

МАРКЕТИНГОВА ОЦІНКА ЗАКЛАДІВ ГРОМАДСЬКОГО ХАРЧУВАННЯ MARKETING EVALUATION OF CATERING ESTABLISHMENTS

УДК 338.467.4

<https://doi.org/10.32843/infrastruct43-39>

Мороз О.В.

к.е.н., доцент,
доцент кафедри бізнес-адміністрування,
маркетингу і туризму
Кременчуцький національний університет
імені Михайла Остроградського

Герасимчук В.В.

старший викладач кафедри
бізнес-адміністрування,
маркетингу і туризму
Кременчуцький національний університет
імені Михайла Остроградського

Moroz Olena

Kremenchug National University
Michael Ostrogradskiy

Gerasimchuk Viktoria

Kremenchug National University
Michael Ostrogradskiy

У статті надано маркетингову оцінку закладів громадського харчування м. Кременчука. В результаті дослідження встановлено, що ринок громадського харчування представлений усіма видами закладів, 76% яких розташовані в центральному районі міста. Подано рейтинги закладів громадського харчування, які сформовані відповідно до відгуків населення м. Кременчука. Найбільшу кількість мають заклади фаст-фуду (37%); поширений вуличний тип фаст-фуду – стріт-фуд, зокрема точки продажу хот-догів, шаурми, м'ясних млинців, конопиці та напоїв, а саме чаю, кави та безалкогольних коктейлів, більшість яких вдало розташована біля ринків та вздовж скверу в центрі міста. Друге місце за кількістю закладів посідають кафе, які структурно поділяються на кафе загального типу, кафе-кондитерські та кав'ярні, відсоткова частка яких є найбільшою в місті (53%). Проведений аналіз цих закладів підтверджує великий вибір кавових напоїв та широкий асортимент у вигляді додаткових страв, напоїв та послуг, завдяки яким вони виділяються та конкурують з іншими закладами.

Ключові слова: дослідження, оцінка, громадське харчування, кафе, рейтинг.

В статті представлена маркетингова оцінка заведений общественного питания

г. Кременчуга. В результате исследования установлено, что рынок общественного питания представлен всеми видами заведений, 76% которых находятся в центральном районе города. Представлены рейтинги заведений общественного питания, которые сформированы в соответствии с отзывами населения г. Кременчуга. Наибольшее количество имеют заведения фаст-фуда (37%); распространены уличный тип фаст-фуда – стрит-фуд, в частности точки продажи хот-догов, шаурмы, мясных блинов, конопицы и напитков, а именно чая, кофе и безалкогольных коктейлей, большинство которых удачно расположена возле рынков и вдоль сквера в центре города. Второе место по количеству заведений занимают кафе, которые структурно делятся на кафе общего типа, кафе-кондитерские и кофейни, процентная доля которых является наибольшей в городе (53%). Проведенный анализ этих учреждений подтверждает большой выбор кофейных напитков и широкий ассортимент в виде дополнительных блюд, напитков и услуг, благодаря которым они выделяются и конкурируют с другими заведениями.

Ключевые слова: исследование, оценка, общественное питание, кафе, рейтинг.

