

**Мікроекономіка**

Юрій ГУМЕНЮК

**ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ
РЕСТОРАННОЇ СПРАВИ
В АГРАРНО-ІНДУСТРІАЛЬНІЙ ДЕРЖАВІ****Резюме**

Обґрунтовано роль сфери послуг в розвитку національної економіки країни. Доведено, що штучне культивування сфери послуг в умовах деградації галузевої структури та скорочення ефективного сукупного попиту не може вивести її у ранг локомотива економічного розвитку. Методологічно обґрунтовано авторську позицію щодо синергії рівня доходів домогосподарств, структури їх витрат, інвестиційної привабливості країни та продуктивності праці в її економіці. Зазначено, що сегменту сфери послуг, безпосередньо спрямованому на особу, також властива техніко-технологічна інноваційність, яка виявляється у поглибленні персоналізації надання послуг громадського харчування.

Ключові слова

Ресторанна справа, сфера послуг, платоспроможний попит, прями іноземні інвестиції, продуктивність праці.

© Юрій Гуменюк, 2019.

Гуменюк Юрій, докт. екон. наук, доцент, завідувач кафедри міжнародного туризму та гостинності, Тернопільський національний економічний університет, Україна. ORCID ID 0000-0001-8203-5749. kaf_mbt@tneu.edu.ua.

Класифікація за JEL: D1, O14.

Постановка проблеми

Урядовці та експертні кола впродовж періоду набуття Україною незалежності намагаються запропонувати суспільству напрямки соціально-економічного розвитку. Цивілізаційно склалося, що український етнос тяжів до західного шляху розвитку, який наперед визначив обрану модель трансформації. Проте в її результаті країна отримала не засновану на добробуті населення демократію, а базовану на його зубожінні олігополію. Останні роки Україна посідає чільні позиції серед найбідніших країн Європи, що не могло не відобразитися на згортанні внутрішнього попиту і деградації структури національної економіки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Питання розвитку ресторанної справи традиційно були в полі зору дослідників та практиків сфери надання послуг харчування, які зосередили свій науковий пошук на організації й способі їх пропозиції. З аспекту економічної теорії достатньо цільно досліджено розвиток економічної системи і сформовано можливі варіанти її реалізації.

Виділення недосліджених частин загальної проблеми

Проте в умовах деіндустріалізації національної економіки України її сервісна компонента залишилася без підтримки ефективного сукупного попиту.

Постановка завдання

Метою написання статті є теоретико-методологічне обґрунтування взаємовпливів секторів національної економіки та пошук механізму її інноваційного розвитку.

Виклад основного матеріалу

Логіка еволюції для предмета дослідження передбачає висхідний тренд, коли кожен наступний його вияв кращий за попередній. Еволюція економічної системи полягає в переході до більш складних її укладів. І тут не може бути простих рішень. Гіпотеза трьох секторів економіки Ж. Фурастьє трактує соціально-економічну еволюцію як поступове зміщення акценту економічної діяльності від первинного через вторинний до третинного сектору.

Так, у першій фазі в первинному секторі зайнято понад 70% робочої сили, у другій – 20%, у третій фазі для його функціонування вже задіяно менше, ніж 10%. Доцільно відразу зазначити, що у країнах розвинутого ринку менше, ніж 25% робочої сили за найвищими стандартами кількакратно забезпечує продовольчу безпеку. Еволюція – це складна справа, регрес значно простіший. Національна економіка України з легкістю трансформувалася із індустріальної економіки командно-адміністративного типу в аграрно-індустріальну того ж таки адміністративного типу і нині має всі можливості стати таким собі феноменом – «аграрною супердержавою». Підстави так вважати дають чисельність чиновницько-бюрократичного апарату (ЧБА) держави, частка її власності в економіці та рекомендації т. з. провідних експертів. Зокрема, у період з 1990 р. по 2015 р. чисельність чиновників в Україні зросла шестикратно зі 60 до 370 тис. осіб [6]. Водночас державний сектор в Україні все ще має великі розміри: за станом на 2014 р. наша держава займала дев'яте місце у світі за часткою державних витрат у ВВП. При цьому інституційна спроможність держави – здатність ефективно управляти, регулювати економіку, стримувати корупцію та ін. – є дуже низькою, на рівні країн третього світу. За даними Державної служби статистики України (лист № 04.1-07/137-17 від 29.09.2017 р.) найвідчутніше держава присутня в сільському, лісовому і рибному господарстві – 55%, у транспорті, складському господарстві, поштовій та кур'єрській діяльності – 23%, у промисловості – 15%. Питома вага чистого доходу від реалізації продукції суб'єктів господарювання державного сектору економіки в них становила відповідно 66%, 30% і 17%.

