

МАРКЕТИНГОВА ОЦІНКА ДЕТЕРМІНАНТ РЕГІОНАЛЬНИХ СЕГМЕНТІВ СВІТОВОГО РИНКУ РЕСТОРАННИХ ПОСЛУГ

© Вовчанська О. М., Іванова Л. О., 2018

Досліджено світовий ринок ресторанних послуг та його найбільші регіональні сегменти, встановлено основні тенденції розвитку. Здійснено маркетингову оцінку основних детермінант регіональних сегментів світового ринку ресторанних послуг. Визначено рейтинг 25 країн за обсягами продажів у світовій ресторанній індустрії. Проаналізовано динаміку і якісні зміни кон'юнктури ринку ресторанних послуг в домінуючих країнах. Розглянуто чинники, що впливають на перспективи розвитку світового ринку ресторанних послуг в сучасних умовах.

Ключові слова: ринок ресторанних послуг, ресторанний бізнес, світовий ринок ресторанних послуг, регіональний сегмент, маркетинговий аналіз, рейтинг, кон'юнктура, тенденції розвитку ринку ресторанних послуг.

MARKETING ASSESSMENT OF DETERMINANTS OF REGIONAL SEGMENTS OF THE WORLD MARKET OF RESTAURANT SERVICES

© Vovchanska O. M., Ivanova L. O., 2018

The global market of restaurant services and its largest regional segments are researched. It is noted that in the current economic conditions the restaurant industry is becoming more dynamic and has a significant impact on the development of national economies. The dominant global trends of out-of-home dining and the consumption of ready-made products impact the steady growth of the global restaurant industry by an average of over 7 % annually. The level of development of restaurant business in the economy of any country is one of the important indicators of the quality of life of the population. It is shown that the complex environment of restaurant business is determined by the interaction and interdependence of the number of factors of external (economic, social, cultural, religious, political, etc.) and internal (technical, technological, financial, marketing, personnel) marketing environment. The marketing analyses of the main determinants of regional segments of the global market of restaurant services has been carried out. The ranking of 25 countries with the largest sales volume in the global restaurant industry is identified. United States remain the undisputed leader in the global market of restaurant services. China is ranked second with a big gap, with Japan closing top three. The top five countries in terms of sales in the global restaurant industry include India and Brazil, and the top ten ranking – Great Britain, Canada, South Korea, Spain, France. Important regional segments of the global market of restaurant services are markets in Australia, Germany, Italy, the Russian Federation, Saudi Arabia, Argentina, UAE, Malaysia, Mexico, Turkey. The dynamics and qualitative changes of the market situation of restaurant services in the dominant countries are analyzed. A comprehensive study of restaurant markets in the leading countries of the world has allowed to identify the most stable international trends in the restaurant business: healthy eating; use of local ingredients in the production of food and beverages; use of new

information technologies in all areas of restaurant business; new forms of partnership of restaurant business with many other sectors of the economy, first of all, with trade and transport; increasing popularity of restaurant business. It is emphasized that the main trends of the development of the global market of restaurant services are further intensity of competition and the maximum democratization of the restaurant industry, unceasing marketing efforts to meet absolutely every customer, due to the peculiarities of the competition in the restaurant business. Marketing studies have found that the processes taking place in the restaurant business depend not only on changes within the intra-industry, but also on the level of implementation of socio-economic priorities in individual countries. The importance of such marketing research is having reliable information about all the changes in the global market of restaurant services, so restaurant businesses can respond promptly to them, and even create changes themselves, in order to more effectively fight the competition.

Key words: market of restaurant services, restaurant business, global market of restaurant services, regional segment, marketing analysis of the market, rating, market conditions, trends of market development of restaurant services.

Постановка проблеми. Вагомою складовою сучасної індустрії гостинності є ринок ресторанних послуг, що постійно розвивається і урізноманітнюється. В сучасних умовах економічного розвитку сфера ресторанного бізнесу набуває все динамічнішого характеру і суттєво впливає на розвиток національних господарств. Складне середовище ресторанного бізнесу визначається взаємодією і взаємозалежністю комплексу чинників зовнішнього (економічні, соціальні, культурні, релігійні, політичні та ін.) та внутрішнього (технічні, технологічні, фінансові, маркетингові, кадрові) маркетингового середовища.

У всьому цивілізованому світі ресторанний бізнес є одним із найпоширеніших видів малого бізнесу. Значне підвищення його популярності відбувається завдяки його вражаючим фінансовим показникам, публікаціям в мережі Інтернет та професійних виданнях, телевізійним програмам, міжнародним і національним виставковим заходам та активному використанню імператив маркетингу та інтегрованих маркетингових комунікацій.

Сучасні ресторани підприємства продають не тільки їжу і напої, але і атмосферу, враження, задоволення, соціальний статус і ін. Зростання привабливості галузі ресторанного бізнесу неминуче пов'язане з посиленням конкурентної боротьби, що зумовлює необхідність регулярних маркетингових досліджень ринку ресторанних послуг.

Одним із головних завдань цього дослідження є визначення конкурентного середовища, основних детермінант і тенденцій розвитку ринку ресторанних послуг, що дасть змогу підприємцям використовувати нові можливості для заснування бізнесу у найзатребуваніших та перспективних сегментних нішах. Актуальність дослідження проблеми пояснюється також і тим, що рівень розвитку ресторанного бізнесу в економіці будь-якої країни виступає є одним із індикаторів якості життя населення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Науково-теоретичні та прикладні дослідження сучасного стану ринку ресторанного бізнесу України в умовах глобалізації та інтеграції світової системи господарювання, шляхи ефективного адаптаційного розвитку проводились низкою вчених, зокрема В. А. Гросул, О. А. Кругловою, О. Д. Рачкован, О. П. Бутенко, Д. О. Стрельченко, В. Ф. Доценко, О. В. Арпуль, Н. П. Бондар, Т. В. Ємчук, О. О. Дудкіною; тенденції та перспективи розвитку ресторанного бізнесу в Україні та країнах Європи проаналізовано у фахових наукових публікаціях А. Кіралова, І. Гамарнег та аналітичних оглядах.

