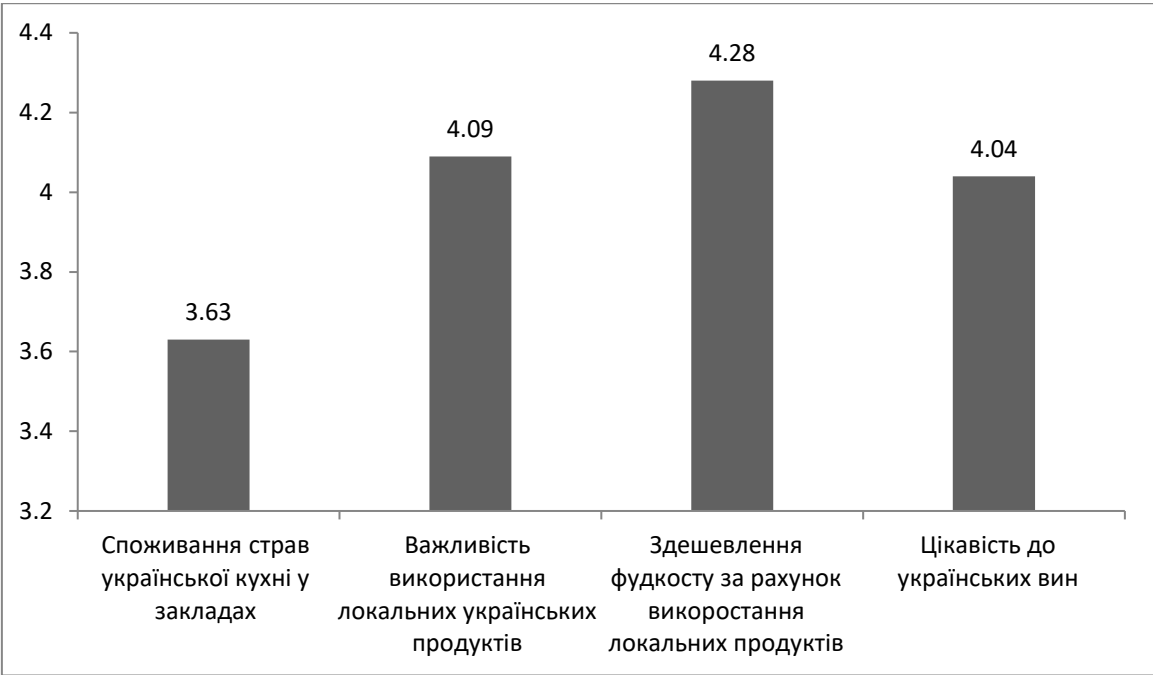


Рис. 2.2. Зміна поведінки під час відвідування закладів громадського харчування у 2023 році у порівнянні з 2022 роком, бали
Джерело: [53]

Понад 58% опитуваних періодично або часто були незадоволені обслуговуванням у квітні 2024 року, лише 27% респондентів не мали жодних претензій до сервісу (табл.. 2.6).

Таблиця 2.6

Кількість споживачів, які відчують низьку якість обслуговування, квітень 2024 року, %

Відчують низьку якість обслуговування	%
Інколи	47.2
Ніколи	27.0
Утримались	14.8
Часто	11.0

Джерело: [53]

Основні недоліки обслуговування:

- немає розгорнутої інформації про страви та напої у меню;
- хамське відношення персоналу до клієнтів;

- тривалий час очікування страви та офіціанта.

Найбільша питома вага невдоволених сервісом виявилася у Києві – 22,5%. Дещо менший показник у Дніпрі, Львові, Одесі (рис. 2.3).

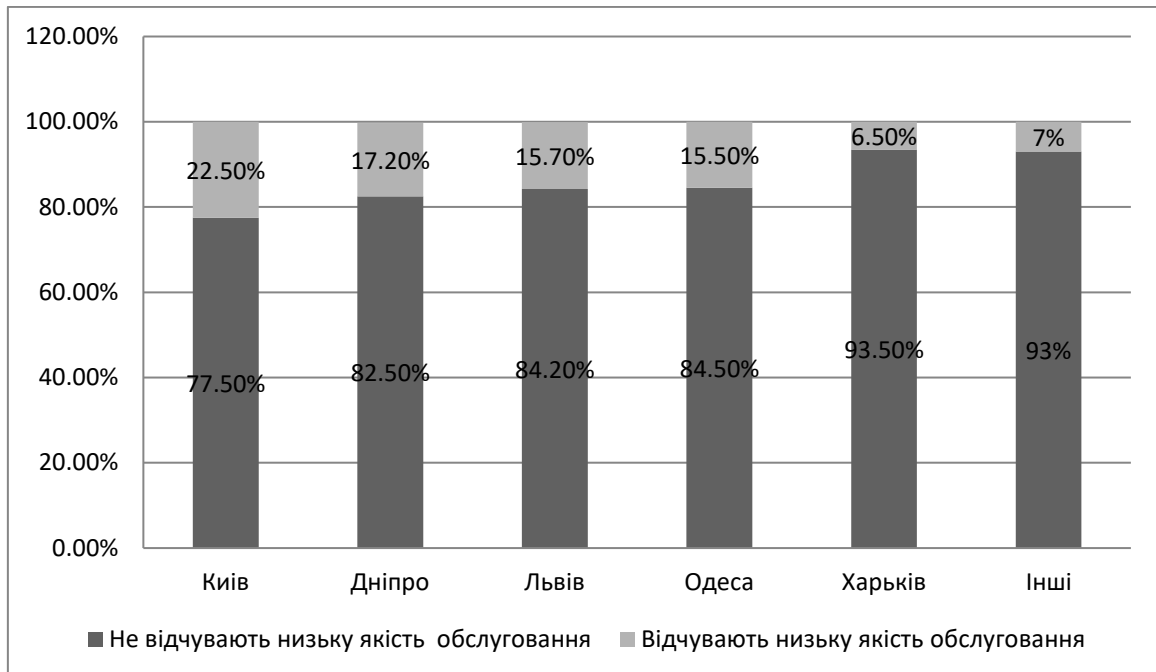


Рис. 2.3. Розподіл споживачів, які відчувають низьку якість обслуговування по великих містах України, квітень 2024 року, %
Джерело: [53]

Найбільш популярним каналом отримання інформації виявився Telegram. Окрім цього, клієнти віком до 45 років активно користуються соціальною мережею Instagram. Клієнти віком за 50-55 років джерелом інформації для себе бачать телебачення.

Клієнт суттєво змінився. Він бажає отримувати якісний сервіс, різноманітні страви і напої, більше зважає на продукти, вироблені в Україні (табл. 2.7). Постачальники товарів і послуг, в тому числі учасники «Українського ХоРеКа Кластеру», підлаштовуються під цей тренд, і адаптують пропозицію не тільки під ресторанний бізнес загалом, а і враховують споживчі тренди на ринку. Окрема тема - інклюзивність [43].

Таблиця 2.7

Особливості українського бізнесу під час війни

Категорії	Прифронтові області	Інші регіони	Всього
Бізнес не зазнав суттєвих змін/втрат	11.36	16.94	14.10
Бізнес частково зазнав певних змін і втрат	33.12	34.53	33.82
Бізнес зазнав суттєвих втрат	33.44	29.97	31.73
Бізнес знаходиться на межі закриття	19.87	17.92	18.91
Бізнес був переміщений до інших регіонів/країн	2.21	0.65	1.44

Джерело: [43]

Посилення мобілізації є суттєвим чинником впливу на бізнес, значно впливає на роботу підприємств незалежно від регіону (табл. 2.8. і табл. 2.9).

Підвищення тарифів на електроенергію особливо стосуються прифронтових областей.

Таблиця 2.8

Фактори впливу на бізнес

Характеристика	Середня оцінка опитаних за шкалою 1-5
Посилення мобілізації	3.66
Вартість енергоносіїв	3.42
Брак кваліфікованої робочої сили	3.28
Скорочення попиту	3.26
Проблеми зі збутом	3.24
Законодавчі бар'єри	2.98
Бюрократичні процедури	2.73
Втрата постачальників	2.21
Інфраструктура	1.99
Доступ до фінансування	1.98
Скорочення експорту	0.74
Культурні відмінності	0.47

Джерело: [43]

Нестача кваліфікованої робочої сили, зменшення попиту на продукцію/послуги теж негативно впливають на галузь. Підприємства також відчують дефіцит кваліфікованих фахівців, які мають спеціальні знання та навички [2].

Таблиця 2.9

Запити на поліпшення ситуації і налагодження діяльності

Види запитів	%
Бронювання персоналу	49.8
Нові ринки збуту	43.3
Нове або додаткове обладнання	16.9
Техніка та обладнання	14.9
Нові канали постачання	14.4
Нові приміщення	9.2
Транспортування продукції	8.7
Інші	5.9
Необхідна сировина	4.3
Кваліфікована робоча сила	1.8
Зміна або спрощення законодавства	1.5
Пільги або податкові зміни для бізнесу	1.3

Джерело: [43]

Протягом 2022-2023 рр. український ринок втратив частину закладів, які залишились на тимчасово окупованих територіях або були зруйновані. На даний час для більшості регіонів країни залишаються актуальними загрози від постійних обстрілів (рис. 2.5).

Підчас аналізу ринку праці в Україні виявлено такі особливості:

- посилення турботи роботодавців до потреб працівників за умов війни. Підтримка співробітників у випадках виникнення побутових проблем, матеріальна та психологічна допомога, згуртованість трудових колективів;
- багато фахівців виїхали з країни або були мобілізовані. Якщо війна не закінчиться, відбудеться брак підготовлених фахівців та зростання конкуренції серед роботодавців;
- психологічний дискомфорт та побоювання погіршити матеріальне становище у воєнний період утримують працевлаштованих громадян від пошуку нової роботи на ринку праці в Україні;
- в умовах дестабілізації життя людей через ворожі дії співробітники переходять на вільний графік роботи у зручний час. Роботодавці зацікавлені лише у досягненні запланованого результату;

- дефіцит підготовлених кадрів змушує роботодавців розглядати кандидатів, які готові освоювати нову професію; в умовах війни потрібні працівники, які здатні швидко адаптуватися в складній і мінливій ситуації, не втрачаючи продуктивності праці; роботодавці усе більше звертають увагу не на стать або вік кандидата, а на його здатність виконувати робочі обов'язки на необхідному рівні [38].

2.3. Аналіз розвитку національного ринку ресторанного бізнесу

За 2022-2023 рр. український ресторанний бізнес втратив частину закладів, що залишилися на окупованих територіях, або були зруйновані під час обстрілів. Станом на квітень 2024 року, було пошкоджено 157 готелів та ресторанів. Найбільший рівень падіння обсягів ринку (понад 50%) було зафіксовано у Запорізькій, Харківській, Миколаївській і Донецькій областях. Найбільше знизилася відвідуваність ресторанів і кафе в Одесі та Дніпрі, найбільше це стосувалося закладів середнього цінового сегменту.

З грудня 2021р. по квітень 2024 р. число ресторанів та закладів харчування, що працюють тільки на доставку, скоротилася на 17%, пабів – на 16%, а кафе – на 13%. Це пов'язано з тим, що ці заклади орієнтуються на споживача з низьким або нижче середнього доходом, і цікавляться швидкою та дешевою їжею (шаурма, фаст-фуд).

Виявлено пряму залежність між числом постраждалих підприємств та інтенсивністю бойових дій: регіони найближчі до лінії фронту зазнали найбільших втрат. Згідно з даними про релокацію, більшість українських компаній повернулися до своїх регіонів у 2023 році.

Також найбільше впливають на бізнес під час війни у прифронтових та інших регіонах України:

1. Зниження обсягів виробництва та продажів.
2. Звуження споживацької аудиторії.
3. Зниження прибутків підприємств.

4. Зростання собівартості виробництва.
5. Відсутність інвестицій у розвиток бізнесу.
6. Проблеми з кредиторською та дебіторською заборгованістю.

Після початку війни підприємства в Україні змінили структуру фінансування своєї діяльності. Тепер основним джерелом фінансових ресурсів стали власні кошти. Банківські кредити та лізинг дещо зменшилися. Суттєво зросло значення грантів та коштів донорів (табл. 2.10).