Between establishments today is constantly fighting for existing market segments of the discovery and development of new niches, for finding new and retaining loyal consumers of their products and services. The constant race for obtaining information about market conditions and the trends of its development is the basis of survival of subjects of market activity and improve the results of their economic performance as a whole. After all, possession of information opens up great opportunities and prospects for achieving maximum profits. As the catering market is one of the most competitive markets in Ukraine, enterprises of this sector is extremely constantly require information about the state of the market environment sensitive to any economic and social fluctuations, and the implementation of marketing assessment of the institutions of this sector is important. Coffee shops are one of the most dynamic catering establishments. High competition forces us to be constantly in a state of search for ideas and solutions to attract new consumers, increase the prestige of the institution and improve its position in the market as a whole. The article carried out a marketing evaluation of the establishments of Kremenchuk. The study established that food service market includes all types of establishments, 76% of which are located in the Central area of the city. Presents ratings of food service establishments, which is formed according to the opinions of the population. Kremenchug. The greatest number have fast food outlets 37%; common street type fast food- street food: the point of sale of hot dogs, Shawarma, meat pancakes, cononpizza and beverages: tea, coffee and non-alcoholic cocktails, most of which are situated near the markets and along the square in the center of the city. On the second place by the number of establishments is cafe, which is structurally divided into a café General type, tearooms and coffeehouses, the percentage which is the largest in the city – 53%. The analysis of these institutions confirms the wide selection of coffee drinks and a selection of additional meals, drinks and services that allow you to stand out and compete among other dining establishments.

Key words: research, evaluation, public catering, cafes, rating.

Постановка проблеми. В сучасних умовах ринок громадського харчування є одним із найбільш вагомих складників індустрії харчування. Завдяки його великій поширеності у світі серед малого бізнесу він забезпечує можливість високоліквідного використання капіталу та високий ступінь конкурентності.

Між закладами громадського харчування сьогодні ведеться постійна боротьба за наявні сегменти ринку, відкриття нових ніш та оволодіння ними, пошук нових та утримання постійних споживачів їхньої продукції та послуг. Постійні перегони за здобуття інформації про кон'юнктуру ринку та тенденції його розвитку є основою виживання суб'єктів ринкової діяльності та покращення результатів їх економічних показників загалом, адже володіння інформацією відкриває великі можливості та перспективи щодо досягнення максимального прибутку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням ринку громадського харчування присвячено низку зарубіжних публікацій та вітчизняних публікацій, серед яких слід назвати роботи таких авторів, як Л.І. Гірняк, В.А. Глагола, Є.В. Гладських [3], Г.Т. П'ятницька, В.С. Найдюк [4], В.А. Гросул [5], Т.П. Іванова.

Оскільки ринок громадського харчування є одним із найбільш конкурентних ринків в Україні, підприємства цієї сфери постійно потребують інформацію щодо стану ринкового середовища, чутливі до будь-яких економічних та соціальних коливань, надання маркетингової оцінки закладів цієї сфери є актуальним питанням.

Постановка завдання. Метою статті є надання маркетингової оцінки закладів громадського харчування на основі дослідження споживчих переваг для зниження підприємницького

ризик у процесі здійснення підприємницької діяльності.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Нині інструментарій маркетингу представлений досить широким спектром варіантів методів проведення маркетингових досліджень. Різноманітність методів постійно збільшується разом з їх потенціалом, якісне використання яких дає змогу всебічно оцінити ринок, як наслідок, принести економічну вигоду підприємству. Дуже часто перед маркетинговим відділом постає завдання отримати найновішу актуальну інформацію, а польові дослідження найкраще підходять для такого типу завдання, адже мають необхідний результат [1].

Ринок громадського харчування є одним із найбільш динамічних ринків України. Підприємства цієї сфери надзвичайно чутливі до будь-яких економічних та соціальних коливань, особливо різких змін курсу валют, оскільки їх успішна діяльність безпосередньо залежить від наведених чинників. Існування політичної та економічної кризи 2014–2016 рр. призвело до зникнення зі сфери ресторанного бізнесу близько 5 600 підприємств громадського харчування. За оцінками “Rest Consulting” із загальної кількості підприємств, зупинивши своє функціонування, близько 1 500 ресторанів закрилися, не витримавши кризи, а ще трохи більше 4 тис. залишилися в окупованому Криму та зоні АТО [2, с. 71]. Отже, останні два роки (2017–2018 рр.) ринок намагається активно відновитися після її негативних наслідків, розширюючи межі господарювання з нарощенням обсягів реалізації продукції.