Цілі статті. Здійснити маркетинговий аналіз світового ринку ресторанних послуг, визначити основні тенденції його розвитку, а також порівняти основні детермінанти регіональних сегментів світового ринку ресторанних послуг з метою використання отриманих результатів у прийнятті збалансованих підприємницьких рішень.

Виклад основного матеріалу. Зростаюча світова тенденція до харчування поза домом та споживання готових продуктів зумовлює стабільне зростання глобальної ресторанної індустрії в середньому на понад 7 % щороку.

За даними Міжнародної асоціації готелів та ресторанів у світі налічується 8,1 млн. підприємств ресторанного харчування. У цій сфері діяльності зайнято 48 млн. осіб. Доходи світової галузі ресторанного харчування перевищують 700 млрд. дол. щорічно, причому на заклади, розміщені у Північній Америці, припадає 51 % усіх надходжень. Згідно з результатами дослідження у 103 країнах на 477 жителів у середньому припадає один заклад ресторанного харчування. У країнах, що відносяться до групи з низькими доходами населення, цей показник збільшується до 618 осіб, а у країнах, що відносяться до групи з середніми і високими доходами, – скорочується до 268 осіб [1]. Доходи світового ресторанного бізнесу наприкінці 2017 р. склали 799 млрд. дол., що на 4,3 % більше порівняно з 2016 р. [2]. Всі вищевказані показники переконують, що ресторанний бізнес є інвестиційно привабливою сферою, в якій не знижуються темпи розвитку підприємництва, що сприяє збільшенню частки валового внутрішнього продукту, створюваного у цій галузі.

За прогнозами міжнародної дослідницької компанії TechNavio у 2019 р., обсяг світового ринку Foodservice перевищить 3,9 трлн. дол. США порівняно з 2,7 трлн. дол. США у 2014 р. і 3,5 трлн. дол. у 2016 р. [3] (рис. 1). Найвищі темпи (до +10 %) будуть спостерігатися в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні, Африці, Близькому Сході, Латинській Америці.

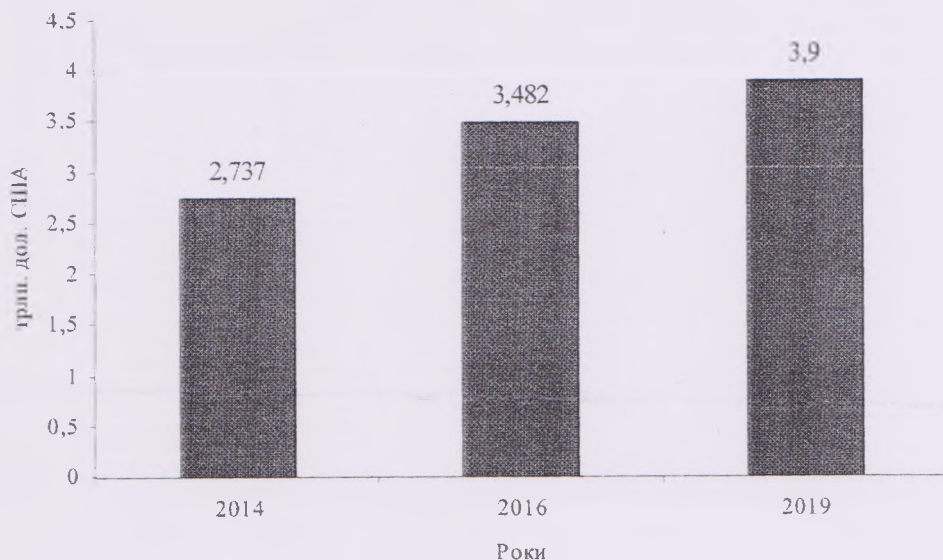


Рис. 1. Динаміка обсягу продажу на світовому ринку ресторанних послуг

Азіатсько-Тихоокеанський регіон став швидкозростаючим сегментом щодо споживчих витрат на харчування поза домом з показником середньорічного зростання у майже 9,8 % у 2006-2016 рр., а на період 2017-2026 рр. середній річний приріст прогнозується в розмірі 7,5 %. Близький Схід та Африка – це другий найбільш швидко зростаючий регіон у 2006-2016 рр., середньорічний приріст становив 7,4 %. Цей регіон також займає друге місце у оптимальному прогнозі зростання на 2017-2026 рр. на рівні 7,3 % річних.

Америка, зокрема Сполучені Штати і Канада, та Європа є, безумовно, найбільш зрілими ринками щодо споживчих витрат на харчування поза домом у світі, і тому фактичне зростання протягом 2006-2016 рр. було нижчим, і склало 6,1 % та 4,2 % відповідно. оскільки ці ринки були більше насиченими до 2006 року. Середньорічні прогнози зростання на 2017-2026 рр. залишаються позитивними, але нижчими, ніж на Близькому Сході та в Африці і в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні. Америка очікує зростання ринку у 2017-2026 рр. до 5,5 %, а Європа до 4,9 %.

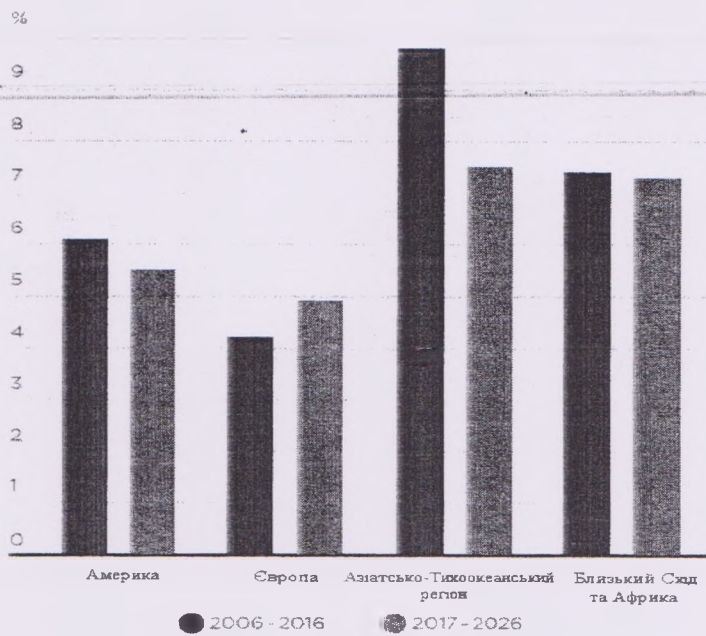


Рис. 2. Частка споживчих витрат на харчування поза домом в основних регіонах світу [3]

У процесі маркетингового дослідження нами визначено рейтинг 25 країн з найбільшим обсягом продажів у світовій ресторанній індустрії (рис. 1).