Проте виявляються також суттєві відмінності. На рівнях, які не приносять великих корупційних доходів (нецікаві для ЧБА), ринкова економіка превалює. Так, у наданні послуг тимчасового поселення й організації харчування частка держвласності становить 5,2%, а питома вага чистого доходу в оптовій та роздрібній торгівлі – лише 2%, в ремонті автотранспортних засобів і мотоциклів – відповідно 2,2% та 1,1%. Крива Армея показує, що коли економічні рішення приймаються переважно державою, темпи зростання економіки є низькими, оскільки високий рівень оподаткування пригнічує дух підприємництва і мотивацію до праці, що в кінцевому підсумку призводить до низької продуктивності інвестицій та неефективного використання ресурсів.

Зокрема, сфера послуг, яку прийнято вважати третинним сектором економіки, своєрідно рефлексує регрес. Так, фінансово-банківська система в результаті реформи 2014–2017 рр. зазнала значних репутаційних і матеріальних втрат, що відобразилося на результатах її діяльності. Частка банків з державним капіталом в активах банків зросла до 52%, а з іноземним капіталом – майже до 30%, що значно скоротило впливовість банків з українським капіталом [8]. Таким чином, держава й іноземні банки будуть визначати фінансову політику для вітчизняних підприємств. Освітні та медичні послуги п'ятий рік перебувають у стані перманентного реформування, кінцевий результат якого чітко не уявляють навіть в експертному середовищі. Підприємці, які надають решту видів послуг, залежно від міри реалізації піраміди потреб різних прошарків населення, намагаються закріпитися на досягнутих позиціях.

Ресторанний бізнес в Україні також зазнавав значних змін та перетворень. Так, в УРСР чисельність ресторанів у містах була настільки мізерною, що потрапити до них вже вважалося удачею, і клієнти не звертали особливої уваги на так званий «ненастирливий радянський сервіс». Водночас суспільний запит на послуги громадського харчування елітного сегмента був настільки високим, що ресторанна справа стала однією з перших, де реалізувався підприємницький потенціал населення. Проте стрімке згорання сукупного попиту в 90-х рр. ХХ ст. поставило її в «позицію очікування».

Згідно з даними компанії «Ресторанний консалтинг» у сфері ресторанного бізнесу України, на початок 2014 р. працювало 20 тис. 578 закладів зі штатом у 15 тис. осіб [1]. Для порівняння: лише у Парижі понад 10 тис. ресторанів та не менша кількість брасері, який (наприклад, загальновідомий двоповерховий «Брасері-Ліпп») для України цілком може вважатися рестораном найвищого ґатунку [9]. У США в 2010 р. кількість закладів громадського харчування сягнула 1 млн., в яких працювало 13 млн. осіб, що становило близько 10% національної робочої сили і за кількістю робочих місць виводило галузь на другу позицію. У будь-який день року в закладах індустрії громадського харчування громадяни США витрачають понад 1 млрд. дол. [1].

