

# ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В М. БІЛГОРОД – ДНІСТРОВСЬКИЙ ТА ОБҐРУНТУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОЕКТУ ТЕМАТИЧНОЇ КАВ'ЯРНІ

*Мартинюк Ю.А., магістр  
кафедра менеджменту та управління проектами*

*Одеська державна академія будівництва та архітектури*

**Анотація.** В статті розглянуто ринок ресторанного бізнесу в місті Білгород-Дністровський, його тенденції та перспективи розвитку, обґрунтовано доцільність відкриття тематичної кав'ярні, проведений аналіз потенційних конкурентів та споживачів даної галузі .

**Постановка проблеми.** Незважаючи на швидкий темп росту ринку ресторанного бізнесу як в Україні, так і в досліджуваному регіоні, він ще не є досить насиченим, в порівнянні з показниками європейських країн. Так, в середньому по Європі одне місце в ресторані (кафе, барі) доводиться на 8 жителів, в Києві - на 35 жителів, в Дніпропетровську - на 40, в Донецьку - на 35, в Львові - на 25 жителів. [2]

За укрупненими підрахунками, в Білгород-Дністровському на 1 місце претендує 25 платоспроможних осіб, не включаючи туристичний сектор. Так як м. Білгород - Дністровський є туристичним центром південного регіону з давньою історією, що поєднує в собі надбання різних культур, було б доцільно представити проект закладу – кав'ярні, яка б уособлювала в собі один з періодів розвитку міста і була б пов'язана з головною пам'яткою – фортецею. Тому розгляд проблеми неповного насичення ринку ресторанного бізнесу в районному центрі – Білгород – Дністровський є досить актуальним, для подальшого обґрунтування конкурентоспроможності проекту кав'ярні.

Аналіз досліджень дає підстави стверджувати, що проблеми розвитку і становлення ринку ресторанного бізнесу та конкуренція на ньому є предметом вивчення таких фахівців: Антонова В. А., Коміренко В. І., Агафонова Л.В., Эгертон-Томас Кристофер, Мальська М.П., Худо В.В., Цибух В.І. Нечаюк, Л.І., Змішов А.В., Зінов'єв Г.О., Янкевич В.С., Безрукова Н.Л., Фетісова Н. І. та ін.. Роботи даних науковців присвячені дослідженню особливостей ринку ресторанного бізнесу, закономірностей його розвитку, управлінню закладами харчування та відпочинку, але потребує додаткового дослідження та аналізу ресторанного господарства у невеликих містах - районних центрах. Метою даного дослідження є обґрунтування конкурентоспроможності проекту тематичної кав'ярні в м. Білгород –Дністровський та аналіз ринку ресторанного бізнесу.

**Виклад основного матеріалу.** Дослідження та аналіз ринку конкурентів є одним з найважливішим аспектів успішного функціонування підприємства. Особливо це стосується тих напрямів діяльності, де присутня велика кількість підприємств та сформовані цілі мережі типових закладів. Наприклад, ресторанний бізнес.

Ресторанне господарство - це вид економічної діяльності суб'єктів господарювання щодо надання послуг для задоволення потреб споживачів у харчуванні з організацією дозвілля або без нього. [1]

На даному етапі швидкі темпи розвитку цього бізнесу вимагають блискавичної реакції на зміни в потребах споживачів та діях конкурентів передусім. В умовах великої кількості закладів харчування споживач став дуже вибагливим, тому щоб витримувати конкуренцію потрібно чітко визначитися з сегментом, на який буде спрямовуватися діяльність підприємства.

Конкуренцію можливо визначити як економічне суперництво

між відокремленими виробниками продукції, робіт, послуг за завоювання ринку та отримання більшого прибутку. [3]

В своїй діяльності підприємства сфери харчування можуть використовувати методи цінової та нецінової конкуренції.

Цінова конкуренція передбачає продаж товарів за більш низькими цінами, ніж у суперників. Це суперництво підприємців за вилучення додаткового прибутку на основі зменшення витрат виробництва та реалізації певної продукції, зниження цін на цю продукцію без зміни її асортименту й якості, а нецінова - пропозицію товарів більш високої якості, з кращими показниками надійності та терміном служби, з вищою продуктивністю, а також більш широкого асортименту.[4]

Також, слід відзначити, що все частіше споживач звертає увагу на надійність, якість обслуговування, імідж та атмосферу закладу.

Аналізуючи ринок конкурентів ресторанного бізнесу Білгород - Дністровського треба звернути увагу на особливості самого міста:

-Місто є районним центром з населенням 60 тис. осіб. [5]

-Туристичним центром

-Студентським центром (близько 10 тис. осіб)

На ринку ресторанного бізнесу в досліджуваному регіоні представленні такі типи закладів:

-Ресторани (4)

-Кафе (8)

-Кав'ярні (2)

-Місця швидкого харчування ( фаст - фуд)

Головними конкурентами проекту відкриття тематичної кав'ярні будуть уже діючі в місті кафе та кав'ярні. Ресторани та місця швидкого харчування не матимуть значного впливу на потенційних відвідувачів проектованого закладу.