Заклади громадського харчування в Україні вражають своєю різноманітністю. Класифікуючи їх за основними типами, можемо виділити такі основні:

- ресторани та кафе;
- Fast Food;
- паби та бари.

Ринкова економіка – це місце постійної, жорсткої боротьби підприємств за найкращі умови виробництва та вигідне позиціонування. Активна діяльність суб'єктів господарювання та збільшення їхньої кількості обов'язково приводять до посилення конкуренції, що є цілком зрозумілим, адже кожен прагне заволодіти якомога більшою часткою ринку, мати сильний продукт, який буде утримувати наявних і приводити нових споживачів, розробити та втілити в життя сильну економічну стратегію, результат якої позитивно відобразиться в річній звітності компанії. Ринок громадського харчування м. Кременчука є наявним підтвердженням цього.

Заклади громадського харчування у Кременчуку представлені досить великою кількістю та багатотиповими закладами. Представники цієї сфери здатні задовольнити своєю продукцією кожного,

навіть найвимогливішого, споживача. Послуги харчування поза домом у широкому спектрі надаються закладами кафе, барів та пабів, точками продажу вуличного фаст-фуду та ресторанами з багатонаціональною кухнею.

Нині у Кременчуку функціонує близько 132 закладів громадського харчування з урахуванням закладів більше центральної частини міста та найбільш популярних серед населення (рис. 1).

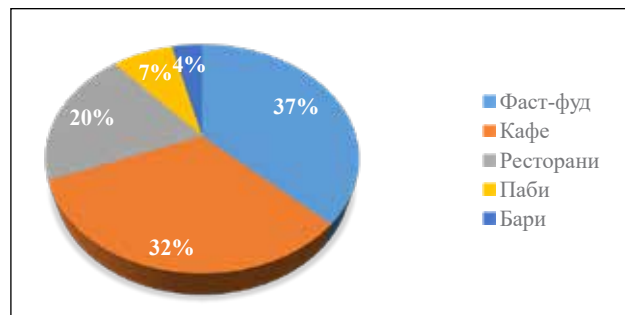


Рис. 1. Структура закладів громадського харчування м. Кременчука

Джерело: складено автором на основі власного дослідження

Перше місце серед закладів громадського харчування посідає фаст-фуд, якому належить більше третини всіх закладів міста та який має 49 точок продажу, друге й третє місця посіли кафе та ресторани, маючи 42 та 26 одиниць відповідно. Паби та бари мають найменшу кількість закладів, а саме 10 і 5 одиниць відповідно.

Фаст-фуд – це велика категорія закладів харчування, до складу якої входять пересувні вагончики з продажу їжі та напоїв, піцерії, суші-бари та ресторани швидкого харчування. З огляду на той факт, що фаст-фуд не належить до категорії здорового харчування, він залишається досить привабливим перш за все через відносно низьку вартість та високу швидкість обслуговування.

Щодо географічного розташування закладів громадського харчування, то їх більшість зосереджена саме в центрі міста, найбільш економічно розвинутій його частині (рис. 2).

У Кременчуку поширений вуличний тип фаст-фуду – стріт-фуд, зокрема точки продажу хот-догів, шаурми, м'ясних млинців, конопці та напоїв, а саме чаю, кави та безалкогольних коктейлів, більшість яких вдало розташована біля ринків та вздовж скверу в центрі міста (табл. 1). Мають місце також мережі ресторанів швидкого обслуговування. Представниками цих закладів є мережа закладів фаст-фуду «Кулиничі», які мають більше 7 торгових точок, та «Макдоналдс» – один із 90 закладів в Україні.

Щодо інших закладів фаст-фуду, а саме піцерій, то слід зазначити, що в більшості закладів головною стравою залишається піца («Дім піци», «LikePizza»), однак присутні також інші пропозиції

(перші страви, млинці, салати тощо). Такою є мережа піцерій «Челентано», в якій середній чек споживачів більший серед подібних закладів.