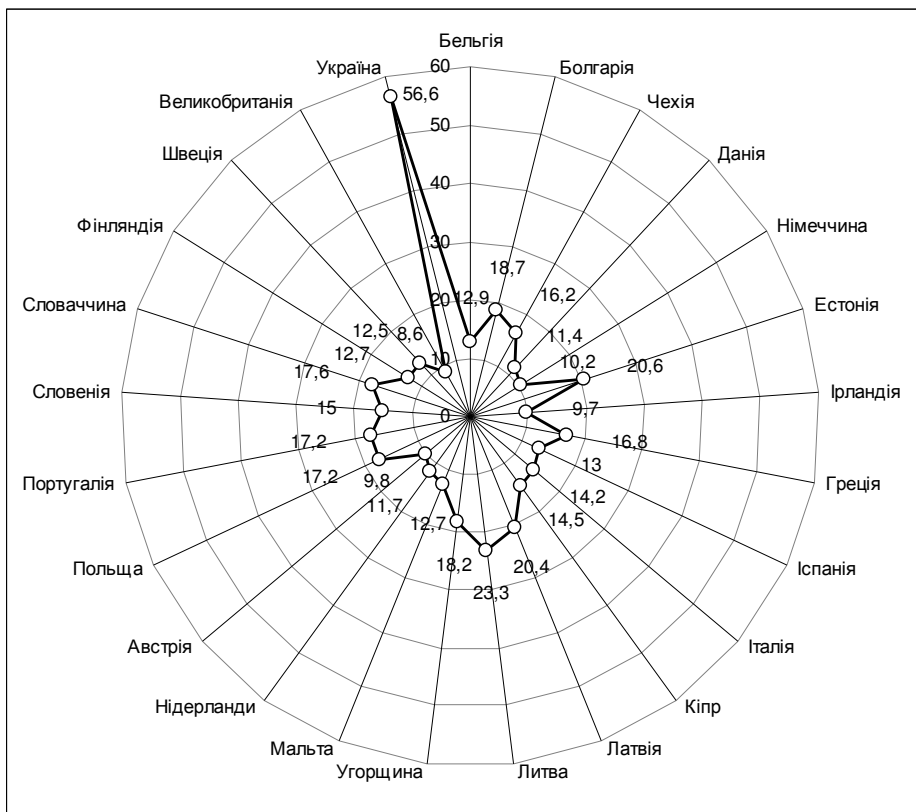
Нині в експертному середовищі початок 2014 р. вважається своєрідним орієнтиром рівня економічного розвитку країни. Серед факторів, які найбільше вплинули на ринок громадського харчування в Україні, ресторатори називають відсутність реформ у податковій системі, брак доступного кредитування, девальвацію гривні, виведення капіталу з країни, високі тарифи на комунальні послуги, а також значне зменшення кількості компаній-імпортерів продуктів харчування (риби, морепродуктів, овочів, ягід, м'яса, сирів) і в підсумку – відсутність конкуренції на ринку імпортованих продуктів, що призводить до постійного подорожчання сировини.

У процесі формування цін на страви меню важливе значення має вибір страв та вин. Так, ціноутворення здійснюється відповідно до запланованих витрат і доходів. Орендна плата, кількість місць у ресторані та вартість страв –

все це має значення, але якими би привабливими не виглядали заклад і ціни в ньому, відвідати його може лише той, хто має достатньо на це коштів. Статистичні дані показують, що населення розвинених країн на харчування витрачає до 10% свого доходу. Зокрема, середня американська родина витрачає на купівлю продуктів харчування лише 6,6% сімейного бюджету. Якщо ж додати відвідування ресторанів та послуги громадського харчування, то частка витрат на харчування зростає лише до 11%. Взагалі у США резиденти на відвідування ресторанів щодня витрачають понад 1 млрд. дол.

Рисунок 1

Питома вага витрат на харчування у сукупних споживчих витратах в Україні та окремих країнах ЄС у 2014 р.



Джерело: <http://edclub.com.ua/analityka/na-shcho-vytrachayut-koshty-domogospodarstva-ukrayiny-ta-yes>.