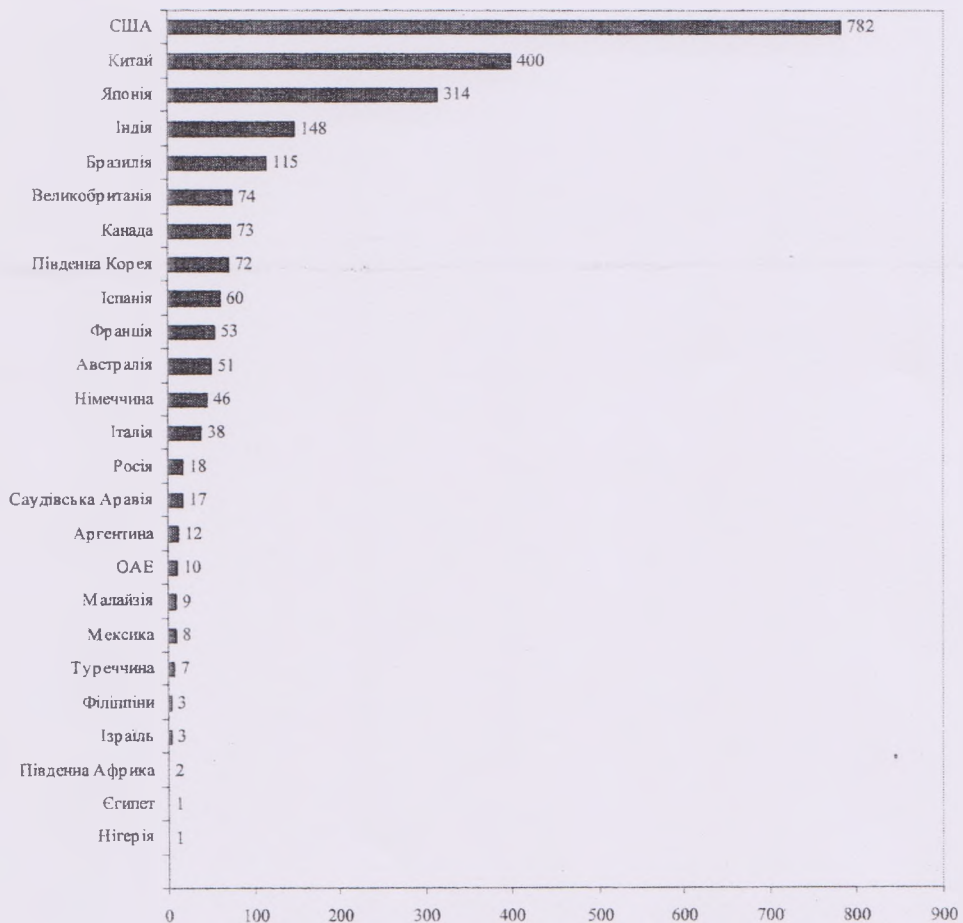


Рис. 3. Рейтинг країн за обсягами ринку ресторанних послуг у 2016 р. (млрд. дол.) [4]

Беззаперечним лідером залишаються США з річним продажем 782 млн. дол. З великим відривом друге місце посідає Китай – 400 млрд. дол. Замикає трійку лідерів Японія – 314 млрд. дол. До рейтингової п'ятірки країн з обсягом продажів у світовій ресторанній індустрії входять Індія (148 млрд. дол.) та Бразилія (115 млрд. дол.). Щодо рейтингової десятки то, приблизно однакові показники обсягів ресторанного ринку мають Великобританія, Канада і Південна Корея (74, 73 і 72 млрд. дол. відповідно), Іспанія – 60 млрд. дол., на рівні 50 млрд. дол. – Франція і Австралія. Помітно менші показники ресторанної індустрії в Німеччині (46 млрд. дол.) та Італії (38 млрд. дол.). Замикає десятку країн-лідерів ресторанної індустрії Саудівська Аравія з показником 17 млрд. дол. Якщо говорити про інші країни, що займають вагоме місце на світовому ринку ресторанних послуг, то це Аргентина, ОАЕ, Малайзія, Мексика та Туреччина (12, 10, 9, 8, 7 млрд. дол. відповідно). З помітним відривом заключні місця у світовій двадцятп'ятірці займають Ізраїль і Філіппіни (по 3 млрд. дол.), Південна Африка – 2 млрд. дол. та Нігерія і Єгипет – по 1 млрд. дол..

Зупинимось детальніше на основних детермінантах найбільших регіональних сегментів світового ринку ресторанних послуг. Ринок ресторанних послуг у США є найбільшим у світі. На початок 2018 р. у країні функціонувала майже 661 тисяча ресторанних підприємств [5]. Загальна зайнятість в ресторанній індустрії США Національною асоціацією ресторанів оцінюється приблизно в 10 млн. осіб. Близько 4,7 млн. робочих місць використовується в сегменті повного обслуговування, 3,7 млн. осіб працюють в сегменті ресторанів швидкого обслуговування та 1,6 млн. працівників зайняті в інших типах ресторанних підприємств, таких як кафе, гриль-буфет, снєк-бар/неалкогольні напої, фірми, що надають послуги ресторанного харчування/послуги мобільного зв'язку, а також бари та таверни. Чисельність працівників у ресторанній індустрії у США демонструє тенденцію до зростання, зокрема до 2026 року очікується 16 млн. осіб [6].

У 2017 р. у США налічувалось майже 191 тис. франшиз ресторанів швидкого харчування та 31,5 тис. франчайзингових ресторанів із повним сервісом. Якщо у 1970 р. продажі їжі та напоїв у ресторанах США склали 42,8 млрд. дол. США, то в 2016 р. вже 766 млрд. дол. США, тобто збільшилися у 18 разів. При цьому продажі у ресторанах повного сервісу становили 254 млрд. дол. США (33 %), продажі ресторанів з обмеженим рівнем обслуговування – 222 млрд. дол. США (29 %). Частка продажів у барах та тавернах склала 38 % [7].