Заклади фаст-фуду, основною стравою у яких є суші, більше розраховані на замовлення сетів і ролів з доставкою їх кур'єром додому чи на корпоративний офіс («Васабі» та «Оригамі»).

Ресторанний комплекс міста представлений 26 закладами. В ресторанах домінують українська та європейська кухні на прикладі закладів «Чотири сезони», «Івушки», «Merlin», проте багато ресторанів м. Кременчука спеціалізуються на багатонаціональній кухні, в асортименті яких представлені американські, італійські, кавказькі, мексиканські, японські страви, зокрема заклади «Rockville», «Viva Olive Trattoria», «Метрополь», «Пікассо».

Такі заклади, як бари та паби, у структурі громадського харчування Кременчука складають не більше 12% (табл. 2). Незважаючи на їх низьку кількість, заклади користуються досить великим попитом серед дорослого населення та молоді завдяки оригінальному інтер'єру, стилізованому під британський паб, що особливо виражено у пабах «Liverpool» та «Августин». Сучасні паби відходять від традиційних англійських, що мають в асортименті лише пиво та його види, адже вони

Таблиця 2

Структура закладів громадського харчування за категоріями барів та пабів

Тип закладу		Назва закладу
Бар	гриль-бар	Mangal&Bar
		Ахтамар
		Барбаріс
		На дровах
	караоке-бар	Патефон
Паб		Belfast
		RockerPub
		Kruason
		Liverpool
		Mario
		999
		Августин
		ПінтаПіва
		Паровоз
		Шкіпер

Джерело: складено автором на основі власного дослідження

додають до свого меню салати, піцу, страви з рибою, випічку («Belfast»). Щодо барів, то їх основу складають саме гриль-бари. Крім перших страв, різноманітних салатів, вони спеціалізуються на

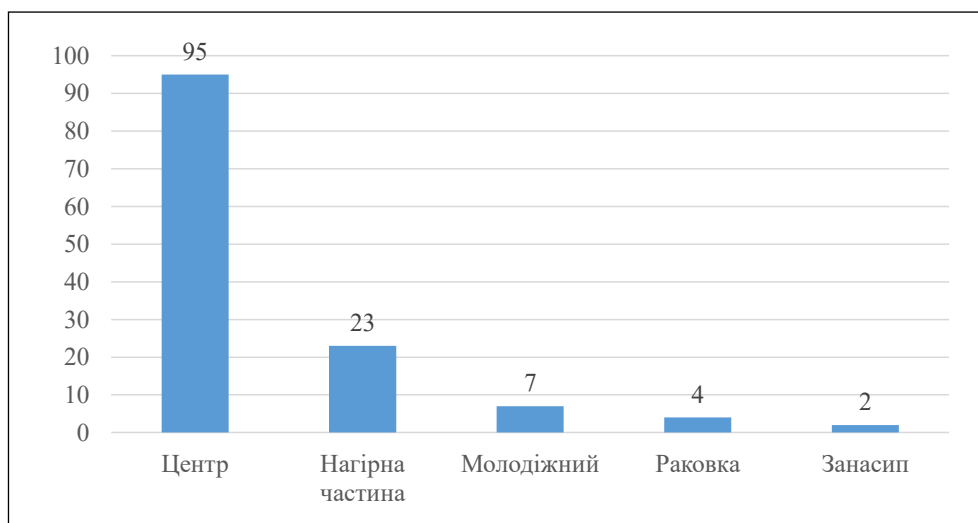


Рис. 2. Структура ринку громадського харчування за географічним поділом

Джерело: складено автором на основі власного дослідження

Таблиця 1

Структура закладів громадського харчування за категоріями фаст-фуду

Вид фаст-фуду	Назва закладу
Стріт-фуд	BunnyBucks, СвітДонатс, Kопорizza
Піцерія	Дім піци, Челентано (мережа), FoxPizza, LikePizza, ІтальяноВеро, Метро, Sam-Remo
Суші	Акваріум, FestivalSushi (мережа), Норі, Васабі, Рассушись, СушиЕд, Оригамі
Бістро	Варенична № 1, Завітай (мережа)
Ресторан швидкого обслуговування	McDonald's, Кулиничі (мережа)

Джерело: складено автором на основі власного дослідження

широкій кількості м'ясних страв, особливо в таких закладах, як "Mangal&Bar" та «На дровах».