Таблиця 2.10

Структура пріоритетної підтримки для бізнесу з розподілом за
гендерною ознакою станом на серпень 2024 року, %

Категорії	Загальний поділ	Підприємства, де керівник - жінка	Підприємства, де керівник - чоловік
Безповоротні гранти	47.2	45.6	47
Пільгові кредити	31.1	27.4	35
Програми навчання	21.7	27.0	18

Джерело: [43]

Бізнесові структури усе більше стали покладатися на внутрішні ресурси та реінвестування прибутків в умовах обмеження можливостей зовнішнього кредитування. Важливість управління ризиками зросла за умов нестабільності ринку та валютних коливань. Бізнес почав консолідуватися, створювати стратегічні альянси для подолання фінансових труднощів (табл. 2.11).

Таблиця 2.11

Кількість відвідувачів у сфері громадського харчування за типом у
2023р., млн. осіб

Тип закладу	2021	2022	2023
Бар/паб	118.1	87.7	10.8
Ресторан	219.4	174.1	193.3
Фаст-фуд	330.0	275.5	289.3
Кафе	513.9	416.7	445.8
Кав'ярня	737.4	614.9	669.2
Готелі	11.6	4.3	6.2
Всього	1931.4	1572.2	1704.6

Джерело: [10]

Основними проблемами є:

- вплив на бізнес посилення мобілізаційних процесів;
- збільшення витрат на енергоносії: особливо у прифронтових областях;
- проблеми зі збутом продукції та послуг;
- нестача кваліфікованих кадрів;
- недостатній рівень розвитку інфраструктури;
- втрата звичних джерел постачання: у прифронтових областях вплив на 9% більше;
- проблеми з експортом продукції або послуг через ускладнення логістики.

Однією з нагальних проблем є забезпечення бронювання працівників, збереження та відновлення виробничих потужностей. Підприємства потребують кредитів, грантів та інших фінансових інструментів для підтримки ліквідності та інвестицій у відновлення виробництва. Також підприємства потребують державної підтримки для виходу на нові ринки збуту.

Заклади харчування переорієнтувалися бізнесу на приготування більш дешевих блюд для масового споживання.

До прикладу, у 2022 році у Чернігові було переформатовано скандинавське кафе «Fika», яке належить мережі готельних закладів «Optima Hotels & Resorts». До початку війни «Fika» функціонувало у форматі «затишного скандинавського кафе з дорогими і комплексними за складом напоями та стравами». Але, для задоволення попиту у нових умовах, замість шведських десертів та кави гостям запропонували фаст-фуд, шаурму та піцу.

Війна вплинула не тільки на клієнтів закладів харчування. Бойові дії викликали ускладнення доставки сировини за умов блокування традиційних транспортних шляхів, знищення продуктових складів, припинення діяльності логістичних операторів, подорожчання паливо-мастильних матеріалів.

Перехід на транспортування товарів переважно автотранспортом спричинив до зростання логістичних витрат закладів харчування. Наприклад, чергове блокування кордонів, наприклад того, що відбувалося у Польщі у 2023 році, може призвести до псування імпортованих харчових продуктів під час довгого очікування митного оформлення.

Тривала відсутність електропостачання призводила до псування продуктів, неможливості їх приготування на електричному обладнанні, а іноді до ускладнення приймання відвідувачів. Найскладніша ситуація була восени-взимку 2022-2023 років у Києві та прифронтових регіонах.

За таких умов, заклади харчування почали встановлювати генератори, пропонували послуги центрів незламності. При цьому зменшувалася рентабельність, але підвищувалась лояльність клієнтів.

За даними туристичного порталу Tripadvisor, наприклад, у Києві діє понад дві тисячі закладів харчування. У перші два роки війни число закриттів було більшим (2022 р. – майже 300, 2023 р. – від 150 до 170). На даний час число закриттів скоротилося.

На третьому році війни відбувається перерозподіл ринку. Найбільше закриваються заклади середнього сегменту з середнім чеком від 700 до 1000 грн.. Натомість, ресторани преміального сегменту, незважаючи на втрату частини клієнтів на початку війни, стабілізувалися за рахунок підвищення цін і скорочення витрат. Преміальний сегмент існує з чеком у 2-4 тис. грн..

Клієнти відмовляються від звичних витрат і обирають заклади з більш доступним середнім чеком – у межах 300–350 грн. Навіть у столиці попит змістився до сегменту «середній мінус». У регіонах ситуація різна: у містах з підвищеною небезпекою, таких як Запоріжжя або Суми, заклади закриваються через відтік населення. У Львові, де протягом 2022–2023 рр. відкривалося багато нових ресторанів через релокацію бізнесу, у 2024 році також масово почали закриватися ресторани через переїзд частини людей до інших регіонів або за кордон.

Зараз ситуація у ресторанному бізнесі характеризується негативною динамікою: у більшості регіонів кількість закриттів перевищує кількість нових відкриттів. Попри це, за останні два роки в Україні з'явилося близько 2 тисяч нових закладів, причому найбільший приріст спостерігається у західній частині країни (табл. 2.12).

Число кав'ярень зросло на 35% у квітні 2024 року порівняно з груднем 2021 року, а кількість закладів фаст-фуду – на 15% (табл. 2.13) [10].

Таблиця 2.12

Найбільші складнощі рестораторів у 2023 році, %

Характеристика	%
Зібрання/збереження команди	46.6
Втримання стабільних цін	32.2
Власна мотивація	8.4
Інше	6.5
Повернення податкових перевірок	6.3

Джерело: [3]

Таблиця 2.13

Зміна частоти відвідування закладів громадського харчування протягом 2022-2023 рр. у порівнянні з 2021 роком. У розрізі міст та типів закладів

Типи закладів	Київ	Львів	Дніпро	Одеса	Харків	Інші обласні центри
Ресторани	-14.0	-14.9	-16.6	-16.1	-16.1	-17.0
Кафе	-9.4	-10.8	-13.1	-114.8	-13.6	-14.5
Фаст-фуди	-12.1	-9.9	-14.6	-82.	-13.4	-13.3
Бари	-13.3	-12.4	-13.3	-15.3	-8.6	-15.5
Кав'ярні	-7.8	-8.2	-9.2	-13.1	-7.7	-8.8
Заклади харчування при готелях	-12.9	-11.8	-12.8	-26.1	-6.8	-10.3

Джерело: [32]

Провідний чинник, яки має вплив на ринок – нестача кваліфікованих кадрів, в основному чоловічих. Відсутність пропозиції створює більший попит і вищу ціну з точки зору оплати праці, - зарплата на окремих позиціях зросла на 30-35%.

Рентабельність бізнесу суттєво знизилася через те, що впав курс гривні, що підвищило ціни на імпорту продукцію. Ресторанний бізнес, який завжди

працює при рентабельності 20-22%, не може підняти ціни, тому що у нього не залишиться прибутку.

Сучасні тенденції, притаманні ринку громадського харчування:

Львів. Відбулася зміна складу клієнтів через зменшення сегменту в'їзних туристів, значне число внутрішньо переміщених осіб та військовослужбовців; збільшення інтересу до дешевих простих страв.

Одеса. Контингент відвідувачів складають переселенці з сусідніх частково окупованих регіонів, ділові туристи, рекреанти. Найбільший показник відвідуваності відмічався у закладах харчування з середнім чеком та у фаст-фудах різного формату; склалися проблеми з традиційними рибними стравами через обмеження вилову у Чорному морі та збільшення вартості імпортованих риби і морепродуктів. Власники кафе і ресторанів намагаються збільшити число відвідувачів за рахунок проведення фестивалів з приготування їжі, поп-ап майданчиків, запрошення гостей шев-кухарів.

Літній сезон 2024 року мав позитивний вплив на ринок. Також позитивно вплинув на роботу закладів харчування дозвіл працювати до 23-ї години (однак були обмеження гучності музики та світового супроводу).

Харків. Нормально функціонувати в умовах частих масованих обстрілів міста ринок ресторанних послуг не може, мають місце постійні перебої з електро- та водопостачання; споживачами послуг кафе та ресторанів є переважно військові та іноземні журналісти; найбільш популярними у місті стали заклади швидкого перекусу: фастфуди, шаурма, кав'ярні та пекарні.

Запоріжжя. Тут ситуація з безпекою нагадує харківську: постійні обстріли житлових масивів, центра міста і критичної інфраструктури. У таких умовах активно розвиваються сервіси дистанційного замовлення та доставки їжі, найбільш популярними є суші та піца. Нові заклади відкриваються переважно у форматі фаст-фудів.

Київ. Ринок харчування майже відновився по відношенню до 2022 року, знову відкрилися заклади МакДональдз та KFC; відмічається перенасиченість ринку шаурми, активно розвиваються заклади

кримськотатарської та східної кухні; існує значний попит на кейтерінг їжі додому та в офіси. При цьому ресторани класу «люкс» продовжують занепадати через зменшення платоспроможної населення.

Лідерами за доходом закладів харчування у 2023 році були: м. Київ, Львівська, Одеська та Дніпропетровська області (табл. 2.13).

Таблиця 2.13

Виручка закладів сфери громадського харчування за регіонами у 2023 році,
%

Регіони	%
Інші регіони	56.6
м. Київ та область	16.1
Львівська область	8.9
Одеська область	7.2
Дніпропетровська область	6.3
Закарпатська область	4.9

Джерело: [35]

У другому півріччі 2023 року середній чек у кафе та ресторанах України зріс на 18% проти показника аналогічного періоду 2022 року. Основними чинниками збільшення витрат клієнтів були: інфляція, зростання собівартості послуг, підвищення цін на харчові продукти, послаблення гривні на валютному ринку (табл. 2.14).

Таблиця 2.14

Порівняння середнього чеку у закладах громадського харчування в Україні у
II півріччі 2022 року, грн.

Формат закладу	II півріччя 2022 року	II півріччя 2023 року	Темпи приросту, %
Ресторан	508	625	23.0
Кафе	187	219	17.1
Кав'ярня	82	98	19.5
Фаст-фуд	145	175	20.7

Джерело: [35]

Заклади ресторанного бізнесу, що орієнтуються на клієнтів з невисоким рівнем доходу тримаються на ринку за рахунок попиту на швидко та дешево їжу (шаурма, фаст-фуд). Натомість, заклади формату «люкс» виживають за рахунок своєї постійної цільової аудиторії.

Серед переваг у клієнтів найбільш популярною є європейська кухня, і її пропонують майже 73% закладів. Кухні близькосхідних країн віддають перевагу 18,4% споживачів (табл. 2.15).

Таблиця 2.15

Найбільші мережі ресторанного бізнесу за видами ведення бізнесу в Україні у 2023 році

Формат закладу	Кількість закладів
Ресторани і кафе	
Львівські круасани	153 (120 – за франшизою)
Холдінг емоцій! FEST	105
Gastrofamily	66
Dominos Pizza	65
Pizza Celentano	50
Пузата хата	36
Чорноморка	31
СушиЯ	22

Джерело: [44]

Висновки

Таким чином, серед різних типів закладів формату «кафе», «ресторан», «кав'ярня», «фаст-фуд та АЗК», «бар та паб» переважають локальні бренди. До мережових відносяться лише 16,3% від загальної кількості закладів громадського харчування. Найбільшим мережовим брендом на ринку кафе та ресторанів в Україні є «Львівські круасани» зі 153 кафе. На другому місці за цим показником опинився «Холдинг емоцій !FEST». Інші мережі значно відстають від лідерів.

При цьому популярні «автентичні» ресторани, або ресторани національної кухні, в орієнтуються на туристів або місцевих мешканців з середнім рівнем доходу. Ресторани з українською кухнею бачать свою цільову аудиторію серед українських мігрантів.

Протягом 2022-2024 років ресторанний бізнес втратив частину об'єктів, які залишились на окупованих територіях або були зруйновані під час обстрілів. На даний момент для більшості регіонів країни залишаються актуальними загрози від постійних обстрілів, що призводять до пошкоджень та руйнації об'єктів інфраструктури і закладів готельно-ресторанного бізнесу.

РОЗДІЛ 3. НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ РИНКУ РЕСТОРАННИХ ПОСЛУГ В УМОВАХ ВІДНОВЛЕННЯ ТУРИСТИЧНОЇ МОБІЛЬНОСТІ

3.1. Специфіка розвитку ресторанних послуг в Одеському регіоні під час війни 2014-2025 років

Ресторанний бізнес – одне з місць, де українці можуть витратити свої гроші. За час війни по Україні закрилось близько семи тисяч різних закладів ресторанного бізнесу. У 2023-му році більшість з них вже відновили свою роботу.