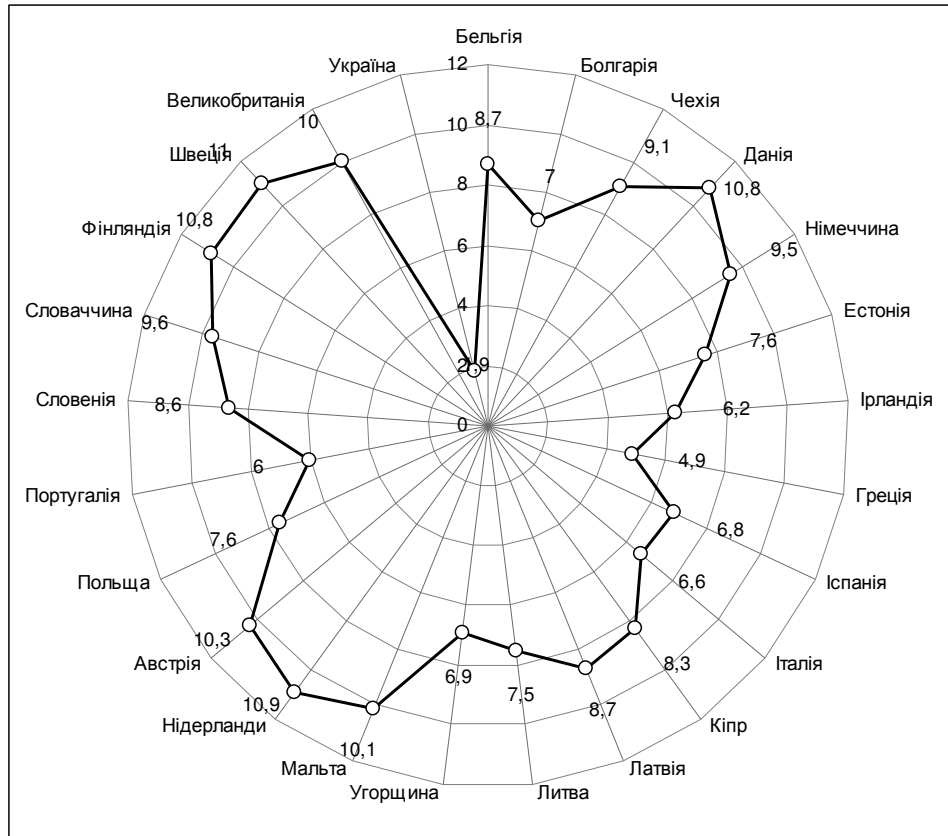
У Пакистані середня родина в 2014 р. витратила близько 47,7% свого сімейного бюджету на продукти харчування. У середньому в Україні частка грошових витрат домогосподарств на продукти харчування у 2016 р. становила 47,8%, а два роки раніше цей показник був на позначці 37%. Навіть найзаможніші українські домогосподарства витрачають у середньому більшу частку на продукти харчування, ніж середньостатистичні домогосподарства у розвинених країнах, як стверджує професор Київської школи економіки О. Купець [5].

Готельно-ресторанний бізнес за суттю є основою більш широкої сфери господарської діяльності – туризму, який відповідно поділяється на внутрішній і міжнародний. Так, у багатих країнах внутрішній туризм слугує базою для розвитку міжнародного туризму. Інакше кажучи, бізнес на ринку нічого нового не пропонує, а його потужності працюють на грані виробничих можливостей. У такий спосіб розвинені країни проводять чемпіонати світу з різних видів спорту, вони використовують для цього існуючу інфраструктуру високої якості, надаючи світу зайві докази своєї конкурентоспроможності. При цьому країни, які намагаються видаватися розвиненими, коли під тиском різних обставин (нерідко корупційних) вони отримують від міжнародних федерацій право на проведення таких змагань, витрачають порівняно великі кошти з бюджетів держави. Зокрема, на проведення Чемпіонату світу з футболу – 1998 Франція витратила на стадіони й інфраструктуру 2 млрд. дол. Чемпіонат світу – 2002 проводився в Японії та Південній Кореї, команди яких не належать до еліти світового футболу і витрати на стадіони й інфраструктуру яких зросли до 4 млрд. дол. Водночас «футбольна» Німеччина на Чемпіонат світу – 2006 на «причепурення» стадіонів та інфраструктури витратила лише 2,9 млрд. дол. Навіть ПАР, збірна якої, за мірками Африки, є міцним футбольним середнячком, на Чемпіонат світу – 2010 на стадіони й інфраструктуру витратила 3,5 млрд. дол. Чемпіонат світу – 2014 у «найфутбольнішій» країні світу – Бразилії – вже коштував 14 млрд. дол. Бразильці й досі оплачують «блага», які він їм приніс, не кажучи вже про Олімпіаду – 2016: порожні стадіони, що розвалюються, падіння ВВП на 4% і черговий стрибок безробіття. Витрати Росії на світову футбольну першість 2018 р. ще у серпні 2014 р. оцінювалися в 16,8 млрд. дол. Однак через стрибки курсу, незважаючи на зростання рублевих витрат, у доларовому еквіваленті вони істотно скоротилися – до 9,62 млрд. дол. [11].