Велику категорію, другу за кількістю закладів громадського харчування, складають кафе, маючи частку 32%. Заклади кафе представлені як кафе загального типу, так і спеціалізованими кафе, які можна класифікувати на дві категорії, а саме кав'ярні та кафе-кондитерські, структурний поділ яких зображено на рис. 3.

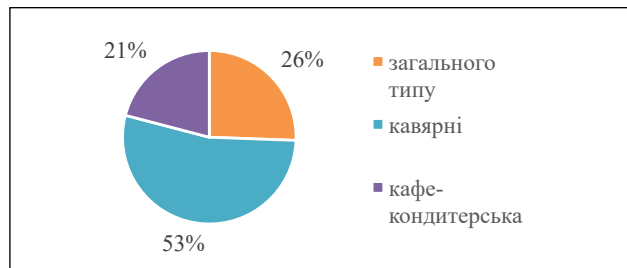


Рис. 3. Структура закладів громадського харчування категорії кафе

Джерело: складено автором на основі власного дослідження

Кафе загального типу (11 закладів) та кав'ярні (23 заклади), крім кафе-кондитерських (9 закладів), представлені в кожній частині міста. Найкращий рейтинг за даними "Google Analytics" на фоні відібраних для аналізу закладів має кафе "Lviv Croissants" завдяки гарному розташуванню поряд із головним сквером міста, виразному інтер'єру та асортименту у вигляді фірмових краасанів (табл. 3).

Таблиця 3
Рейтинг закладів кафе загального типу та кафе-кондитерських за даними "Google Analytics"

Тип закладу	Назва закладу	Рейтинг закладу за п'ятибальною шкалою
Загального типу	LvivCroissants	4,5
	Друзі та вино	4,4
	Гараж	4,4
	Смачне місто	4,3
	Safari	4,3
	Папіна паста	4,2
	Старий Томас	4,2
	Бінго	4,0
	Сказка	4,0
	Вогник	3,6
	Clock	3,3

Джерело: складено автором на основі власного дослідження

Щодо кафе-кондитерських, то слід відзначити "FitCake", який виділяється на фоні подібних закладів. Сьогодні стає популярною концепція здорового харчування. "FitCake" – це саме той заклад, який пропонує страви, виготовлені з натуральних

продуктів, що не містять цукру, глютену та пшеничної муки. Цей заклад був високо оцінений споживачами, отримавши найвищий рейтинг серед інших кафе-кондитерських (табл. 4).

Таблиця 4
Рейтинг закладів кафе-кондитерських за даними "Google Analytics"

Назва закладу	Рейтинг закладу за п'ятибальною шкалою
FitCake	4,8
Ілона	4,7
Ласунчик	4,6
Кекс	4,6
LoveCake	4,5
Адажіо	4,5
Колобок	3,7

Джерело: складено автором на основі власного дослідження

Найбільшу кількість серед кафе складають кав'ярні (58%), які представлені як одиночними закладами, так і мережею закладів.