Наразі головним чинником роботи закладу є безпека. У містах, де було і є небезпечно, в основному працювали тільки заклади у підвалах, які можна було використовувати як укриття [11].

Основною тенденцією є відкриття невеликих кафе і ресторанів. Зараз для інвесторів не на часі вкладати значні кошти у ресторани. Тому в тренді маленькі кав'ярні та стритфуди (шаурма, пекарні).

За останній час алкоголь для багатьох став антистресом і його продаж зріс. Але відвідуваність барів, пабів знизилася - через комендантську годину і мобілізаційні заходи.

Основними проблемами для закладів громадського харчування в Одесі стали постійні загрози ракетних і шахедних атак, відключення електроенергії. Не зважаючи на це, кількість туристів до Одеського регіону, а відповідно і клієнтів до закладів харчування зросла. Ця кількість зросла саме до міста, тому що тут є «парасолька» ПВО.

Раніше у ресторанах відбувалися великі весілля. Тепер вони менші - близько 15 осіб [52].

На розвиток ресторанного бізнесу у свій час негативно вплинула пандемія коронавірусу, що зумовила спад об'єму послуг у 2019-2020 роках (табл. 3.1).

Таблиця 3.1

**Обсяг реалізованих послуг за видами економічної діяльності
по Одеській області**

Види діяльності	Код за КВЕД- 2010	Обсяг реалізованих послуг, тис. грн	У т.ч. реалізовано послуг населенню	
			усього, тис. грн.	у % до загального обсягу
IV квартал 2019 року				
Тимчасове розміщування й організація харчування	I	504177,3	374101,3	74,2
IV квартал 2021 року				
Тимчасове розміщування й організація харчування	I	234712,7	119512,9	50,9
Тимчасове розміщування	55	85991,2	27481,3	32,0
Діяльність із забезпечення стравами та напоями	56	148721,5	92031,6	61,9

Джерело : [42]

На активність клієнтів у ресторанному бізнесі впливає сезонність, споживчі ціни, туристичні потоки і рівень доходів населення.

За період з 2014 по 2024 роки потік туристів до Одеси дещо змінювався. Після окупації Криму частина туристичного потоку переорієнтувалася до Одеської і Миколаївської областей. У 2017 році кількість туристів у місті за сезон склала 1,7 млн. осіб; у 2016 – 2,1 млн. осіб; у 2017 – 4 млн. осіб [45].

2018 рік - 3,2 млн. осіб; 2019 – 3,3 млн. осіб. Під час пандемії цифра зменшилася до 2 млн. осіб. Але відпочинок потрібен був усім, тому у 2021 році цифра склала 3 млн. осіб.

Від початку великомасштабної війни Одеса перебуває під постійними обстрілами, акваторія моря замінована. Офіційно пляжного сезону в Одесі у 2022 році не було, оскільки усі пляжі були закриті через наявність боєприпасів у морі, постійну загрозу диверсій або десантування російських військ.

У 2023 році регіон зіткнувся з іншою проблемою, коли 6 червня 2023 року РФ зруйнувала греблю Каховської ГЕС. Це призвело до повіні і

забруднення узбережжя Чорного моря біля Одеси. Через це доступ до моря був закритий на два літні місяці.

У сезоні 2024 року основними викликами були постійні загрози ракет і безпілотників, перебої в електропостачанні, але все ж таки у 2024 році кількість туристів до Одеси, за оціночними даними, склала майже півмільйона осіб [20].

Туризм, а разом з ним і ресторанний бізнес, є важливими складовими економіки Одеси. За різними неофіційними оцінками роль туризму в економіці Одеси становить від 5% до 30%. До бюджету Одеської міської територіальної громади станом на 1 серпня 2024 року надійшло 3.9 млн. грн. туристичного збору. За 2023 рік бюджет отримав 7.2 млн. грн. збору, за 2022 рік – майже 4.4 млн. гривень. Довоєнні показники були значно вищими, у 2021 році туристичний збір становив майже 14.9 млн. гривень.

Рівень доходів а також розмір заробітної плати серйозно впливає на вподобання населення і спонукає до вибору:

- харчуватися вдома чи піти до ресторану;
- обрати кафе або ресторан;
- бути постійним клієнтом закладу харчування чи віднести це до виключної акції.

Статистика свідчить, що не зважаючи на війну, розмір зарплат по Україні і Одеській області зріс. Зросли і зарплати робітників сфери харчування. Зокрема, по області за 3 роки (2022-2024 рр.), зарплата у регіоні росла більш високими темпами, ніж по країні (збільшилася майже у 2 рази, в тому числі у сфері тимчасового розміщення та харчування).

Середня зарплата по області на 1 січня 2022 року склала 12960 грн. (у сфері з тимчасового розміщення та харчування – 8465 грн.); по Україні – 14620 грн. (у сфері з тимчасового розміщення та харчування – 10499 грн.).

Середня зарплата по області на 1 грудня 2024 року склала 21946 грн. (у сфері з тимчасового розміщення та харчування – 16166 грн.); по Україні – 18903 грн. (у сфері з тимчасового розміщення та харчування – 15057 грн.).

За 2023-2024 рік ціни на усе зросли на 30%, що дорівнює рівню інфляції. Тому закладам громадського харчування необхідно компенсувати свої послуг також ростом цін.

На підняття цін люди реагують по-різному. Спочатку відчують шоковий стан, але до нового звикають десь протягом пів року [11].

Цінова ситуація на споживчому ринку Одеської області. Ціни на продукти харчування та безалкогольні напої зросли у 2022 році на 32,0%. Послуги ресторанів та готелів зросли на 20,9%, зокрема харчування поза домом зросло на 23,8%, послуги, пов'язані з тимчасовим проживанням подешевшали на 2,5%.

У січні–листопаді 2023 року ціни на продукти харчування та безалкогольні напої зросли на 2,0%. У грудні 2024 року серед безалкогольних напоїв, які подешевшали на 2,2%, найбільше зниження цін спостерігалось на чай та розчинну каву на 3,2% та 3,1% відповідно.

Зниження цін спостерігалось у сфері відпочинку на 0,8%. У січні 2025 р. споживчі ціни на продукти харчування та безалкогольні напої по області у порівнянні з попереднім місяцем підвищились на 2,6%, по Україні – на 1,2%.

Важливим показником розвитку ресторанного бізнесу є зарплата у регіоні і у цій сфері діяльності. У регіоні вона зросла за останні три роки майже удвічі, конкретно у ресторанному бізнесі за 2023-2024 рр. – на 15-27%, що свідчить про затребуваність спеціалістів у цій сфері (табл. 3.2).

Таблиця 3.2

Зарплата на різних посадах в Одесі

Посада	Зарплата, грн.	2024 до 2023 р., %
Бухгалтер	22500	+20
Кухар	23200	+18
Адміністратор	19000	+15
Бариста	17800	+20
Адміністратор готелю	18500	+37
Офіціант	22500	+29
Експедитор	27500	+28
Охоронець	13500	+23

Джерело : [39]

З початком війни суттєво погіршилася ситуація з кадрами, в тому числі й у мережевих закладах. Більшість робітників, переважно жінок, виїхали за кордон або переїхали у більш у безпечні регіони, і це призвело до нестачі кваліфікованих кадрів під час відновлення роботи закладів.

На даний момент по країні і Одеському регіону пропонується велика кількість вакансій, наприклад, кухар в Україні станом на 19 лютого 2025 р., в середньому заробляє 180 000 грн.; точніше, ставка заробітної плати становить 15 000 грн. на місяць, 3 750 грн. на тиждень або 93,75 грн. на годину (табл. 3.3).

Таблиця 3.3

Середня зарплата кухаря у 2024 році

Регіон	Зарплата, грн.	2024 до 2023 р., %
Україна	24300	+23
Київ	30000	+18
Одеса	23200	+18
Миколаїв	17900	+14
Кропивницький	18000	+24

Джерело : [39]

Офіціант в Україні станом на 19 лютого 2025 р., в середньому заробляє 197 868 грн.; точніше, ставка заробітної плати становить 16 489 грн. на місяць, 4 122 грн. на тиждень або 103,06 грн. на годину. При отриманні середньої заробітної плати, найнижча річна ставка становить 165 816 грн., а найвища ставка - 253 032 грн..

Наприклад, у ресторані самообслуговування CityBUFFET пропонують на повний робочий день зарплату 18 500 - 21 500 грн. Також надається:

- безкоштовне харчування;
- оплачуване стажування;
- проживання в гуртожитку;
- стабільна виплата зарплати;
- кар'єрне зростання (табл. 3.4).

Таблиця 3.4

Середня зарплата офіціанта у 2024 році

Регіон	Зарплата, грн.	2024 до 2023 р., %
Україна	21500	+30
Київ	27500	+34
Одеса	22500	+29
Вінниця	18500	+32
Кропивницький	15000	+32

Джерело : [39]

Бармен бариста в Україні станом на 19 лютого 2025 р., в середньому заробляє 203 772 грн.; точніше, ставка заробітної плати становить 16 981 грн. на місяць, 4 245 грн. на тиждень або 106,13 грн. на годину (табл. 3.5).

Наприклад, бариста, без досвіду роботи (оплата кожного дня) - 18 000 грн. Повний робочий день, часткова зайнятість у ТОВ "ДОМАШНІ ПРОДУКТИ". Оплата кожного дня, ставка - 1100 грн. + 3 % від каси.

Пропонується робота для бариста в кав'ярню "Культура"- 3 000 грн/тиждень. Повний робочий день, часткова зайнятість. Обов'язки: приготування кавових напоїв. обслуговування гостей. Умови: робота в кав'ярні з кавою на виніс, бариста працює самостійно, без команди.

Таблиця 3.5

Середня зарплата баристи у 2024 році

Регіон	Зарплата, грн.	2024 до 2023 р., %
Україна	18500	+23
Київ	22500	+29
Одеса	17800	+20
Миколаїв	14300	+19
Кропивницький	13000	+0

Джерело : [39]

У місті більше тисячі ресторанів і кафе, які працюють і виживають у цей складний для країни період. Постійно у соціальних мережах публікуються різні версії найкращих закладів (табл. 3.6).

Таблиця 3.6

Топ 20 ресторанів за версією odesa-day

№	Назва	Опис	Адреса
1	Куманець	Інтер'єр ефектно стилізований під українське село позаминулого століття – його прикрашає панорама, що зображує сільську хатину наших пращурів. Елементами такої імпровізованої експозиції є дров'яна піч, вишивані рушники, предмети старовинного посуду, знаряддя праці тощо. «Куманець» – затишне місце, де можна повечеряти або пообідати поціновувачам національної кухні.	Гаванна, 7
2	Яхта	Сімейний ресторанний комплекс у мальовничій зоні пляжу, інфраструктура якого доповнена дитячим ігровим майданчиком та басейном. Цей ресторан на березі моря в Одесі славиться смачними стравами із риби та м'яса, а також широким асортиментом ролів, пасти та салатів.	бульвар Променад, 1/3
3	Panorama	Профіль цього елітного ресторану з готелем (Одеса), що розташовується на терасі верхнього, шостого поверху відпочинкового комплексу RESORT & SPA HOTEL NEMO, – кухня паназіатська та європейська.	Пляж Ланжерон, 25
4	Дача	Надзвичайна атмосферної ресторації, – власний сад та особливий, вінтажний декор, стилізований під дачний будиночок радянської епохи. У меню «Дачі» домінують місцеві страви. Цей заклад, має простору відкриту терасу і розрахований в теплу пору року на 550 гостей.	Французький бульвар, 85, корп. 15
5	Terrace. Sea View	Зал ресторану ефектно винесений на просторі терасу. Звідси відкривається мальовничий морський краєвид. Його кулінари використовують у своїй роботі провідні кулінарні технології, визнані прибічниками здорового харчування. Серед них – WOK, сувід та хопсер. Домінантну частину меню пропонує шанувальникам кухні тайської та середземноморської. Великою різноманітністю характеризується карта алкогольних напоїв.	Пляж Ланжерон, 16
6	Fratelli	Ресторація в історичному центрі міста, що спеціалізується на італійській кухні. Асортимент страв «Fratelli» включає багато видів пасти та ризотто. Відвідувачів, що претендують на ексклюзив, тут пригощають фірмовим супом із кроликом з білими грибами, або карпаччо з яловичини та восьминога.	ресторан при готелі “Гермес”, по вулиці Грецькій, 17
7	Kotelok	Місце, що приємно вразить любителів морепродуктів та пива. Асортимент пива включає більш ніж два десятки сортів цього популярного напою, в тому числі пиво крафтове. У меню широко	вулиця Садова, 17