В Китаї на початку 2018 р. налічувалося близько 8 млн. ресторанних підприємств (у 1978 р. – тільки 120 тис.), в яких зайняті близько 30 млн. осіб (у 1978 р. – 1,04 млн. осіб), тобто відбулося безпрецедентне збільшення у 67 та 29 разів відповідно. При цьому темпи зростання сектора ресторанного харчування постійно збільшуються. За даними експертів, сьогодні ресторанний бізнес забезпечує майже 11 % від загального обсягу роздрібних продажів в КНР. Китайська асоціація працівників ресторанного харчування прогнозує, що обсяг ресторанного ринку в КНР у 2018 р. перевищить 4 трлн юанів (близько \$ 650 млрд.). Ресторанній індустрії КНР потрібно було 28 років (1978-2006 рр.), щоб вийти на обсяг продажів в 1 трлн юанів, рівень в 2 трлн. був досягнутий вже через п'ять років у 2011 р., а поріг в три трильйони ресторатори переступили вже в 2014-му. Таким чином, за останні 40 років обсяг ресторанного ринку Піднебесної загалом збільшився в 700 разів [8]. В Японії функціонує майже 470 тис. закладів ресторанного господарства, тільки в Токіо їх 80 тис. Ринок ресторанного харчування Японії складає 16 трлн ієн і перевершує за обсягом продажів універмаги і супермаркети. Показово, що навіть ринок японських автомобілів – теж 16 трлн ієн. На власне ресторани припадає 62 % від усієї кількості закладів ресторанного харчування, 14 % – на їдальні, 12 % – на бари, 11 % – на заклади харчування, пов'язані з туризмом (в готелях або літаках). Хоча ресторанний бізнес в Японії дуже прибутковий, наприклад, середня виручка бару в центральному районі Токіо варіюється від 4 до 6 тисяч доларів в день, але і конкуренція між ресторанними закладами в столиці неймовірно висока, боротьба за клієнта – постійна і жорстка. імперативи маркетингу постійно вдосконалюються. Ресторани щомісяця оновлюють меню, розробляють систему знижок для постійних клієнтів, проводять дослідження попиту, навчають персонал називати відвідувачів по іменах і т.д. Лідуючі позиції на ринку займають французька, китайська і, звичайно ж, японська кухні. Крім того, великою популярністю в Японії користуються послуги доставки з ресторанів [9].

Дослідженнями встановлено, що після Великого східнояпонського землетрусу змінилася мотиваційна складова відвідування ресторанних закладів. Багато японців стали більше заощаджувати і намагалися територіально перебувати ближче до дому, до рідних людей. Наприклад, помічено, що офісні працівники переорієнтувалися на ресторани з невеликою площею. Якщо раніше власники могли розраховувати на відвідувачів в радіусі один км, то сьогодні коло звузилося до 300 метрів. Люди стали шукати “відчуття ліктя”, тому підсвідомо відвідують невеликі за площею 30-60 кв. м ресторанчики, де дистанція як між персоналом, так і між відвідувачами автоматично скорочується. Туди приходять поїсти “як додому”, тому кількість відвідувачів невелика, зате дуже велика кількість повторних відвідувань. Через синдром втоми на роботі, самотності і стресів японці шукають в ресторанах спілкування і можливість розслабитися. Саме тому багато прив’язуються до постійних місць ресторанного харчування [10].

Ресторанний сектор є найбільшим сегментом харчових послуг в Індії. Продажі ресторанів у 2014 р. склали ¥ 13,1 трлн, що дорівнює 122,8 млрд. дол., це на 2,1 % більше, ніж у попередньому році, і становить майже 43 % загального обсягу продажів харчової промисловості [11]. В теперішній час ресторанний сектор охоплює широкий спектр закладів, починаючи від американських стилів швидкого харчування до більш традиційних, сімейних одиночних ресторанних закладів. Деяким закладам в Індії майже 60 років. Ще донедавна на ринки ресторанного харчування Індії іноземним компаніям потрапити було дуже непросто – аж надто сильно домінували місцеві традиції. В останні десять років все стало швидко змінюватися, в країні активізувалися практично всі відомі світові мережі фаст-фуду: McDonald’s, Burger King, KFC, Subway, Taco Bell, Krispy Kreme і ін. [12].

Мережа ресторанного харчування в Бразилії налічує понад один мільйон закладів і 73 % з них розташовані в південно-східних районах країни. Індустрія ресторанного харчування Бразилії охоплює ресторани, бари, кафе, кав’ярні: від недорогих до престижних класу “люкс”. Ресторанна кухня Бразилії представлена практично усіма країнами світу, але найпопулярнішими є італійська і японська кухні. В Бразилії функціонують чотири види ресторанів: 1) традиційні ресторани з меню, в основному при готелях. Також є ресторани, які спеціалізуються на кухні баїапа (африканська кухня), ресторани з португальської (Os Esquilos, Cabaca Grande) і французькою кухнею (Le Champs Elysees, Ouro Verde). Це найдорожчі ресторани; 2) ресторани akilo (їжа на кілограм). Це найдешевший тип ресторану; 3) шарушкарії (Churrascarias) – вся їжа включена в фіксовану ціну (10-20 доларів на людину, в залежності від рівня закладу); 4) рибні ресторани. Основна частина ресторанів, барів, кафе знаходяться в центрі міст, багато кафе і барів уздовж берега, на пляжі. Особливістю більшості ресторанів, барів і кафе є жива музика і невеликі танцювальні виступи. Гастрономічним центром бразильці і іноземні туристи вважають місто Сан-Пауло, в якому можна скуштувати практично будь-які страви будь-якої культури [13].

Оборот ресторанів та послуг так званого мобільного харчування у Великобританії у 2016 р. склав приблизно 34,9 млрд. фунтів стерлінгів, це найбільший оборот в період 2008-2016 рр. [14] Споживчі витрати на ресторани та кафе в 2017 р. сягнули близько 88 млрд. фунтів стерлінгів. Ресторани та інші заклади харчування займають найбільшу частку серед доходів у сфері дозвілля. У 2017 р. домогосподарства щотижнево витрачали в середньому 19 британських фунтів на харчування в ресторанах та кафе, причому 44 % споживачів відвідують ресторани швидкого харчування щонайменше один раз на тиждень. В останні роки у споживачів Великобританії зростає популярність відвідувати фірмові ресторани та паби.