Таблиця 5
Рейтинг мереж та одиночних кав'ярень за даними "Google Analytics"

Тип кав'ярні	Назва кав'ярні	Кількість закладів	Рейтинг закладу за п'ятибальною шкалою
Мережа	Eva	3	4,7
	Kofan	4	4,6
	RockKava	2	4,6
	Дімкави	2	4,5
	#KIOSK	2	4,4
Одиночні	Colorit		4,7
	FeelGood		4,7
	Львівська майстерня шоколаду		4,6
	Велес Кава		4,6
	Coffeelaktika		4,6
	Шале		4,6
	Aroma Kava		4,4
	Orange		4,4
	Starbuks coffeeshop		4,3
	Lavanda		4,0

Джерело: складено автором на основі власного дослідження

Враховуючи рейтинг, зазначений у табл. 5, можемо резюмувати, що явного лідера в мережі кав'ярень не виявлено. Проте в рейтингу одиночних кав'ярень ситуація інша, оскільки присутні заклади, які, на думку споживачів, дещо поступаються іншим. Однією з причин цього є географічне розташування. Кав'ярня "Lavanda" розташована у притул до "Eva coffee room", яка крім самої кави, має кращий екстер'єр та інтер'єр, а "Starbuks coffeeshop" досить віддалена від центральних закладів. Проте слід зауважити, що ці

заклади кави все одно мають досить високі оцінки споживачів серед прихильників як ретро-стилю “Starbuks coffeeshop”, так і кав’ярні з криною терасою “Orange”.

Кав’ярні – це одні з найбільш динамічних закладів громадського харчування. Висока конкуренція змушує постійно перебувати в стані пошуку ідей та рішень щодо залучення нових споживачів, збільшення престижу закладу та покращення своїх позицій на ринку загалом.

Проаналізуємо кавовий асортимент та цінову політику чотирьох кав’ярень, порівнюючи по два представника кожної категорії з мережі закладів (“Kofan” і “RockKava”) та одиночних закладів (“Colorit” та «Львівська шоколадна майстерня») (табл. 6).

Як бачимо, цінова політика закладів має деякі відмінності. За більшістю асортименту у “RockKava” ціни вище, ніж у “Kofan”, на 20–25% за однакового об’єму кави. Таку різницю можна пояснити більшою кількістю закладів “Kofan” та більшою орендною ставкою для “RockKava” (одна з двох кав’ярень розташовується у ТЦ «Галактика»).

Також у кожного закладу є низка пропозицій, які відрізняють його від прямого конкурента. Так, у “Kofan” наявний широкий асортимент різноманітних коктейлів (детокс-коктейлі та протеїнові) та авторського чаю (набір блендів та оздоровчого

чаю). “RockKava” пропонує приготування кави у джезві, альтернативні способи заварювання (кемекспурвер, аеропрес) та французький елітний чай “Dammann”.

Щодо асортиментного ряду кав’ярень “Colorit” та «Львівська шоколадна майстерня», то остання пропонує об’єм кави, що в середньому на 25–30% більше за майже однакового рівня цін. Відзначимо у “Colorit” великий вибір альтернативних способів заварювання кави (пурвер, аеропрес, кемекс та по-в’єтнамськи) з можливістю її приготування з двох видів зерен (Кенія та Ефіопія). Також кав’ярня проводить творчі заняття, пропонуючи взяти участь у малюванні акриловими фарбами на полотні. У «Львівській майстерні шоколаду» в асортименті представлений набагато більший вибір печива, десертів та молочних коктейлів.

Висновки з проведеного дослідження. У м. Кременчуку розташована велика та різноманітна кількість закладів громадського харчування. Ринок представлений усіма видами закладів, 76% яких розташовані в центральному районі міста. Найбільшу кількість мають заклади фаст-фуду, а саме 49 зі 132. Категорія кафе представлена трьома типами закладів, такими як кафе загального типу, кав’ярні та кафе-кондитерські. Домінуюча більшість

Таблиця 6

Асортимент та цінова політика кав’ярень “Kofan”, “RockKava”, “Colorit” та «Львівська шоколадна майстерня»