		представлені рибні наїдки: вони готуються зі свіжих, щойно виловлених рапанів, тюльки та інших місцевих дарів Чорного моря, відповідних сезону.	
8	КлараБара	Працівники ресторації пропонують своїм клієнтам чимало автентичних, суто місцевих страв. Родзинками вишуканого меню є свинячі реберця у вишневому соусі, форшмак, бички з золотистою скоринкою та інші авторські страви, приготовані на базі старовинних рецептів. Гордістю «КлараБара» є винна карта – вона представляє культові алкогольні напої багатьох країн світу.	вулиця Преображенська, 28
9	Antica Cantina	Заклад заснований шефом Роберто Армаолі, що поєднує в собі ресторан італійської кухні та кав'ярню з власною випічкою. Гості мають нагоду обрати для себе затишний столик та насолоджуватись процесом випікання хліба і неперевершених десертів.	вулиця Грецька, 33 (Одеський музей нумізматики)
10	Гамбрінус	Один із найстаріших закладів Одеси, що практично ввійшов в історію міста – колоритний та атмосферний пивний дім “Гамбрінус”. Перша згадка про цей заклад була аж у 70 – х роках 19 століття. Меню закладу змішане, акцент також саме на місцеві кулінарні традиційні витвори.	вулиця Дерibasівська, 31
11	Сер Бургер	Справжня знахідка для любителів американської кухні – автентичний заклад “Сер Бургер”. Лише тут можна не лише скуштувати один з 15 видів бургерів, а ще й побачити шоу – подачу цієї страви. Ресторан регулярно проводить акції, а також тематичні вечори. Найпопулярніший напрямок таких вечорів – настільні ігри.	вулиця Всеволода Змієнка, 11.
12	Щастя	Кухня тут різних народів – італійська, французька та середземноморська. Тут можна скуштувати і виключно одеські страви, такі, як: биточки з тюльки, мідії під вершковим соусом та запечені з сиром рапани.	вул. Ланжеронівська, 10 (у готелі “Пале Рояль”).
13	Afalina	Просторий заклад, що за час свого існування вже має велику кількість задоволених постійних відвідувачів, які не тільки проводять тут вечори із сім'єю, а й довіряють ресторану проведення найважливіших подій. Для цього у “Afalina” є тераса, що вміщує до 200 гостей, а також окремий бенкетний зал, що може прийняти до 80 осіб.	Чорноморськ, вулиця Пляжна, 35.
14	Monica	Пінза – родич усім відомої піци, який відрізняється технологією приготування самого тіста. Для його приготування у “Monica” використовують три види борошна, привезеного з самого Риму, а процес його дозрівання може тривати до 3 – трьох діб. Є можливість обрати пінзу з 15 доступних варіантів – з м'ясом, з морепродуктами тощо.	вул. Європейська, 23
15	Nikos Greek	Просторий заклад, площею понад 1000 квадратних метрів, з чітко продуманим до деталей інтер'єром.	вул. Грецька, 32

	Bistro	Тут вам запропонують на вибір три види домашнього грецького вина – біле, червоне та рожеве.	
16	Dizyngoff	Команда кухарів, на чолі з шефом з досвідом роботи у Франції регулярно дивує відвідувачів своїми оригінальними, часом незвичними новинками у меню. Щодня, з 10:00 по 14:00 тут можна замовити сніданок на вибір. Основною родзинкою закладу є ретельний підбір свіжих сезонних продуктів, а саме на місцевих фермах та ринках.	Катеринська площа, 5.
17	Sophie cafe	Гастрокафе в ретро–стилі, засноване у 2011 році. Тут ви можете скуштувати страви італійського, французького та місцевого походження з авторським підходом.	провулок Некрасова, 7.
18	Лабіринт	Сімейний ресторан з ігровою зоною, площею 300 м ² дитячим меню, лазер кубом і лабіринтом. Це чудове місце для сімейної вечері або для святкування дитячого дня народження. Тут: безліч кульок, аніматори, кондитер, цікаві тематичні шоу.	вулиця Новосельського, 100
19	Хаджибей	Перший ресторан в Одесі, що спеціалізується на кримсько-татарській традиційній кухні. Тут можна спробувати долму, янтики, чебуреки приготовлені з дотриманням тонкощів традицій даного народу. Тут також готують справжній ідеальний плов та імам.	вулиця Європейська, 31/33
20	Хмари	Кухня ресторану змішана – інтернаціональна, меню має безліч гарячих та холодних закусок і чималий вибір піци та страв азіатського походження. “Хмари” – це те ідеальне місце, атмосфера якого точно додає насолоди трапезі, а ще ідеальна нагода посмакувати устриці 4-х видів.	вул. Європейська, 27, 9 поверх

Джерело : [24]

Усі ці заклади є найкращими в Одесі за рахунок вдалої маркетингової політики і поєднання з гарною кухнею і привабливим місцем розташування: у центрі міста або на морському узбережжі. Переважають у них середземноморська, італійська, українська (або суто одеська) кухні.

3.2. Напрямки розвитку ринку ресторанних послуг в умовах відновлення туристичної мобільності

Провідним факторами успішних закладів ресторанного бізнесу продовжують бути вдала концепція та вигідна локація. Навіть при незначних

початкових інвестиціях низка закладів може швидко окупитися, якщо займає вигідну локацію зі значним потоком клієнтів.

За статистикою:

- з десяти закладів громадського харчування лише один стає дуже успішним;
- три приносять стабільний дохід;
- решта має середній дохід або виявляються збитковими.

Майже 20–30% усіх нових закладів банкрутують протягом перших декількох років. Залишаються на ринку тільки, хто має вдалу стратегію та оригінальну концепцію [22].

Нові тенденції і смаки клієнтів у ресторанному бізнесі

1. Мільйони людей щодня та неодноразово п'ють каву (вдома, на роботі чи у кав'ярнях), серед них є й ті, хто віддає перевагу каві з молоком. При цьому молоко не обов'язково має бути коров'ячим – чимало людей залюбки використовують рослинні альтернативи. Велика кількість кав'ярень швидко відреагувала на нову тенденцію. Опитування клієнтів 900 австралійських кав'ярень засвідчило, що чверть гостей віддали перевагу саме рослинному молоку.

В Україні у 2020 році обсяги виробництва альтернативного молока збільшилися на 1259,1 % проти 2019 року. Найбільшу популярність на ринку рослинного молока мають вівсяне й соєве [14].

2. Ресторанні заклади постійно змінюються і намагаються стати для своїх гостей не лише місцем для проведення урочистостей, а й закладом повсякденного харчування. У населення не завжди вистачає грошей на люксові ресторани і оригінальні блюда в них, тому ресторатори почали займатися локальним продуктом. Продукт, що вирощений в Україні дешевший, з нього можна приготувати смачніші блюда, тому що цей продукт не був заморожений чи охолоджений. На все це зараз формується тренд. Відкривається багато нових кафе й ресторанів, де пропонується сучасна українська кухня.

Під час війни в Одесі туристи обирають найдоступніші розваги. Як правило, це ресторан та пляж. 95% ресторанів працюють. Деякі змінюють формат, дуже багато відкрилося нових кав'ярень [11].

Нижче наводиться Топ 9 ресторанів за версією dayting.com (табл. 3.7). середній чек топових ресторанів варіюється у межах 400-1000 грн. з особи.

Таблиця 3.7

Топ 9 ресторанів за версією dayting.com

№	Назва	Характеристика	Адреса	Середній чек (грн./особа)
1	Bernardazzi	Винний ресторан, єдиний ресторан в Україні, який отримав нагороду “Best of Award of Excellence” від відомого журналу “Wine Spectator”. Заклад розташований у затишному дворіку на території Одеської філармонії, будівля є пам'яткою архітектури. Меню – страви середземноморської, європейської та української кухні, велика винна карта. У ресторані часто проводять дегустації вин. Вечорами грає жива музика.	вул. Буніна, 15	700-800
2	ЯХТА	Пляжний комплекс, який включає ресторан, набережну, пляж, басейн, дитячу локацію. Меню ресторану – м'ясні та рибні страви, паста, роли, салати. З напоїв – сангрія власного приготування, вина Італії та Франції, є коктейльна карта	бульвар Променад, 1/3 (Фонтанка)	400-700 грн/ос.
3	Куманець	Ресторан національної кухні у центрі Одеси. Меню – традиційні українські страви. Популярними залишаються борщ із пампушками, сало, домашня ковбаса, холодець з хріном, деруни, вареники та голубці. Інтер'єр закладу нагадує українське село XIXв. Тут можна побачити і сільську хату з дров'яною піччю, і старовинне начиння – прядки, глиняні глечики, ступи та багато іншого. Родзинка ресторану – власна колекція рушників.	вул. Гаванна, 7	500-700
9	Франзоль	Одеський ресторан з унікальною місцевою кухнею, де подають одеські страви різних національностей. Ресторан має відкриту терасу, де вечорами грає жива музика. Колоритний інтер'єр, приємна атмосфера та місцеві страви.	пляж Ланжерон, 1-б	700-1000
5	Fratelli	Ресторан італійської кухні в центрі Одеси. Серед популярних страв варто	вул. Грецька, 17	700-800

		відзначити пасти, ризотто, карпаччо з восьминога та яловичини, суп із кролика з білими грибами. Для приготування страв використовують екопродукти.		
6	Kotelok	Бар Мідій. Вишуканий ресторан, де подають морепродукти. Також тут можна скуштувати рапани, тюльку та свіжий рибний улов за сезоном. Головна страва закладу – мідії у казанку з різними соусами, картоплею фрі та підсмаженим багетом. Ресторан – переможець премії СОЛЬ-2016	вул. Садова, 17	-
7	Panorama	Вишуканий ресторан, розташований на терасі 6-го поверху RESORT & SPA HOTEL NEMO with dolphins. Меню – страви європейської та паназіатської кухні, багата винна карта, широкий вибір коктейлів. Панорамний вид на набережну пляжу Ланжерон, жива музика стануть приємним доповненням.	пляж Ланжерон, 25	600-900
8	Дача	Оригінальний ресторан з вінтажним декором та садом. Меню – класична одеська кухня.	Французький бульвар, 85	500-700
9	Terrace. Sea View	Ресторан на березі Чорного моря. Завдяки інтер'єру та просторій терасі з видом на море, заклад став популярним. У меню представлені страви європейської, середземноморської та тайської кухні з незвичайною подачею у стилі fusion. У ресторані використовують сучасні методи приготування, серед яких технологія сувід, хоспер WOK. Крім того, є широкий асортимент алкогольних напоїв, кальянна картка. Вечорами грає жива музика.		

Джерело: [55]

За версією найбільшої у світі платформи подорожей TripAdvisor наводиться рейтинг найкращих ресторанів Одеси (табл. 3.8). Тут переважають позитивні відгуки.

Окрім закладів, які потрапили до рейтингів, виділяються також:

- «Компот» Previous Next. Це незвичайний ресторан з оригінальною назвою, який виконаний у ретро стилі. У меню є багато фірмових страв. Кухня українська та східноєвропейська.

Таблиця 3.8

Рейтинг ресторанів Одеси за версією TripAdvisor

Ресторан	Кількість відгуків	Рейтинг	Відмінно	Дуже добре	Непогано	Погано	Жахливо
Куманець	1002	4.5	630	212	76	39	45
Софи Гастро Кафе Бар дю Вин	348	4.5	286	35	16	8	3
Terrace. Sea View	698	4.5	489	74	49	31	54
Фрателлі	532	4.5	381	86	40	16	9
Дача	998	4.5	657	178	90	39	34
Grand Prix Restaurant	352	4.5	260	39	21	10	22
Кафе Сінема Треф	407	4.5	299	42	26	19	21
Reef	254	4.5	187	24	17	8	18
Nonna	250	4.5	206	20	6	6	12
Azuma	94	4.5	63	16	3	7	5

Джерело: [19]

- Кафе MAMAN Previous Next. Інтер'єр виконаний в англійському стилі. Є багато вінтажних деталей. Кухня європейська, українська, середземноморська, є страви відомих шеф-кухарів з усього світу.

- Ресторан «Брати Гриль» Previous Next знаходиться у центрі міста. Основний напрямок ресторану - це страви з м'яса. Кухня українська, американська і європейська. Так само є багато страв з морепродуктів. Хороший вибір вин.