Україна на підготовку до Євро – 2012 витратила понад 5 млрд. дол. бюджетних коштів, будучи до того лише одним зі співorganizаторів Чемпіонату. Потім такі об'єкти залишаються тягарем на місцевих бюджетах, як, наприклад, спортивна «Арена Львів», аеропорти в містах, що приймали матчі першості, та ін. Інакше кажучи, навіть такі значущі акселератори зростання, як події світового рівня, штучно привнесені в бізнес-середовище країн олігархічного типу, не приводять до економічного розвитку і процвітання.

Рисунок 2

Питома вага витрат на культуру та відпочинок у сукупних споживчих витратах в Україні та окремих країнах ЄС у 2014 р.



Джерело: <http://edclub.com.ua/analityka/na-shcho-vytrachayut-koshty-domogospodarstva-ukrayiny-ta-yes>.

Так, у 2014 р. домогосподарства України у структурі споживчих витрат 57% доходу (2 тис. 800 євро) витрачають на оплату продуктів харчування, 3% – на ресторани та готелі і 2% – на культуру й відпочинок. В ЄС-28 у 2014 р. споживчі витрати одного домогосподарства становили 25 тис. 10 євро, з них на продукти харчування витрачалося 12%, на культуру і відпочинок – 9%, на ресторани й готелі – 8% [5]. Якщо домогосподарство, а це

щонайменше дві дорослі особи, витрачає в середньому протягом року на готелі та ресторани 84 євро, то готельно-ресторанний бізнес має дуже обмежений внутрішній попит і як перспективний напрямок зростання повинен розглядати збільшення чисельності міжнародних прибуттів у країну. Тим більше, що ситуація цьому сприяє. Зокрема, середня ціна «біг-мака» в мережі ресторанів «Макдональдс» у США в січні 2018 р. становила 5,28 дол., тоді як у Китаї він коштував лише 3,17 дол., отже, згідно з «індексом Біг-Мака», юань недооцінений на 40%. В Україні у січні 2018 р. «біг-мак» коштував 1,64 дол., і, за підрахунками «The Economist», гривня до долара недооцінена на 69%, а курс гривні мав би дорівнювати близько 8,9 грн. за долар [2]. Таким чином, турист зі США за звичну для себе ціну популярного бутерброда може в Україні спожити їх більше, ніж три одиниці.

Відомий світовий лоукост «Ryanair» спеціалізується на перевезенні британських туристів «вихідного дня» до міст з «дешевими розвагами». Попри неоднозначність таких туристичних вхідних потоків, Україна мало що, крім «дешевих розваг», може запропонувати туристам з розвинених країн. Харчування навіть у дорогих, за вітчизняними мірками, ресторанах Києва, Львова чи Одеси для громадян ЄС-15 є дешевим. І такою можливістю готельно-ресторанному бізнесу України доцільно скористатися, працюючи на межі своїх виробничих можливостей. Тут є простір для зростання. Так, за даними компанії «Ресторанний консалтинг», заповненість ресторанного ринку на кінець 2015 р. у Києві становила не більше, ніж 70%, у Львові й Одесі – не більше, ніж 50%, а в туристичних місцях Карпат – не більше, ніж 20% [1].

Нині серед пенсіонерів країн, де працевлаштовуються домашніми робітниками трудові мігранти з України, популярним став своєрідний туристичний напрямок – «проживання в Україні». Розміри пенсійних виплат дають їм можливість орендувати житло та харчуватися в ресторанах на вищому рівні, ніж на батьківщині. Ще одним атрактом є низька ціна послуг стоматолога, і коли вартість лікування кратно менша за аналогічні витрати на батьківщині, люди користуються можливістю. У такому разі не переконливі жодні аргументи, які пояснюють низьку вартість робочої сили її низькою продуктивністю. Український стоматолог на імпортному обладнанні з використанням імпортних витратних матеріалів в ординарному сегменті надає значно дешевші послуги й обслуговує більше пацієнтів, ніж його італійський колега.