В місті відкрито дві кав'ярні: «Кофе Сити» та «Галерея».

Розглянемо кожну із них по наступним критеріям: місце розташування, інтер'єр, меню, позиціонування, орієнтований сегмент споживачів, імідж.

Кав'ярня «Кофе Сити» - знаходиться в окремій будівлі за адресою вул. Першотравнева,54. Розташована недалеко від ринку, міського парку Перемоги. У меню представлені елітні сорти кави та чаю, фірмова свіжа випічка та десерти. Позиціонує себе як місце для романтичної зустрічі, сімейного відпочинку. Інтер'єр – стіни з міськими пейзажами. Орієнтується на наступний сегмент ринку: сімейні пари, молодь від 17 до 25 років, випадкові відвідувачі. Заклад має позитивний імідж серед клієнтів та жителів міста.

Кав'ярня «Галерея» - знаходиться в торговому центрі за адресою вул. Дзержинського, 45/б ТЦ «Панорама». Не дуже віддалена від центру. В меню представлені 125 найменувань вагового чаю, 32 найменування фасованого чаю, 54 найменувань вагового кави, в тому числі і фасованого, до 20 видів чайних та кавових аксесуарів, а також коктейлі, десерти, спиртні напої, кондитерські вироби. Позиціонує себе більш як місце для сімейного відпочинку, ділової зустрічі. Розташування кав'ярні в торгових центрах з точки погляду фахівців не є дуже успішним. В інтер'єрі відсутній фірмовий стиль. Велику увагу приділяють дітям, відведене місце де вони можуть залишити свої малюнки. Орієнтується на наступний сегмент ринку: молоді мами з дітьми, покупці торгового центру.

Проаналізувавши кав'ярні «Кофе Сити» та «Галерея», слід відзначити, що обидва заклади нехтують маркетинговою політикою, зокрема рекламою та стимулюванням продажу. Це пов'язано з низьким рівнем конкуренції на даному ринку.

Розглянемо можливі конкурентні переваги проектованої кав'ярні «Фортеця». Місце для розташування кав'ярні буде вибрано не далеко від міського парку та Аккерманської фортеці. Таке розташування буде залежати від того, що головними сегментами

ринку споживачів будуть туристи, а також студенти та молоді люди віком від 16 до 25 років, випадкові перехожі. Такий вибір споживачів пояснюється тим, що влітку, коли більшість студентів залишає місто заклад буде більш орієнтуватися на туристів, а взимку – навпаки. Інтер'єр – напівосвітлене приміщення, матеріал стін – декоративний камінь та дерево. Дизайн повинен нагадувати про головну пам'ятку міста фортецю та дотримуватись у всіх елементах та деталях. Як варіант, можливе співробітництво з туристичним сектором міста. Кав'ярня може стати заключним місцем, де екскурсоводи будуть закінчувати свої екскурсії та пропонуватимуть туристам скуштувати справжньої кави та відчути себе жителем стародавнього Аккерману. В меню кав'ярні будуть представлені:

- традиційні кавові напої (еспресо, латте, американо);
- гарячий шоколад ( білий, чорний, молочний, з цедрою, по-аккерманські, з молоком (чорн., мол.) , мішаний );
- Фрешкава;
- Великий вибір чаю та напоїв на основі цілющих трав;
- Фірмові кавові напої, створені на основі традиційних .

Отже, виходячи на ринок кав'ярня «Фортеця» буде використовувати наступні конкурентні переваги:

- Найбільш вигідне розташування
- Орієнтація на вільний сегмент споживачів – туристів
- Фірмовий стиль
- Традиційне та фірмове меню
- Цінова політика
- Постійна система акцій та знижок
- Можливе співробітництво з туристичним сектором міста

**Висновки.** Таким чином ринок ресторанного бізнесу в м. Білгород – Дністровський ще не є достатньо насиченим, а конкуренція досконалою. Отже, проект кав'ярні «Фортеця» може бути конкурентоспроможним, якщо обере правильну політику виходу на споживчий ринок та зможе скористатися своїми

конкурентними перевагами. Результативність та успішність даного закладу буде залежати від професійного управління та чіткої координації дій керівника проекту.

### **Література:**

1. Пятницька Н.О. Організація обслуговування у закладах ресторанного господарства: Підручник. - Київ «Центр учбової літератури», 2011
2. Електронний ресурс - [http://www.rusnauka.com/14\\_APSN\\_2008/Economics/32215.doc.htm](http://www.rusnauka.com/14_APSN_2008/Economics/32215.doc.htm)
3. Ажнюк М.О. Основи економічної теорії. Навчальний посібник. - Ужгород: Гражда, 2005. - 204 с.
4. Донець Л.І., Романенко Л.Г. Основи підприємництва Навчальний посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 320 с.
5. Електронний ресурс - [www.bilgorod-d.org.ua](http://www.bilgorod-d.org.ua)