В Канаді функціонує 95 тис. ресторанних закладів, які щоденно відвідують понад 18 млн. клієнтів. За організаційною структурою 56 % ресторанних підприємств Канади є незалежними, годі як 44 % – франшизи або частина національної місцевої мережі [15]. За останні кілька років число ресторанів збільшилося на 2,6 %. Одна з основних проблем ресторанних операторів в Канаді – зростання конкуренції існуючих ресторанів з новими. Продажі ресторанів у Канаді за останні вісім років зросли з 61 млрд. канадських доларів у 2010 р. до 85 млрд. канадських доларів у 2017 р., тобто на 28 % [16]. В цей же час кількість працівників у ресторанному бізнесі Канади зросла з 1,13 млн. до 1,2 млн. або на 6 %. Показово, що на ресторани швидкого обслуговування Канади припадає 68 % ринку ресторанних послуг [17].

Ринок ресторанних послуг в Іспанії у 2014 р. зріс на 3 % після шести років регулярного зниження, проте в цей же час закрилась найбільша кількість ресторанів і барів в історії індустрії гостинності Іспанії – 5000 закладів [18]. Гастрономічний туризм стає все більш популярнішим і це зумовлює відкриття нових ресторанів. Кількість ресторанних закладів в Іспанії у 2015 р. перевищила 71,5 тис. У 2016 р. в країні було відкрито 2255 нових ресторанних закладів, з яких більше половини – в Мадриді. У 2016 р. в платформі Just Eat (доставка харчування за замовленням онлайн) в Іспанії функціонувало близько 6 тис. ресторанних закладів, що вдвічі більше, ніж у 2014 р. [19]. Кількість підприємств ресторанного і так званого мобільного харчування в Іспанії у 2017 р. склала 276 од. [20]. За прогнозами до 2020 р. доходи ресторанних закладів в Іспанії складуть приблизно 20,1 млрд. дол. США [21]. Незалежні ресторани продовжують домінувати в ресторанній індустрії Іспанії, їх оборот перевищує 90 % обороту ринку ресторанних послуг загалом. Водночас зміни харчових звичок, уподобань і способу життя людей прискорюють зростання мережевих ресторанів, включаючи ресторани швидкого харчування та етнічні ресторани. Споживачі шукають здоровіші та якісніші варіанти швидкого харчування, що приваблює нових підприємців на ринок ресторанних послуг. Оборот ресторанів швидкого харчування у 2016 р. зріс на 7 % і склав 4,7 млрд. дол. США, а кількість таких ресторанів збільшилася на 5 % і перевищила сім тисяч. Найбільші частки на ринку ресторанів швидкого харчування продовжують займати McDonald's та Burger King [22]. Серед етнічних ресторанів найбільшою популярністю в Іспанії користуються північноамериканські ресторани повного обслуговування. Азіатські ресторани заклади, керовані як китайськими, так і японськими мережами, також є успішними в Іспанії і продовжують бути популярним серед іспанських споживачів і туристів.

Останні два десятиліття стали часом стрімкого розвитку індустрії ресторанного харчування в Південній Кореї. Тривалий час вона практично була відсутня, адже приблизно до 1980 р тільки деякі корейці могли дозволити собі похід в ресторан. Причин цього було декілька. По-перше, відвідування ресторанів було занадто дорогим і абсолютно не відповідало грошовим надходженням переважної більшості робітників і службовців. По-друге, тоді традиція вказувала солідній людині обідати вдома. Нарешті, навіть найбільші південнокорейські міста були ще невеликі, більшість людей жила порівняно недалеко від місця своєї роботи і могла ходити додому на обідню перерву. Інші просто брали їжу з собою на роботу. З кінця сімдесятих років минулого століття, ресторанне харчування в Південній Кореї вступило в епоху буму, який продовжується і понині [23]. У 2016 р. кількість ресторанних закладів в Південній Кореї склала близько 640 тис, а їх сумарні продажі склали приблизно 45,5 млрд. дол. США [24]. Дослідженнями встановлено, що у Південній Кореї, незважаючи на вражаюче велику кількість ресторанів і кафе, представлені по суті всього лише чотири національних кухні: власне корейська, китайська, японська та європейська (під якою розуміється такий собі усереднений варіант). Звичайно, при бажанні в Південній Кореї можна знайти і тайський, і індійський, і в'єтнамський ресторанний заклад, але вони, по-перше, нечисленні, і, по-друге, дорогі. І тому понад 99 % закладів південнокорейського ресторанного харчування працюють у чотирьох вищезазначених етнічних категоріях. Цікаво, що різні типи ресторанів відвідують також різні люди і з різних приводів. Японські ресторани вважаються найдорожчими і найпрестижнішими. Їх відвідують переважно представники еліти для ділових зустрічей і обідів. Цей важливий чинник зумовлює розташування японських ресторанів не у житлових районах, і не на околицях, а в центральній частині міст, де зосереджені основні установи і великі фірми. У японські ресторани клієнти ходять не тільки для того, щоб насолодитися екзотичною, якісною і дорогою кухнею, а й для того, щоб продемонструвати оточуючим, що таке задоволення їм цілком доступно. Китайські ресторани – це місце для зустрічей людей рангом нижче, туди іноді клієнти приходять просто поїсти що-небудь не дуже, на корейський смак, екзотичне, але порівняно дешеве. Китайські ресторани, як правило, не мають традиційного стандартного оформлення. Якщо ресторани японської кухні завжди легко впізнати за характерною обробкою світлим деревом або специфічним посудом, то недорогі китайські ресторани за своїм інтер'єром практично нічим не відрізняються від південнокорейських, хіба що тільки іноді над входом можна побачити який-небудь ліхтарик або іншу прикрасу в китайському стилі. Європейські ресторани в Південній Кореї позиціонують себе

для людей середнього достатку, коли у них є бажання поїсти щось трішки незвичне. Водночас, це цілком респектабельне місце для ділових і, особливо, неформальних побачень. Проте меню у більшості ресторанів європейської кухні не відрізняється зайвою різноманітністю. Найбільш універсальний тип закладів ресторанного харчування – це власне корейські ресторани. Їх основне завдання – втамувати голод і при цьому зовсім не дорого [25].