Представник МВФ Й. Люнгман заявив про відсутність в Україні можливостей підвищити в 2018 р. мінімальну заробітну плату до 4 тис. 200 грн. Він зазначив, що позиція МВФ у цьому питанні була завжди однозначною: підвищення мінімальної зарплати можливе винятково за наявності економічних підстав. Сьогодні, на думку МВФ, збільшення видатків економічно неможливе [4]. Економічними підставами підвищення розміру винагороди за працю вважають зростання продуктивності праці, що цілком правильно. Проте трактування ситуації з такої точки зору сприяє домінуванню в експертному середовищі риторики, що національній робочій силі потрібно більше і краще

працювати, тоді й дійде справа до підвищення зарплати. Водночас низькій продуктивності праці також є інше пояснення: низька техніко-технологічна якість робочих місць, невідповідність їх чисельності національної робочої сили та ін. Міністр соціальної політики України надав інформацію, що протягом 2014–2015 рр. кількість робочих місць зменшилася на 3 млн. одиниць, а рівень зайнятості населення становив 56% [8]. За такого трактування стану в економіці акцент у відповідальності за ситуацію зміщується від робочої сили до бізнесу і держави. Вона мусить не лише створювати умови для процвітання олігархічної системи, а й, навпаки, формувати конкурентне середовище, дрібнити монополії, приваблювати прямі іноземні інвестиції та ін. У грудні 2017 р. Європейська бізнес-асоціація вперше за останні роки зафіксувала падіння індексу інвестиційної привабливості України. За результатами II півріччя, індекс інвестиційної привабливості становив 3,03 бала за 5-бальною шкалою, тоді як півріччям раніше він дорівнював 3,15 бала [2].

Згідно з даними Міжнародної консалтингової компанії «Ernst & Young», завдяки прямим іноземним інвестиціям в економіку України у 2016 р. було створено 4 тис. 547 робочих місць, а в 2015 р. – 850 одиниць. Водночас 4 тис. 547 робочих місць від кількості незайнятих становить лише 0,045%, а роком раніше це взагалі були мізерні 0,0085%. У Сербії з населенням 9 млн. осіб завдяки ПІІ було створено 10 тис. 631 робочих місць у 2015 р. і 16 тис. 396 робочих місць у 2016 р., у Словаччині з населенням 5,4 млн. осіб – відповідно 9 тис. 564 робочих місць та 8 тис. 308 робочих місць [12]. Для порівняння: в одному з найменших обласних центрів України – Тернополі – на бабовняному комбінаті в 1970-х рр. працювало 9 тис. 500 працівників, а нині монополують становище у загальноукраїнському масштабі підприємству забезпечують 700 осіб, і це відбулося не в результаті впровадження досягнень НТП.

Рівень безробіття у Великобританії в 2016 р. знизився до мінімальних показників за останні 11 років та в останньому кварталі зупинився на позначці 5%. Загалом без роботи у Великобританії залишаються 1 млн. 670 тис. осіб, а рівень зайнятості у цій країні дорівнює понад 74%.

Послуга – це товар одноразового використання, який продукується у точній відповідності із запитом споживача. Вчені серед її відмінностей від матеріального товару називають неможливість складування (формування запасів) і незворотну втрату в разі неспоживання. Сама риторика неможливості зробити щось та втрати чогось налаштовує на бажання виправити ситуацію або ставить таку діяльність у недосконале становище. Проте бізнес часто має справу з необхідністю розпродажу товару, який користується низьким попитом за цінами нижче за собівартість, знищенням простроченого товару й ін.

Водночас є такі види послуг, які надають на основі технологічного поєднання певних товарів. Так, послуги закладів громадського харчування стосуються приготування їжі, її подачі та створення відповідної атмосфери, в

якій відбувається споживання послуги. Проте речова основа таких послуг – продукти харчування – є матеріальними товарами, які до того ж швидко псуються. Нині одним із маркерів успішності ресторану стає відсутність на кухні холодильних агрегатів. Інакше кажучи, ресторатори рухаються у напрямку мінімізації втрат, хоча компенсувати простій орендованого приміщення чи персоналу навряд чи вдасться. В такому разі ресторанна справа – це майже досконала економіка: все, що виробляється, споживається. Тоді постає цілком логічне запитання: чому більше половини ресторанів банкрутують впродовж першого року роботи?