- Previous Next «Тьотя-Мотя» - одеське кафе. Заклад нагадує одеську домашню кухню середини минулого століття. Ретро-кафе пропонує гостям смачну домашню їжу.

- Ресторан «Бенедикт» пропонує усім відвідувачам широкий вибір сніданків, які складаються зі страв різних країн світу. Є свої оригінальні страви і фірмові коктейлі. Ресторан має свою пекарню, тому тут завжди можна купити свіжу і смачну випічку.

Окрім позитивних відгуків про найкращі ресторани міста, був проведений аналіз негативних відгуків про ці заклади харчування у соціальних мережах.

Багато хто обирають ресторан, опираючись на його рейтинги у соціальних мережах, тому детальний аналіз цих відгуків наводимо тут (табл. 3.9).

Таким чином, у містах з великою конкуренцією закладам, як і раніше, потрібно приваблювати клієнта різними фішками, акціями, дизайном, способом спілкування з гостями тощо.

Заклади громадського харчування в Україні активно адаптуються до змін на ринку HoReCa через інвестування у підвищення кваліфікації персоналу. Через дефіцит кадрів, ресторани користуються професійними курсами чи школами для підвищення кваліфікації, змушені розробляти нові програми навчання, особливо для молоді. Майже половина закладів мають програми навчання. Зокрема, важливими стають тренінги для кухарів, барменів і адміністративного персоналу, які сприяють покращенню практичних навичок.

Кафе і ресторани активно проводять стажування для студентів випускних курсів ВНЗ, організовують співпрацю з великими мережами для забезпечення практичних занять. Все це дає змогу підготувати кваліфіковані кадри, здатні швидко адаптуватися до вимог ринку. Також заклади громадського харчування розвивають інтерактивні методи навчання, включаючи кризовий менеджмент і цифрові технології управління, щоб підготувати персонал до викликів, які стоять перед галуззю в умовах воєнного часу [56].

Найбільш гостро кадровий голод відчувається серед кухарів та лінійного персоналу (офіціанти, прибиральники, посудомийки). Проблемою для регіону є також те, що переважна частина кваліфікованих кадрів шукає роботу в більш безпечних регіонах України, в тому числі на Західній Україні.

Таблиця 3.9

Відгуки про найкращі ресторани Одеси

Негативні відгуки	Позитивні відгуки
Меню. Їжа не свіжа, компоненти прострочені (трьох рибних страв із шести можливих (з дорадо) не було). У меню не вказується повний перелік блюд і вага порцій. Не вистачає опису чи зображень страв у меню, не вказані інгредієнти, замовляти приходиться практично наосліп (<i>Вино чудове, але занадто дороге. За два келихи можна заплатити понад тисячу гривень. Дивно, коли у меню пишуть ціну за 50 г вина, а не за келих</i>). Завищені ціни на блюда, іноді у 2 рази (<i>У меню не завжди прописані ціни на блюдо, і дізнатися це з жахом можна тільки отримавши рахунок</i>). Меню бара потрібно сканувати телефоном, сомельє у ресторані немає. (<i>Меню принесли одне на 4 людини, роздруковане на найтоншому папері і залапане мокрими руками офіціанта. Англійський варіант принесли з поправкою на те, що 60% не збігалось</i>). (<i>Нам принесли Prosecco valdobbiadene за 1400 грн., якого немає у винній карті. Ми то за своєю наївністю, замовляючи найдорожче за 950 грн., і не думали, що так може бути. Наступного разу звірятимемо назви до літери</i>).	Їжа. Красива подача. Усі страви з нестандартними та незвичайними інгредієнтами. <i>Маленьких діток принесуть з дитячою вечерєю (дитяче меню присутнє), і понесуть назад бавитися.</i> <i>Прохання підігріти, подати дієтичні страви відразу виконуються.</i> <i>Все дуже смачно та величезні порції. Десерти не для слабаків: порції величезні та дуже смачні.</i> <i>Дуже красиве оформлення залу, все стильно та зі смаком.</i> <i>Сказати, що тут смачно це нічого не сказати. Готують на високому рівні, подають страви за всіма канонами.</i> <i>Замовили піцу 4 сезони – цікавий варіант поєднання в одній піці кількох смаків. Смачно та незвичайно.</i> <i>Шалено смачна піца з 6-ма видами сиру! Ніжний дорблю та скоринка з кунжутом - чудовий тандем! Соус песто м-м-м! Тут пригощають настоянками власного приготування.</i> <i>Я можу чесно сказати, що це було найсмачніше тірамісу за межами Італії.</i>
Рівень обслуговування. Коли у закладі немає сомельє, офіціант не завжди може відповісти на питання щодо вин (<i>Протягом усього обслуговування було не зрозуміло про що говорить офіціант, чи знає меню, що входить до яких страв і як готується</i>). Офіціанта можна очікувати 20-40 хвилин. Блюда можуть готувати теж до 40 хвилин і завчасно про це не повідомляють, щоб клієнт не встав і не пішов із закладу. <i>Замовили у дитячій кімнаті приватну няню, за дитиною ніхто не дивився! Няня, блондинка, весь час сиділа в телефоні. Дитину спіймав на вулиці охоронець.</i> <i>Стіл забронювала завчасно, повідомила, що святкуємо день народження, уточнила чи зможуть привітати іменинника тортиком. Усе узгодили.</i> <i>Коли ми закінчили вечерю і спитали рахунок,</i>	Обслуговування. Приємні та уважні офіціанти. <i>Сподобався офіціант. Був дуже уважним.</i> <i>Особливо порадувала винна карта та професіоналізм сомельє.</i> <i>Наше знайомство з рестораном почалося з доставки, замовляли бургери та були приємно вражені швидкістю доставки. Окремо хочеться відзначити упаковку доставки, передбачено все - рукавички, сіль/перець, зубочистки, кількість серветок, одразу видно, що доставці приділяють належну увагу.</i> <i>Вишукана робота персоналу, в тому числі англійською мовою.</i> <i>Усе придумано до дрібниць.</i> <i>Прийшовши сюди ти потрапляєш у сприятливу обстановку, де кожен знає</i>

вітати мого чоловіка ніхто не збирався, я нагадала офіціанту і вже після закриття рахунку, після 10 хвилин очікування ми вирішили піти. Офіціант наздогнав із тортом у пакеті біля роздягальні. Офіціанти можуть нав'язувати дорогі блюда і вина, щоб збільшити чек і 10% своїх чайових. Вибір зупинився на вині французькою Chateau Seigneurie Laungedoc 2017 року, за ціною 1688 грн. Яке було моє здивування коли я взяв келих: аромату немає, смаку немає. Найцікавіше виявилось, що у закупівлі пляшка коштує близько 200 грн. Накрутка на вині у 6,5 разів якимось не зовсім адекватна. Не зрозуміло: це політика це керуючого або особиста ініціатива офіціанта, але торгуватися з клієнтом і вимагати дороге замовлення, якщо заклад позиціонує себе як ресторан високої кухні неприпустимо. Коли виникають проблеми з обслуговуючим персоналом – це прорахунки адміністратора закладу.	свою роботу і прагне зробити її ідеально. Спокійне місце для вечірніх посиденьок за келихом вина після робочого дня. Довго думали про вибір вина, нам допоміг офіціант - порекомендував італійське і ще за акційною ціною. Офіціант докладно розповів про страви, та так смачно, що захотілося спробувати все, що є. Відмінний сімейний ресторан, куди можна прийти з дітьми, і вони займуться переглядом мультиків. Перший і величезний плюс – можна відвідувати з вихованцями. Собачок принесуть попити, будуть ставитись як до бажаного гостя.
Іміджеві втрати. Іноді іноземцям пропонують більш дороге меню. Офіціанти іноді вимагають більших чаєвих, в тому числі від іноземців. Решту грошей не завжди приносять. Не завжди у рейтингових ресторанів є хостес. У блюдах іноді зустрічаються сторонні предмети (волосся, мухи). Такі блюда не завжди замінюють і не завжди вибачаються. О 16:00 відмовилися посадити на годину за один із численних столиків із резервом на 19:00. Не працює он-лайн бронювання, про що можна дізнатися за фактом, приїхавши до закладу - ні вибачень, нічого.	Компліменти і поздоровлення від закладу. На день народження чоловіка привітали музикою, тортом та феєрверком. Відзначали річницю з чоловіком, все дуже сподобалося, особливо наприкінці привітання від Персоналу, не очікувано та дуже приємно. Навіть якщо чекали довго, то блискавично виправлялися компліментами у вигляді чудового морозива. Було приємно отримати комплімент у вигляді наливки, яка була дуже смачною.
Чистота і комфорт. Проблеми з чистотою і закладі. У чоловічій вбиральні було не зовсім чисто, але не критично і я навіть не писав би про це, якби зайшовши до вбиральні о 21:20 на аркуші журналу дезінфекції приміщення не було б підпису за 21:30.	Інтер'єр. Приємний інтер'єр та зручні меблі. Живі квіти та білі скатертини. Красива та затишна територія. Інтер'єр ресторану по-домашньому затишний. Одеська кухня та одеська атмосфера.
	Музичний супровід. Дуже романтична атмосфера із живою музикою.
	Дитяча кімната. У вихідні дні працюють запрошені аніматори. Для відвідувачів з дітьми - величезна дитяча кімната, багато нянь, часто проводять майстер-класи дитячі.

	Дитячі майстер-класи, на яких діти можуть робити щось своїми руками, малювати піском та фарбами. <i>Діти у захопленні від ресторанного кінотеатру.</i>
	Естетика. Столові прилади німецькі та взагалі весь посуд високої якості, австрійські келихи.
	Гігієна. Французька косметика у сан вузлах.

Джерело: [19]

Через швидку зміну трендів та непередбачуваність зовнішніх чинників (пандемія, війна), доцільним є організація тренінгів та заходів щодо підвищення кваліфікації для давно працюючих в галузі робітників, що є важливим кроком у розвитку сфери гостинності та ресторанного бізнесу. До прикладу, це може бути проведення щоквартальних денних або дводенних практичних семінарів з підвищення кваліфікації для кухарів та барменів [2].

Young Chefs у Києві 17 вересня 2024 року проводило для рестораторів і шеф-кухарів майстер-класи від найцікавіших молодих шеф-поварів країни. Працювала гастрономічна лабораторія.

Gastro School – Це проєкт від Synergy Group, який дозволяє всім навчитися кулінарному мистецтву протягом 3-х місяців і отримати досвід та працевлаштування у проєктах компанії.

Основи професійної кухні

- Знайомство з обладнанням та організацією роботи кухні.
- Санітарія, гігієна та безпека на кухні.
- Класифікація, зберігання та підготовка продуктів.

Подача та декларування

- Основи естетичної подачі страв: кольорові поєднання та текстури.
- Використання їстівних прикрас, соусів та елементів.
- Правила гармонійної подачі.
- Вплив подачі на сприйняття смаку страви.

Техніки приготування страв

- Робота з ножами: нарізка овочів, м'яса, риби.
- Основи теплової обробки: смаження, запікання, варіння, тушкування, су-від.

- Приготування бульйонів, соусів, заправок та гарнірів.

Меню та управління кухнею

- Прийом товару
- Відкриття/закриття зміни
- Розробка авторських страв.
- Створення технологічних карт і розрахунків фудкосту.
- Організація роботи кухонної команди [57].

Подальший розвиток економіки України і Одеського регіону, а відповідно і сфери ресторанного бізнесу, пов'язані з наступними чинниками:

Оптимістичний сценарій:

- успішне протистояння обстрілам інфраструктури, відновлення та забезпечення енергетичної інфраструктури;
- відносна безпека в інших країнах, що дозволить сконцентрувати підтримку партнерів на допомозі Україні;
- виконання вимог міжнародних партнерів щодо покращення інвестиційного клімату (захист прав інвесторів, стабільна фінансова система);
- переговори щодо членства України в ЄС;
- повернення з-за кордону принаймні 20% населення, що виїхало після 24.02.2022 р.;
- стабільність інфляції на рівні 5-7% протягом найближчих років.