Асортимент	Назва закладу							
	Kofan		RockKava		Colorit		ЛШМ	
								
Кавова карта	об’єм, мл	ціна, грн.	об’єм, мл	ціна, грн.	об’єм, мл	ціна, грн.	об’єм, мл	ціна, грн.
Еспресо	30	15	30	25	30	22	40	25
Допліо	60	25	60	35	60	32	80	35
Американо	80	16	80	25	80	22	150	25
Лонг блек	110	25	120	30	110	30	120	30
Флетвайт	120	35	150	45	120	36	180	40
Капучіно	200	35	200	35	180	26	150	30
Капучіно подвійний	300	45	300	50	280	36	240	35
Капучіно кедровий	170	40	170	45	160	38	170	40
Латте	300	30	300	40	180	34	190	38
Латте каремель	300	35	300	45	180	40	190	38
Латте банановий	300	35	300	45	180	40	190	38
Матча латте	150	35	200	60	150	40	220	37
Айс-латте	300	30	300	40	180	34	190	40
Глясе	150	35	150	45	140	35	150	45
Раф лавандовий	200	45	200	45	180	35	190	40
Раф ванільний	200	45	200	45	180	35	190	40

Джерело: складено автором на основі власного дослідження

кав'ярень має високі оцінки споживачів, найвищий рейтинг отримали серед мереж такі заклади, як "Eva", "Kofan", "RockKava", а серед однотипних – "Colorit", "Feelgood" та «Львівська майстерня шоколаду». Проведений аналіз цих закладів підтверджує великий вибір кавових напоїв та широкий асортимент у вигляді додаткових страв, напоїв та послуг, завдяки яким вони виділяються та конкурують з іншими закладами.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Вачевський М.В., Скотний В.Г. Маркетинг у сферах послуг : навчальний посібник. Київ : Центр навчальної літератури, 2004. С. 41.
2. Гірняк Л.І., Глагола В.А. Сучасний стан, перспективи та тенденції розвитку ресторанного господарства в Україні. *Економіка та управління підприємствами*. 2018. № 16. С. 71–76.
3. Гладских Е.В. Обзор ресторанного рынка. URL: <https://delo.ua/lifestyle/sytnyj-god-obzor-restorannogo-rynka-329410.htm> (дата звернення: 25.11.2019).
4. П'ятницька Г.Т., Найдюк В.С. Сучасні тренди розвитку ресторанного господарства в Україні. *Економіка та держава*. *Економічна та держава*. 2017. № 9. С. 66–73.

5. Гросул В.А., Іванова Т.П. Тенденції сучасного розвитку підприємств ресторанного господарства в Україні та Харківській області. *Науковий вісник Ужгородського університету*. Серія «Економіка». 2017. № 1 (49). Т. 1. С. 143–149.

REFERENCES:

1. Vachevsjkyj M.V., Skotnyj V.Gh. Marketyngh u sferakh poslugh : navch. posib. Kyjiv : Centr navchaljnoji literatury, 2004. S. 41.
2. Ghirnjak L.I., Ghlaghola V.A. Suchasnyj stan, perspektyvy ta tendenciji rozvytku restorannogho ghospodarstva v Ukrajinі. *Ekonomika ta upravlinnja pidpryemstvamy*. 2018. № 16. S. 71–76.
3. Ghladskykh E.V. Obzor restorannogho rynka. URL: <https://delo.ua/lifestyle/sytnyj-god-obzor-restorannogorynka-329410.htm> (data zvernennja: 25.11.2019).
4. P'jatnycjka Gh.T., Najdjuk V.S. Suchasni trendy rozvytku restorannogho ghospodarstva v Ukrajinі. *Ekonomika ta derzhava*. *Ekonomichna ta derzhava*. 2017. № 9. S. 66–73.
5. Ghrosul V.A., Ivanova T.P. Tendenciji suchasnogho rozvytku pidpryemstv restorannogho ghospodarstva v Ukrajinі ta Kharkivskij oblasti. *Naukovyj visnyk Uzhghorodskogho universytetu*. Serija "Ekonomika". 2017. № 1(49). T. 1. S. 143–149.