Відомий ресторатор К. Егертон-Томас зі США вважає, що основною причиною банкрутства щойно відкритих ресторанів є виснаження «оперативного фонду», який дає змогу втримуватися «на плаву», поки заклад не почне приносити прибуток. Підприємець переконаний, що такий оперативний фонд – це запорука життєздатності будь-якого ресторану, і чим він більший, тим більше шансів на успіх [13]. Отже, проблема прибутковості значною мірою залежить від тривалості періоду формування лояльності клієнтів ресторану. Звичайно, початківець-ресторатор, який був мером, видатним спортсменом чи співаком, швидше залучить клієнтів та почне отримувати прибуток. Таким чином, пошук способів акселерації процесу формування лояльності клієнтів слугує чинником комерційної успішності закладу громадського харчування.

Ресторан як місце проведення дозвілля подібний до закладів культури, тут також є свої досвідчені клієнти – гурмани й енофіли, котрі знають, яка страва пасує до іншої, які напої потрібно вживати і в якому разі. Проте потреба відвідувати заклади громадського харчування іноді набагато банальніша – просто смачно поїсти та поспілкуватися з друзями, і тут на допомогу не надто обізнаному відвідувачеві прийде офіціант, сомельє чи ресторатор.

Загалом на ринку нині серйозні проблеми виникли у ресторанах luxury-сегмента. Багато з них перебувають на межі виживання. Понад 60% таких ресторанів дотуються. Наприклад, багато власників відкривають ресторани у своїх приміщеннях. У цьому разі питання орендної плати не стоїть та підтримка ресторану «на плаву» не потребує істотних інвестицій. Є ситуації, коли заможний чоловік відкриває ресторан для дружини, і для нього нерідко такий ресторан простіше дотувати, ніж закрити. Якщо ж вести мову про luxury-сегмент загалом, то, за оцінками експертів, він почуває себе нині доволі некомфортно, зазнаючи найбільшого падіння продажів.

У luxury-сегменті середній чек на особу дорівнює 500 грн. та вище. У сегменті середній / середній + чек на особу становить від 100 грн. до 250 грн. Чек до 100 грн. за нинішніми цінами – це фаст-фуди. З'являються абсолютно нові формати ресторанів – найнесподіваніші й незвичайні такі собі «ресторани настрою» [10]. Незвичайність такого ресторану може бути пов'язана з інтер'єром, способом подачі страв, антуражем тощо. Однак це добре для туристів, але в такий спосіб не отримаєш постійного відвідувача. Креатив не

може підмінити суті поняття «ресторан» – місця, куди особа приходить, щоб смачно поїсти.

Відвідувачі стали більше цінувати вузькоспеціалізовані ресторани. Нині спостерігається тенденція, коли клієнти щораз менше довіряють ресторанам, що пропонують всі кухні світу в одному меню. Гості хочуть, щоб шеф-кухар був професіоналом високого рівня, і готові відвідувати заклади, які пропонують обмежену кількість позицій у меню, за умови, що вони мають унікальні рецептури та чудовий смак. Завдяки доступності інформації й особистим подорожам українці стали гастрономічно грамотними, вони набагато серйозніше підходять до вибору ресторанів, тепер їм потрібні автентичні страви, а не просто модний елемент у меню.

Для гостей ресторану дуже важливим чинником є впевненість у тому, що тут гарантується якість. Для формування довіри добре, якщо в ресторані використовуються відкриті технології, коли відвідувачі можуть бачити, хто готує їжу, які у нього руки, як виглядає поверхня, на якій готують, посуд, обладнання тощо. Сьогодні маржинальність бізнесу перебуває на межі точки беззбитковості. За інформацією «Ресторанного консалтингу», в лідері ресторанного ринку України – Києві – наприкінці 2013 р. працювало 1 тис. 692 ресторани, а два роки по тому – 1 тис. 492 заклади. Всього за 2014–2015 рр. з ринку пішло 204 ресторани і кафе: за перший рік – 119, за другий – 85. Зокрема, заповненість ресторанного ринку на кінець 2015 р. у Києві була на позначці не більше, ніж 70%, у Львові – не більше, ніж 50%, в Одесі – не більше, ніж 50%, у туристичних місцях Карпат – не більше, ніж 20%. В «Ресторанному консалтингу» підраховали, що нині націнка на собівартість страви становить на кухню від 150% до 200% (до кризи було 250–300%), на бар – 270–300% (було 350–400%) [1].