Песимістичний сценарій будується на сильному негативному впливі зовнішніх чинників. Причинами зниження інтенсивності зростання економіки України загалом можуть бути такі фактори:

- погіршення зовнішньої кон'юнктури – зниження попиту на основні позиції українського експорту, зниження світових цін на них,

зростання рівня конкуренції на міжнародному ринку, зниження економічного зростання країн-споживачів української продукції;

- посилення інтенсивності обстрілів цивільної та енергетичної інфраструктури;
- військові конфлікти в інших країнах, що потребують перерозподілу бюджетів допомоги партнерів;
- зменшення міжнародної підтримки, фокус на забезпеченні базових потреб;
- посилення трудової міграції та дефіцит трудових ресурсів необхідної спеціалізації та кваліфікації.

Для прогнозу макроекономічних показників, було взято за основу базовий сценарій розвитку (рис. 3.1).

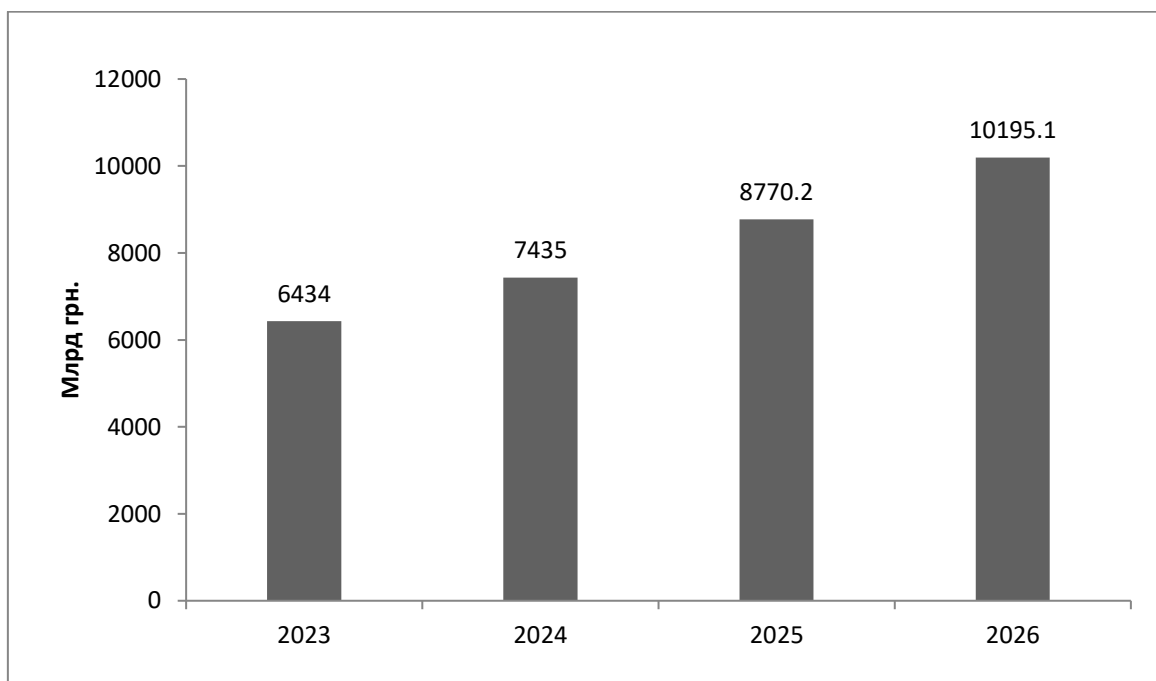


Рис. 3.1. Прогноз номінального ВВП України, млрд. грн.

Джерело : [22]

За рахунок поступового відновлення економіки, зниження курсу гривні та зростання конкуренції на ринку праці, очікується, що середня заробітна плата в Україні зросте на 17% (рис. 3.2).

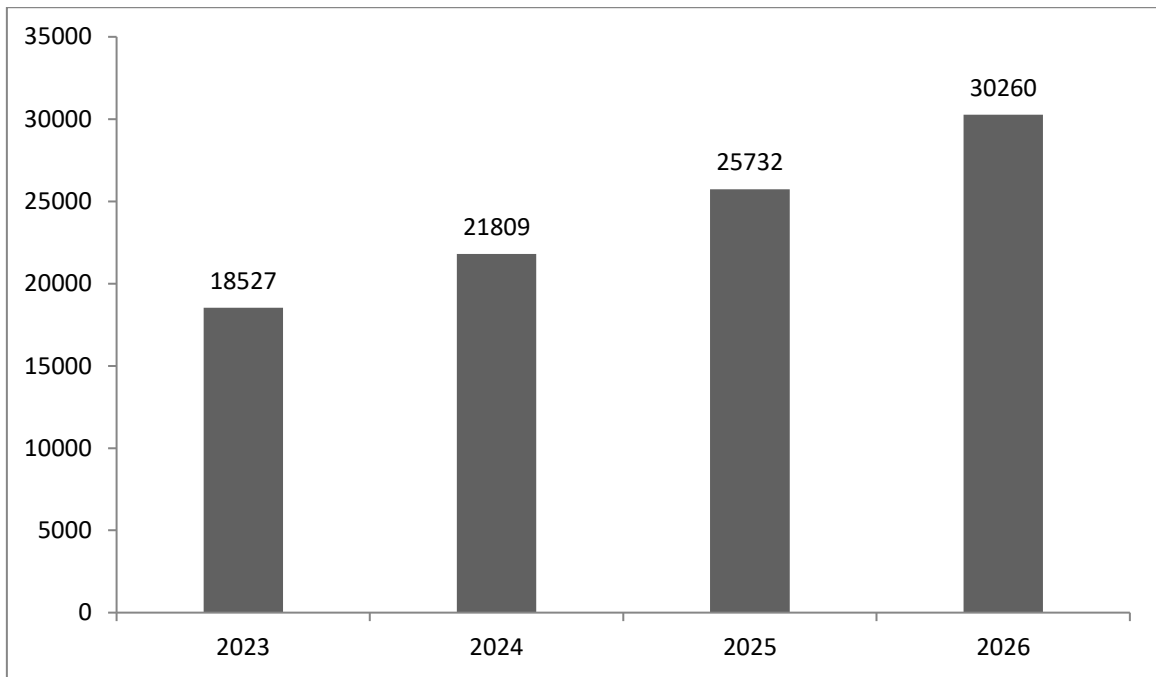


Рис. 3.2. Прогноз середньої заробітної плати, грн. /місяць

Джерело : [22]

Зважаючи на прогнозні дані щодо зростання рівня заробітної плати, можна передбачити і зростання інтересу клієнтів до ресторанних послуг. Проаналізувавши відгуки у соціальних мережах щодо цих закладів, узагальнили позитивні (табл. 3.10).

Таблиця 3.10

Нові тенденції у ресторанному бізнесі Одеського регіону

Напрямки	Опис
Інтер'єр, музикальний супровід	Розвиток стрітфуд культури. Дизайн “Ministry Of” виконано в стилі casual. Велику увагу приділено деталям: вінтажні меблі, QR-меню з Lego, тематичні картини, прихований камін, впізнавана візитівка Міністерств - рожевий холодильник. У меню 8 видів шаурми, сніданки, стартери, салати, основні страви, діпи та допи, а також десерти. З напоїв: пиво на кранах, комбуча, айран, томатний сік та фільтр кава. Ресторан середньовічної тематики із ситними стравами, напоями та персоналом у костюмах, а також живою музикою. Він розташований у підвальному приміщенні, яке є укриттям. Величезні панорамні вікна, які на висоті 9-го поверху відкривають чудовий краєвид на центр міста, порт, море та театр. Це заклад, де немає жодної стіни, адже весь ресторан – відкритий простір, заповнений світлом та променями. Дах ресторану – купол, де видно хмари та гарне блакитне небо. Інтер'єр в основному приміщенні закладу виконано у сучасному

	англійському стилі. Тут багато вінтажних деталей та прикрас, на стінах розвішані антикварні дзеркала. Шкіряні дивани, мармурові столи та світлий дизайн інтер'єру наголошують на концепції ресторану. Жива музика і звуки фортепіано. Вечорами запалюється камін та грає жива музика. Щовихідних у ресторані грає жива музика – скрипка або саксофон.
Незвичайні блюда і напої у меню:	Піца з пармою та вишнею у портвейні, піца польпетте з ягняти, равіолі з сомом, Полента з овечим сиром та спаржею. Основна позиція в меню – піца на заквасці, яку готують у дров'яній печі, з хрусткою скоринкою та пухкими бортиками. Доповнюють піцу у меню страви італійської кухні, величезний вибір солодких і солоних сніданків, карта коктейлів і вина. Карпаччо з баклажану з горіховим соусом та унагі, антипасті з прошутто, пармезаном, дор блю, горіхами та цитрусовим медом, салат з качиним філе, рикотою, виноградом та горіховим соусом, трюфельне ризото з грибами та пармезаном. Серед напоїв є фірмові фруктові та ягідні лимонади. У барі представлена велика винна карта та три фірмові настоянки – імбирна, ягідна та хріновуха. Ресторан пропонує сучасне бачення європейської кухні, поєднуючи традиційні рецепти з інноваційними методами приготування. Авторські десерти та коктейлі. Кожна страва була розроблена спеціально для цього закладу. Меню LenMag розкриває широкий вибір страв, включаючи свіжі салати, рибу, м'ясо та десерти. Вишукані страви готуються з використанням свіжих та корисних інгредієнтів на «відкритій кухні», тож гості можуть спостерігати за майстерністю кухарів закладу. Паста зі спаржею та тунцем, бріюш-дог з телячими щічками, гречана каша з ростбіфом та мусом дорблю, равіолі з вершковим сиром та каперсами. Авторську коктейльну карту «7 перших побачень» розробив досвідчений бармен та засновник одеського бару Flacon Влад Романішин, а також є окреме меню коктейлів з твістами на класику. Паб відомий своєю найбільшою колекцією віскі та пива. Найпопулярнішою стравою є шотландський пиріг з бараниною та овечим сиром. Більше 700 видів віскі, безліч видів пива та елю, чудовий інтер'єр та сомельє – відмінні риси пабу. Дегустаційна кімната та майстер-класи з культури та традицій споживання віскі та пива.
Особливості подачі блюд	У закладі прагнули надати можливість гостям торкнутися культури м'ясних страв на вогні, спостерігаючи повний цикл приготування від грилю до смокера та дивувати гостей елементами вогню в інтер'єрі та фіге-шоу під час приготування страв. У закладі використовують виключно локальні та натуральні інгредієнти при створенні страв, м'ясо готують в американському смокері, на грилі, бургери, шаурму та суп на вогні. Родзинка ресторану – вогняне шоу від шеф-кухаря та інтер'єр. У "Хмарах" дуже красиво ввечері. Особливу увагу в ресторані приділяють посуду та подачі страв. Наприклад, пюре до бефстроганову виносять у чавунному казанку, картопля фрі до тартару – у цеберці, а молоко до еспресо – у мініатюрних порційних пляшечках. Відкрита гриль-кухня дозволяє гостям спостерігати за процесом створення смачних страв, а також піддивитися за приготуванням м'яса у

	хоспері та на вугіллі. Усі страви готують прямо у залі, а хачапури випікають у дров'яній печі. Також з ресторану можна замовити їжу із Glovo, а влітку пообідати на терасі. Кожні три тижні змінюють меню. Усі страви виготовляють з італійських продуктів, а піцу печуть у дров'яній печі. Відкрита кухня у самому залі, де кожен гість може обрати собі устриць, рибу чи інші морепродукти та подивитися як йому приготують страву. Також є акваріум із живою рибою. Великі постери, яскравий дизайн, зелень та відкрита кухня додають шарму та створюють затишну атмосферу. Фішкою закладу є можливість створити свою піцу обравши із 36 інгредієнтів. Серед варіантів – 2 розміри основ для піци – 25/15 та 30/20, 7 видів соусів, 6 видів сирів. Також є 6 видів м'ясних начинок, серед яких мортаделла та хрумкий бекон, 10 різних овочів та фруктів, 5 видів спецій та 4 соуси для скорінок.
Доставка їжі, бронювання столиків	Доступна опція безкоштовної доставки по Одесі (крім неділі та понеділка), якщо сума замовлення перевищує 500 гривень. До п'ятисот гривень за доставку сплачує клієнт. Замовлену їжу в ресторані можна забрати із собою або замовити додому. Доставка у радіусі 3-х кілометрів від закладу буде безкоштовною. Ресторан використовує одну з найбільших одеських служб доставки Бонд, що розвозить їжу по всій Одесі; пропонує приватний паркінг, онлайн-бронювання та безбар'єрні входи, що є особливо важливим для людей з інвалідністю. Також влітку повечеряти можна і на літній веранді. Ресторан має дуже зручний сайт, де є кнопка зворотного зв'язку, повне меню і кнопка з можливістю замовити їжу з собою. Також заклад працює із міськими службами доставки.
Екологічність	У ресторані зосередилися на максимально екологічній їжі, відмовившись від не дуже корисних кулінарних хитрощів на кшталт «рідкого диму», спірних технологій консервації, устриць, які отримують «друге життя» у спеціальному сольовому розчині.