У Франції ринок ресторанних послуг представлений дуже великою кількістю ресторанних підприємств, і тільки в Парижі їх понад п'ять тисяч. За прогнозами експертів, у 2020 р. доходи ресторанів та послуг так званого мобільного харчування у Франції складуть приблизно 58 млрд. дол. США [26].

Основні тенденції світового ринку ресторанних послуг

Тенденція	Особливість тенденції
Прояв нових форм партнерства ресторанного бізнесу з іншими галузями економіки	Ефективна співпраця з торговельно-розважальними центрами (зважаючи на те, що заклади ресторанного господарства є конкурентною перевагою таких центрів), з автозаправними станціями, супермаркетами, авіакомпаніями, компаніями з автобусних і залізничних перевезень. Організація служб доставки замовлень, служб кейтерингу, створення власних магазинів кулінарії, магазинів напівфабрикатів, що реалізують страви за власними рецептами, Інтернет-магазинів.
Використання місцевої сировини у виробництві страв та напоїв	Орієнтація ресторанного бізнесу на використання м'яса, морепродуктів, овочів, фруктів, зелені місцевого виробництва, місцевих марок вина та пива, води з місцевих джерел, виробництво страв та напоїв тільки з натуральних та свіжих продуктів тощо. Це вимагає від ресторанного бізнесу встановлення бізнес-зв'язків та укладання угод з сільськогосподарськими виробництвами, регіональними підприємствами харчової промисловості та/або створення власних господарств (садів, городів, ферм та ін.) та власних виробництв (молочних, м'ясних, рибних продуктів та ін.).
Нові інформаційні технології у ресторанному бізнесі	Запровадження нових технологій зв'язку, додатків до смартфонів, використання iPad – для представлення меню та винної карти, використання соціальних мереж для реклами і інших маркетингових комунікацій, залучення нових споживачів, підвищення популярності закладу, запровадження віртуальних гастрономічних турів, впровадження автоматизованих систем управління.
Підвищення популярності ресторанного бізнесу	У міжнародній практиці рівень популярності ресторанного закладу визначається незалежними експертами у світових, національних та локальних рейтингах, преміях, гідях тощо. Виставкова діяльність, майстер-класи, відомість власника чи шеф-кухаря, маркетингові заходи, що підтверджують соціальну відповідальність ресторанного бізнесу, популяризація у соціальних мережах і т.п. також посилюють тренд популярності ресторанного бізнесу.
Здорове харчування	Все більша частка споживачів демонструє усвідомлене харчування – враховує калорійність, вміст білків, жирів та вуглеводів тощо. Великої популярності набувають корисне та дієтичне харчування, дитяче харчування, вегетаріанська та веганська кухні, страви та напої з мінімальною обробкою.
Дитяче меню	Постійне оновлення і неухильний контроль за якістю дитячого меню не тільки надає конкурентної переваги, але і сприяє утриманню старих клієнтів (батьків дітей) і залученню нових (майбутні діти дітей, які активно відвідують певні ресторани заклади). Тому ресторатори удосконалюють техніки приготування їжі, замінюють імітатори смаків на сіль і спеції, знижуючи, таким чином, рівень хімічних добавок, готують запечені страви на грилі замість смажених елементів їжі, замінюють висококалорійні продукти на більш здорові варіанти, творчо проводять цінову політику стосовно дитячого меню. Здорова свіжа їжа для дітей – предмет особливої турботи батьків.

В Австралії у 2017 р. налічувалося близько 85 тис. ресторанів. Загальна сума продажів ресторанної індустрії країни склала 45 млрд. дол. Найбільшу частку продаж демонстрували

ресторани швидкого харчування – трохи більше 6,6 млрд. дол. або 42,4 %, друге місце – класичні ресторани (29,3 % або понад 4,5 млрд. дол.), третє – кафе (15,0 % або 2,358 млрд. дол.), четверте – клуби (7,6 % або 1,196 млрд. дол.), п'яте – паби та бари (5,6 % або 5,6 млрд. дол.) [27].

Досліджуючи світовий досвід у сфері ресторанного бізнесу, підкреслимо, що визначальною тенденцією є максимальна демократизація ресторанної галузі, її невинні маркетингові зусилля назустріч абсолютно кожному клієнту. Це обумовлено тим, що ресторани підприємства мають свої особливості провадження конкурентної політики. Вважаємо, що загальнодоступні ресторани підприємства функціонують в умовах досконалої (чистої) конкуренції. Характерними для неї є наявність на ринку великої кількості підприємств з майже недиференційованими продуктами і послугами. Винятком можна вважати ресторани високої кухні, високих класів, які пропонують унікальну продукцію та послуги. Таким ресторанним підприємствам притаманні ознаки олігополістичного ринку.

Маркетингове дослідження кон'юнктури ринків ресторанних послуг у провідних країнах світу дозволило нам визначити основні міжнародні тренди у ресторанному бізнесі (див. таблицю).

Досліджуючи сучасні тенденції розвитку світового ринку ресторанних послуг, необхідно відзначити подальше загострення конкуренції. І що показово, конкуренція на ринку ресторанних послуг сьогодні розвивається не тільки у сфері виробництва, а ще більше у сфері доставки інформації постійним і потенційним споживачам, що зумовлює особливу роль інтегрованих маркетингових комунікацій та потребує комплексного аналізу і дослідження.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Таким чином, нами досліджено, що світовий ринок ресторанних послуг постійно змінюється, має динамічну структуру, розвивається у взаємодії з іншими ринками, відчуваючи вплив з боку внутрішнього і зовнішнього маркетингового середовища. В сучасних умовах на світовому ринку ресторанних послуг відбуваються структурні зміни попиту і пропозиції в його домінуючих регіональних сегментах, змінюється фірмова структура, здійснюється диверсифікація ресторанних послуг.