Висновки та перспективи подальших досліджень у цьому напрямку

Хоча на перший погляд ресторанна справа мало потребує ІТ-підтримки, застосування відповідного програмного забезпечення дасть змогу максимізувати відповідність пропонованих закладом послуг до запитів гостей, які принаймні кілька разів відвідували певний заклад. Відомі ресторатори нині ведуть блоги у соціальних мережах, їх профілі налаштовані на зворотний зв'язок, і вони, щоб відповідати очікуванням клієнтів, готові вносити зміни у свою діяльність.

Нині поширеним каналом промоції стартапів у криптосередовищі є так звана баунті-компанія, сутність якої полягає у підвищенні своєї популярності та упізнаваності. Інакше кажучи, стартап замовляє промоцію свого бренда у

фрілансерів, які мають акаунти, що відповідають певним критеріям. Звичайно, ресторан, якщо його діяльність не базується на унікальній організації чи інноваційній кухні, стартапом не назвеш, але упізнаваність і популярність йому вкрай необхідні. Таким чином, залучивши баунті-компанію до промоції послуг харчування, ресторан може суттєво скоротити період роботи без прибутку та стати успішним і конкурентоспроможним бізнесом.

Технології зроблять ресторанну справу більш персоналізованою та прийнятною для багатьох пристроїв і додатків. Це стане можливим завдяки низці інновацій, які невдовзі змінюватимуть сферу надання послуг громадського харчування. Вони модернізують канали комунікації ресторанів з клієнтами, спектр послуг та роль закладів громадського харчування у повсякденному житті. Так, значний потенціал закладений в інтернет-технологіях, які, використовуючи бази даних про клієнтів ресторану (їх смаки, уподобання тощо), дають йому змогу з майже 100%-ним успіхом провадити хайп нових страв меню чи гастрономічного напрямку.

Список використаної літератури

1. Динамика ресторанного ринка України в 2011–2015 годах [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://mresearcher.com/2016/03/dinamika-restorannogo-rynka-ukrainy-v-2011-2015-godah.html>.
2. Індекс інвестиційної привабливості України почав стагнувати [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.epravda.com.ua/news/2017/12/19/632314/>.
3. Какой должна быть доля государства в экономике [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://lb.ua/economics/2015/12/08/322795_kakoy_dolzhna_dolya_gosudarstva.html.
4. МВФ про підвищення «мінімалки»: можливостей для збільшення видатків немає [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.epravda.com.ua/news/2018/04/19/636150/>.
5. На що витрачають кошти домогосподарства України та ЄС [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://edclub.com.ua/analitika/na-shcho-vytrachayut-koshty-domogospodarstva-ukrayiny-ta-yes.html>.
6. Оце так: за 20 років кількість чиновників в Україні в ході «скорочень» збільшилася в 6 разів, – експерт [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://patrioty.org.ua/politic/otse-tak-za-20-rokiv-kilkist-chynovnykiv-v-ukraini-v-khodi-skorochen-zbilshylasia-v-6-raziv--ekspert-102646.html>.

7. Рева озвучив кількість працюючих в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/2154419-reva-ozvuciv-kilkist-pracuucih-v-ukraini.html>.
8. Реалії банківської реформи [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://censor.net.ua/b1105252>.
9. Рестораны Парижа [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.vparis.net/restorany-parizha/>.
10. Романчук Р. Выживаемость в сегменте японской кухни очень сложная [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://kontrakty.ua/article/88018>.
11. Росія урізає витрати на чемпіонат світу з футболу [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.unian.ua/world/1038074-rosiya-urizae-vitrati-na-chempionat-svitu-z-futbolu.html>.
12. Україна – на 15 місці в рейтингу інвестпривабливості за кількістю робочих місць [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://lviv.com/lab/ukrayina-na-15-misti-v-rejtyngu-investpryvablyvosti-za-kilkisty-roboty-h-mists/>.
13. How to Open and Run a Successful Restaurant by Christopher Egerton-Thomas. – Wiley. – 3-th edition. – 2005. – Oct. 10.

Стаття надійшла до редакції 1 жовтня 2019 р.