Джерело : [18]

Висновки

Таким чином, важливими чинниками успішності закладів залишаються вдала концепція та правильна локація. Навіть із невеликими початковими вкладеннями деякі заклади можуть швидко окупитися, якщо знаходяться у зручних місцях із великим потоком відвідувачів.

Ресторани зараз змінюються, багато хто з них намагаються стати для своїх клієнтів не лише місцем для проведення урочистостей, а й закладом повсякденного харчування.

Під час війни в Одесі туристи обирають найдоступніші розваги. Як правило, це ресторан та пляж. Дуже багато відкрилося нових кав'ярень.

Заклади громадського харчування в Україні активно адаптуються до змін на ринку HoReCa через інвестування у підвищення кваліфікації персоналу. Через дефіцит кадрів, ресторани користуються професійними курсами чи школами для підвищення кваліфікації, змушені розробляти нові програми навчання, особливо для молоді. Майже половина закладів мають програми навчання. Зокрема, важливими стають тренінги для кухарів, барменів і адміністративного персоналу, які сприяють покращенню практичних навичок.

ВИСНОВКИ

1. Внутрішній туризм за час війни став тією основою, завдяки якій тримається туристична галузь країни в цілому. Мандрівки Україною сьогодні – це не тільки спосіб відпочинку, але й засіб фізичного відновлення і психологічного розвантаження, як для наших захисників та їхніх родин, так і для цивільних. Держава не фінансує туризм зараз і навряд чи робитиме це в найближчі роки. Тож місцеві громади мають взяти справу у свої руки, налагодити туристичні локації, забезпечити інфраструктуру.

2. Протягом 2022-2024 років ресторанний бізнес втратив частину об'єктів, які залишились на окупованих територіях або були зруйновані під час обстрілів. На даний момент для більшості регіонів країни залишаються актуальними загрози від постійних обстрілів, що призводять до пошкоджень та руйнації об'єктів інфраструктури і закладів готельно-ресторанного бізнесу.

Популярні «автентичні» ресторани, або ресторани національної кухні, в орієнтуються на туристів або місцевих мешканців з середнім рівнем доходу. Ресторани з українською кухнею бачать свою цільову аудиторію серед українських мігрантів.

3. Споживачі віддають перевагу ресторанам: за прогнозами, у 2025 році галузь громадського харчування досягне 1,5 трлн. доларів США, і переважна більшість споживачів стверджують, що відвідували б ресторани більше, якби мали гроші.

З початком війни суттєво погіршилася ситуація з кадрами, в тому числі й у мережеских закладах. Більшість робітників, переважно жінок, виїхали за кордон або переїхали у більш у безпечні регіони, і це призвело до нестачі кваліфікованих кадрів під час відновлення роботи закладів.

Можливості працевлаштування для всіх: прогнозується, що робоча сила галузі зросте на 200 тисяч робочих місць, а загальна кількість зайнятих у галузі становитиме 15,9 мільйонів до кінця 2025 року. Багато відвідувачів

ресторану, у тому числі 64% клієнтів із повним набором послуг і 47% клієнтів з обмеженим обслуговуванням, кажуть, що їх враження від обіду важливіше, ніж ціна страви.

Ресторанна індустрія продовжує надавати можливості для працевлаштування. Очікується, що в 2025 році в галузі буде створено приблизно 200 000 нових робочих місць, а загальна кількість працівників досягне 15,9 мільйонів. Галузь залишатиметься другим за величиною роботодавцем у приватному секторі країни.

4. Близько 7000 закладів харчування закрились в Україні у 2022 році. У 2023 році їхня кількість зменшилась ще майже на 13% – до близько 26 100 закладів. Падіння кількості не завадило збільшенню виторгу. У 2023 році у барів і пабів він зріс на 28,6%, до 11,7 млрд. грн., порівнюючи із 2022-м. Виторг ресторанів – на 37%, до 38,1 млрд. грн., кафе – на 26%, до 45,9 млрд. грн., кав'ярень – на 31,5%, до 16,7 млрд. грн., закладів фаст-фуду – на 26,5%, до 23,9 млрд. грн.

В Одесі зміна персоналу відбулася в 19,2% закладів відповідно. У майже 47% представників галузі харчування відсутнє навчання для персоналу. Приблизно стільки ж – 45% – проводять тренінги, майстер-класи та семінари. Інші проводять лише ввідний інструктаж чи пропонують стажування.

Кількість закладів скорочується, особливо це стосується незалежних закладів, до яких відноситься більшість автентичних ресторанів. При цьому мережеві компанії, навпаки, демонструють більшу стійкість та активно вкладаються у розвиток та розширення.

5. Брак кваліфікованої робочої сили та скорочення попиту на продукцію/послуги важливі. Законодавчі бар'єри залишаються суттєвим фактором, цей вплив є дещо вищим у прифронтових областях. Недостатня інфраструктура та втрата постачальників є більш релевантними для прифронтових областей, що пояснюється ускладненою ситуацією з інфраструктурою та логістикою в цих областях. Підприємства також

висловлюють запит на кваліфікованих фахівців, які мають спеціальні знання та навички.

6. Бізнеси стали більше покладатися на внутрішні ресурси та реінвестування прибутків, оскільки доступ до зовнішніх кредитів обмежений. Важливість фінансового планування та управління ризиками зросла, адже підприємства змушені адаптувати свої фінансові стратегії до нових умов, враховуючи нестабільність ринку та валютні коливання. Спостерігається тенденція до консолідації бізнесів та створення стратегічних альянсів для спільного подолання фінансових труднощів. Ці зміни свідчать про адаптивність українського бізнесу та його здатність знаходити нові шляхи для забезпечення фінансової стабільності в умовах кризи.

7. Важливими чинниками успішності закладів залишаються вдала концепція та правильна локація. Навіть із невеликими початковими вкладеннями деякі заклади можуть швидко окупитися, якщо знаходяться у зручних місцях із великим потоком відвідувачів. Ресторани зараз змінюються, багато хто з них намагаються стати для своїх клієнтів не лише місцем для проведення урочистостей, а й закладом повсякденного харчування. Під час війни в Одесі туристи обирають найдоступніші розваги. Як правило, це ресторан та пляж. Дуже багато відкрилося нових кав'ярень.

6. Заклади громадського харчування в Україні активно адаптуються до змін на ринку HoReCa через інвестування у підвищення кваліфікації персоналу. Через дефіцит кадрів, ресторани користуються професійними курсами чи школами для підвищення кваліфікації, змушені розробляти нові програми навчання, особливо для молоді. Майже половина закладів мають програми навчання. Зокрема, важливими стають тренінги для кухарів, барменів і адміністративного персоналу, які сприяють покращенню практичних навичок.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аналіз ринку ресторанів національної кухні в Лондоні. 2022 рік. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/issledovanie-rynka/analiz-rynka-restoranol-nacionalnoj-kuhni-v-londone-2022-god> (дата звернення - 01-02.2025).
2. Аналіз ринку HoReCa в Україні. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/rynok-horeca-v-usloviyah-polnomasshtabnoj-vojni>
3. Аналіз ринку закладів громадського харчування в Україні (HoReCa). 2024 рік. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/issledovanie-rynka/analiz-rynka-zavedenij-obshestvennogo-pitaniya-v-ukraine-2024-god> (дата звернення - 11-02.2025).
4. Бедрадіна Г.К., Мостова К.А. Оцінювання якості функцій управління на підприємствах ресторанного бізнесу. *Економіка та суспільство*. 2021. № 34. URL: <http://surl.li/fhmjm>
5. Бедрадіна Г.К., Мостова К. Моделювання управлінських рішень на підприємствах ресторанного бізнесу. *Науковий вісник Одеського національного економічного університету Збірник наукових праць № 1-2 (302-303), 2023, 147с. (С.100-105)*. URL: <http://n-visnik.oneu.edu.ua/archive.php>
6. Виробники безалкогольних напоїв за 2023 рік збільшили сплату податків удвічі – Гетманцев. Дані по ринку від Pro-Consulting. FORBES. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/proizvoditeli-bezalkogolnyh-napitkov-za-2023-god-uvelichili-uplatu-nalogov-vdvoe-getmancev-dannye-po>
7. Все про ресторанне обслуговування: визначення, види та поради 29 березня 2023 р. URL: <https://www.sriboga.com/news/all-about-restaurant-service:-definition-types-and-tips>
8. Гапоненко Г. І., Євтушенко О. В., Шамара І. М., Холодок В. Д. Основні тенденції розвитку ресторанного господарства України в сучасних умовах. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна*. Серія: Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм. Вип. 14, грудень 2021. С. 132–141.

9. Григоренко М. Туризм в Україні почав потроху відновлюватися: свіжі дані Держтуризму. URL: <https://www.unian.ua/tourism/news/turizm-v-ukrajini-pid-chas-viyni-derzhturizmu-vidzvituvalo-pro-zbilshennya-nadhodzhen->
10. Динаміка податкових надходжень від регіонів за три квартали 2023 року. URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/dinamika-podatkovih-nadhodzhen-vid-regioniv-za-tri-kvartali-2023-roku>
11. Заклади зараз – єдине місце, куди українці можуть витратити гроші»: як розвивається ресторанний бізнес під час повномасштабної війни. URL: <https://nashkiev.ua/eat/zakladi-zaraz-edine-mistse-kudi-ukraintsi-mozhut-vitrachati-groshi-yak-rozvivaetsya-restorannii-biznes-pid-chas-povnomasshtabnoi>
12. Зарубіна А. В., Сіра Е. О., Демчук Л. І. Особливості туризму в умовах воєнного часу. *Економіка та суспільство*. 2022. Випуск 41. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1543/1484>
13. Єгупова І.М., Єгупов Ю.А. Вдосконалення управління конкурентоспроможністю продукції на підприємствах харчової промисловості. *Вісник Таврійського університету*. 2021. Том 32 (71). N 2. С. 25-33. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/issue/view/37>
14. Інтеграція рослинного молока в кав'ярні – дані по ринку від Pro-Consulting. 24 Канал. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/integraciya-rastitelnogo-moloka-v-kafe-dannye-po-rynku-ot-pro-consulting-24-kanal>
15. Ковальчук Т. Г. Перспективи розвитку готельноресторанного бізнесу в Україні в умовах глобалізації світового господарства. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2019. Вип. 23 (1). С. 126–130.
16. Малюга Л., Загороднюк О. Конкурентоспроможність підприємств ресторанного бізнесу. *Східна Європа: Економіка, бізнес та управління*. 2020. Вип. 2 (25). DOI: 10.32782/easterneurope.25-35. 8. В Україні запустили безоплатну платформу для допомоги в релокації бізнесу. URL: <https://www.kmu.gov.ua/news/v-ukrayini-zapustili-bezoplatnu-platformu-dlya-dopomogi-v-relokaciyi-biznesu> (дата звернення: 24.05.2022).

17. Михайлюк О.Л. Перспективи впровадження найкращих практик для розвитку підприємств швидкого харчування Одеського регіону. *Вісник соціально-економічних досліджень* зб. наук. праць. Одеса : Одеський національний економічний університет. 2023. No 1-2 (84-85). С. 172–186.

URL: <http://vsed.oneu.edu.ua/collections/2023/84-85/>

18. Нові заклади Одеси: ресторани, кафе та кав'ярні, що відкрилися 2024 року. URL: <https://posteat.ua/obzory/novi-zakladi-odesi-restorani-kafe-ta-kavyarni-shho-vidkrilis-u-2024/>

19. Одесса: лучшие рестораны. URL: https://www.tripadvisor.ru/Restaurants-g295368-Odesa_Odesa_Oblast.html

20. Одесу заповнила рекордна кількість туристів. URL: <https://volnarez.com.ua/odesu-zapolonila-rekordna-kilkist-turistiv/>

21. Професійні стандарти WorldSkills. URL: <https://worldskills.org/what/projects/> (дата звернення - 01-03.2025).