Маркетинговими дослідженнями встановлено, що процеси, які відбуваються у ресторанному бізнесі, залежать не тільки від змін внутрішньогалузевого характеру, але і від ступеня реалізації соціально-економічних пріоритетів в окремих державах. Цінність таких маркетингових досліджень зумовлена тим, що володіючи достовірною інформацією про всі зміни світового ринку ресторанних послуг, ресторани підприємства можуть оперативнo реагувати на них і навіть самі створювати для себе зміни, щоб ще ефективніше вести конкурентну боротьбу.

Багатоаспектність питань функціонування і розвитку світового ринку ресторанних послуг потребує систематичних маркетингових досліджень для використання їх результатів у тактичному і стратегічному плануванні підприємницької діяльності ресторанних закладів.

Наші перспективи подальших досліджень пов'язані з маркетинговим аналізом ринку ресторанних послуг для визначення незайнятих ринкових ніш та виявлення нових маркетингових підходів до позиціонування ресторанних закладів.

1. *Ресторанний бізнес: комунікативні властивості національної їжі України і Кітаю [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.tianxia.link/uk/article/6101-riestorannii-biznies-komunikativni-vlastivosti-natsional-noyi-yizhi-ukrayini-i-kitaiu>.* 2. *2018 Restaurant Trends: Industry [Electronic resource]. – Accessed mode: <https://www.rewardsnetwork.com/blog/2018-restaurant-trends-industry/>.* 3. *GLOBAL FOODSERVICE DISPOSABLES MARKET 2016-2020 Ukraine [Electronic recourse] – Way of access : <http://www.technavio.com/report/global-packaging-foodservice-disposables-marke>.* 4. *Global market size of the restaurant industry in select counties in 2016 (in billion U.S. dollars) [Electronic resource]. – Accessed mode: <https://www.statista.com/statistics/681809/global-restaurant-industry-market-size-by-country>.* 5. *Number of restaurants in the United States from 2011 to 2018* [Electronic resource]. – Accessed mode: <https://www.statista.com/statistics/244616/number-of-qsr-fsr-chain-independent-restaurants-in-the-us/>.* 6. *Statistics and facts on the U.S. restaurant industry [Electronic resource]. – Accessed mode: <https://www.statista.com/topics/1135/usrestaurants/>.* 7. *Restaurant industry*

food and drink sales in the United States from 1970 to 2017 (in billion U.S. dollars) [Electronic resource]. – Accessed mode: <https://www.statista.com/statistics/203358/food-and-drinks-sales-of-us-restaurants-since-1970/>. 8. Объем китайского ресторанный рынок превысит 4 трлн в 2018-м [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://ekd.me/2018/05/obem-kitajskogo-restorannogo-rynka-prevysit-%EF%BF%A54-trln-v-2018-m/>. 9. Ресторанный бизнес Японии: Токио [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.rma.ru/news/14911/>. 10. Пять сетей быстрого питания [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.nippon.com/ru/nipponblog/m00067/>. 11. Market value of restaurants in the food service industry in India from 2010 to 2019 (in billion U.S. dollars) [Electronic resource]. – Accessed mode: <https://www.statista.com/statistics/676084/value-of-restaurants-in-food-service-industry-india/>. 12. Ситуация с фаст-фудом в Индии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://franchisinginfo.ru/statya/454/situaciya-fast-fudom-indii/>. 13. Бразилия : Туристско-рекреационные ресурсы [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://dl.bsu.by/mod/book/view.php?id=9714&chapterid=426>. 14. Annual turnover of restaurants and mobile food services in the United Kingdom (UK) from 2008 to 2016* (in million GBP) [Electronic resource]. – Accessed mode: <https://www.statista.com/statistics/558137/restaurant-and-mobile-food-services-business-turnover-uk/>. 15. 21 Canadian Restaurant Industry Statistics, Trends & Analysis [Electronic resource]. – Accessed mode: <https://brandongaille.com/21-canadian-restaurant-industry-statistics-trends-analysis/>. 16. Restaurant industry sales in Canada from 2010 to 2017 (in billion Canadian dollars) [Electronic resource]. – Accessed mode: <https://www.statista.com/statistics/422536/restaurant-industry-sales-in-canada>. 17. The Canadian Restaurant Industry Is Changing. Here's How to Keep Up. [Electronic resource]. – Accessed mode: <https://aaronallen.com/blog/canadian-restaurant-industry>. 18. Ресторанный бизнес Испании вновь показал рост после 6 лет падения [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ourspain.ru/economic/news2873.html>. 19. Number of restaurants on the Just Eat platform in Spain from 2013 to 2016 [Electronic resource]. – Accessed mode: <https://www.statista.com/statistics/753903/number-of-restaurants-on-the-just-eat-platform-in-spain/>. 20. Number of restaurants and mobile food service enterprises in Spain in 2017, by employment size [Electronic resource]. – Accessed mode: <https://www.statista.com/statistics/687644/restaurant-enterprises-by-employment-size-in-spain/>. 21. Revenue of restaurant and mobile food services (NACE Rev. 2 I5610) in Spain from 2008 to 2020 (in million U.S. dollars) [Electronic resource]. – Accessed mode: <https://www.statista.com/forecasts/396791/spain-restaurant-and-mobile-food-services-revenue-forecast-nace-i5610>. 22. Spain : Food Service – Hotel Restaurant Institutional [Electronic resource]. – Accessed mode: https://gain.fas.usda.gov/Recent%20GAIN%20Publications/Food%20Service%20-%20Hotel%20Restaurant%20Institutional_Madrid_Spain_12-4-2017.pdf. 23. Корейские рестораны [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://guide.travel.ru/south_korea/3457.html. 24. Market Overview +South Korea [Electronic resource]. – Accessed mode: http://www.agr.gc.ca/resources/prod/Internet-Internet/MISB-DGSIM/ATS-SEA/PDF/mo_skor-2017-eng.pdf. 25. Корея. Особенности национального общепита [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://100dorog.ru/guide/articles/101600/>. 26. Revenue of restaurant and mobile food services (NACE Rev. 2 I5610) in France from 2008 to 2020 (in million U.S. dollars) [Electronic resource]. – Accessed mode: <https://www.statista.com/forecasts/391677/france-restaurant-and-mobile-food-services-revenue-forecast-nace-i5610>. 27. Technology is changing the way we eat how restaurants are run Eating Out In Australia 2017 Report – [Electronic resource]. – Accessed mode: <https://www.the-drop.com.au/technology-is-changing-the-way-we-eat-how-restaurants-are-run/>

1. Restorannyj biznes: komunikatyvni vlastyvoli natsional'noi izhi Ukrainy i Kytaiu [Elektronnyi resurs] – Rezhym dostupu do resursu: <http://www.tianxia.link/uk/article/6101-riestorannii-biznies-komunikativni-vlastivosti-natsional-noyi-yizhi-ukrayini-i-kitaiu>. 2. 2018 Restaurant Trends: Industry. Available at: <https://www.rewardsnetwork.com/blog/2018-restaurant-trends-industry/>. 3. GLOBAL FOODSERVICE DISPOSABLES MARKET 2016-2020 Ukraine. Available at: <http://www.technavio.com/report/global-packaging-foodservice-disposables-marke>. 4. Statista, Global market size of the restaurant industry in select counties in 2016 (in billion U.S. dollars). The Global Statistics Portal.