22. Прогноз основних макроекономічних показників України на 2024 рік від Pro-Consulting. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/prognoz-osnovnyh-makroekonomicheskikh-pokazatelej-ukrainy-na-2024-god-ot-pro-consult>

23. Ресторанна індустрія готова до зростання в 2025 році: очікується, що галузь забезпечить роботою 15,9 мільйона людей і досягне \$1,5 трильйона продажів. URL: <https://www.prnewswire.com/news-releases/restaurant-industry-poised-for-growth-in-2025-industry-expected-to-employ-15-9-million-people-and-reach-1-5-trillion-in-sales-302369638.html>

24. Ресторани Одеси. ТОП 10 кращих ресторанів в Одесі. URL: <https://odesa-day.com/restaurants-of-odessa/>

25. Ресторани та кафе Одеси. URL: <https://omore.city/articles/103716/27-luchshih-restoranov-od>

26. Ринок ХоРеКа в Україні: дослідження споживання бутильованої води. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/rynok-horeka-v-ukraine-issledovanie-potrebleniya-butirovannoj-vody>

27. Ринок пива. – Pro-Consulting виступила на щорічній конференції «Напої України. Чай та кава 2024». URL:

<https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/rynok-piva-pro-consulting-vystupila-na-ezhegodnoj-konferencii-napitki-ukrainy-chaj-i-kofe-2024>

28. Ринок пива в Україні - дані Pro-Consulting. LIGA.net. URL:
<https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/rynok-piva-v-ukraine-dannye-pro-consulting-liga-net>

29. Ринок крафтового пива в Україні та ЄС: у 2023 році вітчизняне виробництво збільшилося на 19%. URL:

<https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/rynok-kraftovogo-piva-v-ukraine-i-es-v-2023-godu-otechestvennoe-proizvodstvo-uvelichilos-na-19>

30. Ринок кави - огляд від Олексія Надводнюка, аналітика Pro-Consulting, для журналу "Упаковка". URL:

<https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/rynok-kofe-obzor-ot-alekseya-nadvodnyuka-analitika-pro-consulting-dlya-zhurnala-upakovka>

31. Ринок HoReCa в Україні: споживацькі оцінки. URL:
<https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/rynok-horeca-v-ukraine-potrebitelskie-ocenki> (дата звернення - 11-02.2025).

32. Ринок HoReCa в Україні: регіональні тенденції в 2023 році. URL:
https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/rynok-horeca-v-ukraine-regionalnye-tendencii-v-2023-godu_1

33. Ринок HoReCa в Україні: у 2023 році кількість закладів скоротилася на 12,3%. URL:

<https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/rynok-horeca-v-ukraine-v-2023-godu-kolichestvo-zavedenij-sokratilos-na-12-3>

34. Ринок кави: основні показники та тенденції споживання. Pro-Consulting виступила на щорічній конференції «Напої України. Чай та кава 2024». URL:

<https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/rynok-kofe-osnovnye-pokazateli-i-tendencii-potrebleniya-pro-consulting-vystupila-na-ezhegodnoj-konferencii-napitki-ukrainy-chaj-i-kofe-2024>

35. Ринок кафе та ресторанів в Україні: зафіксовано зростання середнього чека на 18%. URL:

<https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/rinok-kafe-ta-restoraniv-v-ukrayini-zafiksovano-zrostannya-serednogo-cheka-na-18> (дата звернення - 01-04.2025).

36. Ринок громадського харчування у Берліні: комплексне маркетингове дослідження. URL:

<https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/rynok-obshestvennogo-pitaniya-v-berline-kompleksnoe-marketingovoe-issledovanie>

37. Ринок готелів в Україні: виручка операторів збільшилась на 26% після обвалу 2022 року. URL:

<https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/rynok-gostinic-v-ukraine-vyruchka-operatorov-uvelichilas-na-26-posle-obvala-2022-goda>

38. Ринок праці в Україні: тенденції трансформації. URL:
<https://pro-consulting.ua/ua/pressroom?page=31&per-page=9>

39. Середня зарплата в Одесі. URL: <https://www.work.ua/ru/salary-odesa/>

40. Скільки українців подорожує країною під час війни? URL:
<https://www.tourism.gov.ua/blog/skilki-ukrayinciv-podorozhuie-krayinoyu-pid-chas-viyni> (дата звернення - 10-02.2025).

41. Стан ресторанної індустрії 2025. URL:
<https://restaurant.org/research-and-media/research/research-reports/state-of-the-industry/> (дата звернення - 05-02.2025).

42. Статистична інформація. Головне управління статистики в Одеській області. URL: <https://www.od.ukrstat.gov.ua/>
<https://nashkiev.ua/eat/zakladi-zaraz-edine-mistse-kudi-ukraintsi-mozhut-vitrachati-groshi-yak-rozvivaetsya-restorannii-biznes-pid-chas-povnomasshtabnoi-viini> (дата звернення - 01-02.2025).

43. Стійкість українського бізнесу під час повномасштабного вторгнення. URL:

<https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/ustojchivost-ukrainskogo-biznesa-vo-vremya-polnomasshtabnogo-vtorzheniya>

44. Українські готелі заробили 9,3 млрд. грн.. у 2023 році, заклади харчування – 136,3 млрд. грн.. - дані по ринку від Pro-Consulting. FORBES. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/ukrainskie-oteli-zarabotali-9-3-mlrd-grn-v-2023-godu-zavedeniya-pitaniya-136-3-mlrd-grn-dannye-po-rynku-ot-pro-consulting-forbes>

45. Три роки без Криму: Як відпочивають біля моря в Одеській області. URL: <https://ua.112.ua/statji/try-roky-bez-krymu-yak-vidpochyvaiut-bilia-moria-v-odeskii-oblasti-404971.html>

46. Туристичний збір в Україні за січень-вересень 2024 року. URL: facebook.com/m.oleskiv/ (дата звернення - 11-02.2025).

47. Туристична галузь України під час війни: виклики, загрози, шляхи виходу з кризи : монографія / [за заг. редакцією д. е. н., проф. М. Ю. Барна]. Львів : ЛТЕУ, 2024. 280 с.

48. Туризм і рекреація в Україні у воєнний та повоєнний час: збірник матеріалів Всеукр. наук.-практ. конф., 28 червня 2024 р. Полтава : ПДАУ, 2024. 196 с.

49. Царук, В. В. (2023). Туризм в Україні в умовах воєнного стану – проблеми відновлення та пошуку нових моделей управління. *Таврійський науковий вісник. Серія: Публічне управління та адміністрування*, (4), 15-24. URL: <https://doi.org/10.32782/tnv-pub.2023.4.3>

50. Що таке ресторанний бізнес? URL: <https://cpdonline.co.uk/business-guides/setting-up-a-restaurant-business>

51. Чому по Україні закриваються ресторани і чи врятує галузь «вищий чек» – дані по ринку від Pro-Consulting. РБК-Україна. URL:

<https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/pochemu-po-ukraine-zakryvayutsya-restorany-i-spaset-li-otrasl-bolee-vysshiy-chek-dannye-po-rynku-ot-pro-consulting-rbk-ukraina>

52. Як російсько-українська війна впливає на кав'ярні та ресторани в Одесі. URL: <https://foreignukraines.com/2024/09/06/how-the-russian-ukrainian-war-affects-cafes-and-restaurants-in-odessa/>

53. Як заклади громадського харчування адаптуються до змін на ринку HoReCa. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/kak-zavedeniya-obshepita-adaptiruyutsya-k-izmeneniyam-na-rynke-horeca>

54. Як зараз розвивається ринок пива в Україні - дані по ринку від Pro-Consulting. DELO.UA. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/kak-sejchas-razvivaetsya-rynok-piva-v-ukraine-dannye-po-rynku-ot-pro-consulting-delo-ua>

55. 10 смачних місць Одеси. Популярні ресторани і кафе. URL: <https://blog.vlasne.ua/restaurants/>

56. YOUNG CHEFS: НОВИЙ ХІД ГАСТРОІНДУСТРІЇ. URL: [HTTPS://YOUNG-CHEFS.COM.UA/](https://young-chefs.com.ua/)

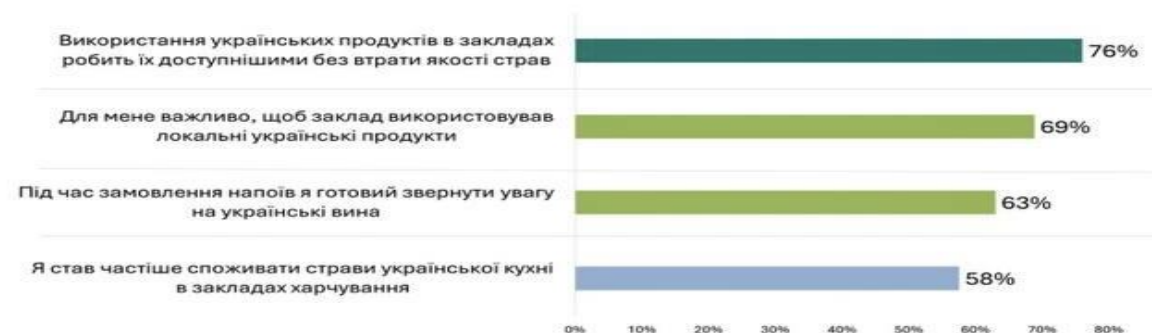
57. Gastro School – створи себе з Synergy Group. URL: <https://www.google.com/search?q=astro+school%F0%9F%91%A9%F0%9F%8F%BC%F0%9F%8D%B3+%D0%B2%D1%96%D0%B4+%D0%BA%D0%BE%D>

УКРАЇНСЬКИЙ РИНОК HORECA ОСНОВНІ ПОКАЗНИКИ, ПРОБЛЕМИ ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ



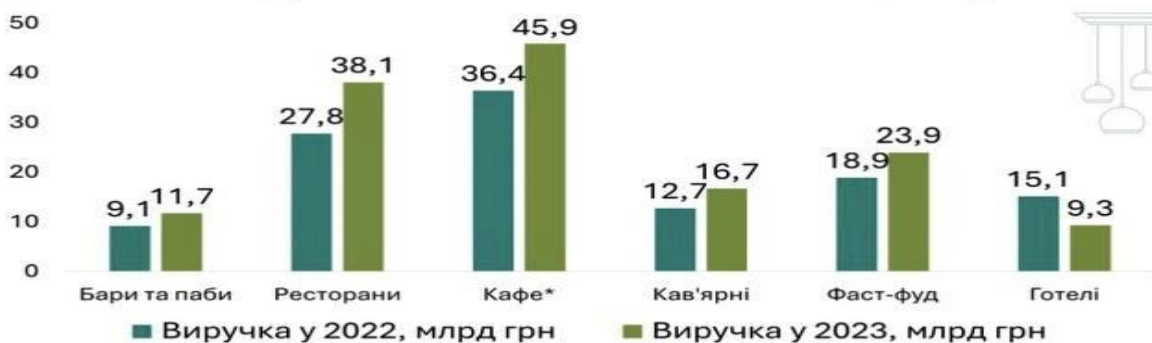
ТРЕНД НА ЛОКАЛЬНІСТЬ

РІВЕНЬ ЗГОДИ РЕСПОНДЕНТІВ З ОСНОВНИМИ ТВЕРДЖЕННЯМИ ПРО
УКРАЇНСЬКУ КУХНЮ ТА УКРАЇНСЬКІ ПРОДУКТИ



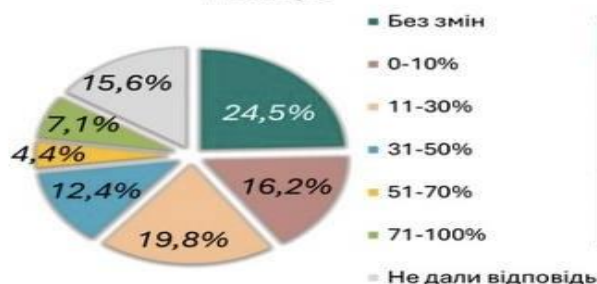
ДИНАМІКА РИНКУ В 2022-2023 РР.

ВИРУЧКА ЗАКЛАДІВ HORECA ЗА ТИПОМ У 2022-2023 РР., МЛРД ГРН



ПЛІННІСТЬ КАДРІВ

Оновлення штату за 6 місяців



Оновлення штату за типом закладу

Тип закладу	Зміна персоналу, %
Бар/ паб	21%
Кав'ярня	20%
Кафе	14%
Ресторан	14%
Готель	9%