Retrieved from <https://www.statista.com/statistics/681809/global-restaurant-industry-market-size-by-country>, 2016. 5. Statista, Number of restaurants in the United States from 2011 to 2018*. The Global Statistics Portal. Retrieved from <https://www.statista.com/statistics/244616/number-of-qsr-fsr-chain-independent-restaurants-in-the-us/>. 6. Statista, Statistics and facts on the U.S. restaurant industry. The Statistics Portal. Retrieved from <https://www.statista.com/topics/1135/usrestaurants/>. 7. Statista, Restaurant industry food and drink sales in the United States from 1970 to 2017 (in billion U.S. dollars). The Global Statistics Portal. Retrieved from <https://www.statista.com/statistics/203358/food-and-drinks-sales-of-us-restaurants-since-1970/>. 8. Objem kitajskogo restorannogo rynka prevysit 4 trln v 2018-m [Elektronnyi resurs] – Rezhym dostupu do resursu: <https://ekd.me/2018/05/obem-kitajskogo-restorannogo-rynka-prevysit-%EF%BF%A54-trln-v-2018-m/>. 9. Restorannyj biznes Japonii: Tokio [Elektronnyi resurs] – Rezhym dostupu do resursu: <https://www.rma.ru/news/14911/>. 10. Pjat'setej bystrogo pitanija [Elektronnyi resurs] – Rezhym dostupu do resursu: <https://www.nippon.com/ru/nipponblog/m00067/>. 11. Statista, Market value of restaurants in the food service industry in India from 2010 to 2019 (in billion U.S. dollars). The Global Statistics Portal. Retrieved from <https://www.statista.com/statistics/676084/value-of-restaurants-in-food-service-industry-india/>. 12. Situacija s fast-fudom v Indii [Elektronnyi resurs] – Rezhym dostupu do resursu: <http://franchisinginfo.ru/statya/454/situaciya-fast-fudom-indii/>. 13. Braziliya : Turistsko-rekreacionnye resursy [Elektronnyi resurs] – Rezhym dostupu do resursu: <https://dl.bs.u.by/mod/book/view.php?id=9714&chapterid=426>. 14. Statista, Annual turnover of restaurants and mobile food services in the United Kingdom (UK) from 2008 to 2016* (in million GBP). The Global Statistics Portal. Retrieved from <https://www.statista.com/statistics/558137/restaurant-and-mobile-food-services-business-turnover-uk/>. 15. 21 Canadian Restaurant Industry Statistics, Trends & Analysis. Available at: <https://brandongaille.com/21-canadian-restaurant-industry-statistics-trends-analysis/>. 16. Statista, Restaurant industry sales in Canada from 2010 to 2017 (in billion Canadian dollars). The Global Statistics Portal. Retrieved from <https://www.statista.com/statistics/422536/restaurant-industry-sales-in-canada>. 17. The Canadian Restaurant Industry Is Changing. Here's How to Keep Up. Available at: <https://aaronallen.com/blog/canadian-restaurant-industry>. 18. Restorannyj biznes Ispanii vnov pokazal rost posle 6 let padenija [Elektronnyi resurs] – Rezhym dostupu do resursu: <http://ourspain.ru/economic/news2873.html>. 19. Statista, Number of restaurants on the Just Eat platform in Spain from 2013 to 2016. The Global Statistics Portal. Retrieved from <https://www.statista.com/statistics/753903/number-of-restaurants-on-the-just-eat-platform-in-spain/>. 20. Statista, Number of restaurants and mobile food service enterprises in Spain in 2017, by employment size. The Global Statistics Portal. Retrieved from <https://www.statista.com/statistics/687644/restaurant-enterprises-by-employment-size-in-spain/>. 21. Statista, Revenue of restaurant and mobile food services (NACE Rev. 2 I5610) in Spain from 2008 to 2020 (in million U.S. dollars). The Global Statistics Portal. Retrieved from <https://www.statista.com/forecasts/396791/spain-restaurant-and-mobile-food-services-revenue-forecast-nace-i5610>. 22. Spain : Food Service – Hotel Restaurant Institutional. Available at: https://gain.fas.usda.gov/Recent%20GAIN%20Publications/Food%20Service%20-%20Hotel%20Restaurant%20Institutional_Madrid_Spain_12-4-2017.pdf. 23. Korejskie restorany [Elektronnyi resurs] – Rezhym dostupu do resursu: http://guide.travel.ru/south_korea/3457.html. 24. Market Overview +South Korea. Available at: http://www.agr.gc.ca/resources/prod/Internet-Internet/MISB-DGSIM/ATS-SEA/PDF/mo_skor-2017-eng.pdf. 25. Koreja. Osobennosti nacional'nogo obshhepita [Elektronnyi resurs] – Rezhym dostupu do resursu: <https://100dorog.ru/guide/articles/101600/>. 26. Revenue of restaurant and mobile food services (NACE Rev. 2 I5610) in France from 2008 to 2020 (in million U.S. dollars) [Electronic resource]. – Accessed mode: <https://www.statista.com/forecasts/391677/france-restaurant-and-mobile-food-services-revenue-forecast-nace-i5610>. 27. Technology is changing the way we eat how restaurants are run Eating Out In Australia 2017 Report. Available at: <https://www.the-drop.com.au/technology-is-changing-the-way-we-eat-how-restaurants-are-run/>