

11. *Visnyk molochnykiv* – 2016. URL : <http://www.ukrmolprom.kiev.ua/ua/analitika/shchomisyachna-analitika/category/2016>.
12. *Analiz rynku molochnoi' produkci' Ukrainy*. URL : <https://koloro.ua/blog/issledovaniya/analiz-ryinka-molochnoy-produktsii-ukrainyi-2015-2016.html>.
13. *Kil'kist' sil's'kogospodars'kyh tvaryn u 2017 roci*. URL : http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2017/sg/ph/ph_u/ph2017_u.html.
14. *Ponomarenko A. S. Molochna galuz' Ukrainy: problemy ta perspektyvy rozvytku*. Young Scientist. № 12 (27). Part 3. December. 2015. R. 169—175.
15. *Rynok moloka*. Informacijno-analitychnyj bjuletен' № 248-04-17. URL : <http://www.infagro.com.ua/>.
16. *Vyrobnyctvo osnovnyh vydiv produkci' tvarynnyctva u 2017 r.* URL : http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2017/sg/vpt/vpt_u/vpt2017_u.html.
17. *Food security indicators*. URL : <http://www.fao.org/economic/ess/ess-fs/ess-fadata/en/#.Vlui9UfNNYw>.

УДК 338.46:640.43

П'ЯТНИЦЬКА Галина,

д. е. н., професор, професор кафедри менеджменту

Київського національного торговельно-економічного університету

ГРИГОРЕНКО Олег,

к. т. н., доцент, доцент кафедри інженерно-технічних дисциплін

Київського національного торговельно-економічного університету

НАЙДЮК Віталій,

Генеральний директор ПрАТ "Компанія "Київенергохолдинг"

ДІАГНОСТИКА РИНКУ ПОСЛУГ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Проведено діагностику змін на ринку послуг ресторанного господарства. Надано оцінку рівня інноваційного потенціалу підприємств ресторанного господарства України впродовж 2014–2016 рр. у розрізі інституційного поділу. Визначено фактори, що переешкоджали інноваційному розвитку підприємств ресторанного господарства України до та після 2014 р. Наведено перелік інновацій, що позитивно впливають на розвиток досліджуваного ринку послуг. Побудовано модель дифузії інновацій на ринку послуг ресторанного господарства.

Ключові слова: діагностика змін, ринок послуг ресторанного господарства, інноваційний розвиток, підприємства ресторанного господарства, суб'єкти підприємницької діяльності, інновації, інноваційний потенціал, дифузія інновацій.

Пятницкая Г., Григоренко О., Найдюк В. Диагностика рынка услуг ресторанного хозяйства. Проведена диагностика изменений на рынке услуг ресторанного

© П'ятницька Галина, Григоренко Олег, Найдюк Віталій, 2018

хозяйства. Дана оцінка рівню інноваційного потенціала підприємств ресторанного господарства України в течение 2014–2016 гг. в разрезе інституціонального розподілення. Визначені фактори, перешкоджали інноваційному розвитку підприємств ресторанного господарства України до і після 2014 г. Приведен перелік інновацій, які позитивно впливають на розвиток ринку послуг ресторанного господарства. Побудована модель дифузії інновацій на ринку послуг ресторанного господарства.

Ключевые слова: діагностика змін, ринок послуг ресторанного господарства, інноваційне розвиток, підприємства ресторанного господарства, суб'єкти підприємницької діяльності, інновації, інноваційний потенціал, дифузія інновацій.

Постановка проблеми. Ефективне управління будь-яким підприємством як у короткостроковій, так і стратегічній перспективі суттєво залежить від того, наскільки його менеджери спроможні правильно діагностувати зміни, що відбуваються на ринку, та розробити й реалізувати адекватні до результатів діагностики управлінські рішення. Нестабільність макроекономічної ситуації та мінливість кон'юнктури ринку завжди спричиняють певні трансформації в розвитку галузей/сфер економічної діяльності та впливають на результати діяльності підприємств. Проте не кожне підприємство (а мале за розміром і поготів, яке має невеликий штат персоналу) здатне самостійно й своїми силами проводити комплексну діагностику змін на ринку. Водночас за відсутності результатів такої діагностики зростає ймовірність прийняття неправильних або неоптимальних рішень щодо подальшого розвитку того чи іншого підприємства на ринку, можуть бути прорахунки при виборі найприйнятнішої за тих чи інших обставин стратегії конкуренції.

Наразі з усіма зазначеними проблемами стикнулися підприємства сфери ресторанного господарства (РГ) України, більша частка (приблизно 97 % загальної кількості) яких є малими. Складність розв'язання цих проблем загострилася ще й тому, що останніми роками відбулися негативні зміни в підходах до збору та оприлюднення офіційної статистичної інформації щодо розвитку мережі ресторанного господарства Державною службою статистики України, на чому вже наголошувалося в одній із попередніх наукових публікацій [1].

Зміни на галузевому ринку (особливо коли йдеться про сферу послуг, зокрема РГ) зазвичай обумовлені інноваціями, що прямо чи опосередковано пов'язані з інноваційною активністю підприємств. Водночас дифузія інновацій, що спричиняє зміни на ринку послуг РГ, має як внутрішньогалузевий міжнародний (або кроскультурний) характер, так і міжгалузевий. У першому випадку дифузія пов'язана з поширенням продуктивних і процесних інновацій, що продукуються самими підприємствами РГ у різних куточках світу, а в другому – про поширення інновацій, що з'явилися в інших (відмінних від РГ) сферах економічної діяльності, але знайшли своє застосування на підприємствах ресторанного господарства й позитивно впливають на їхній

розвиток, сприяють підвищенню результативності та ефективності їхньої діяльності на ринку. Менеджери підприємств РГ, які прагнуть йти в ногу з часом і швидко реагувати на нові запити та потреби споживачів, мають безупинно відстежувати як внутрішньогалузеві, так і міжгалузеві інновації, зважувати доцільність їх впровадження при управлінні розвитком свого підприємства РГ.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Попри те, що за останні декілька років проблематика розвитку РГ в Україні та державного регулювання ресторанного бізнесу освітлювалася в наукових публікаціях багатьох українських учених [2–5 та ін.], у них або детально не вивчалися трансформації, що відбулися в цій сфері після 2013 р., або презентувався розвиток РГ та регулювання ним у сукупності з готельним господарством, що унеможливило повною мірою оцінити ситуацію, що склалася безпосередньо на ринку послуг РГ. Брак статистичної інформації не дав змоги й нам у попередніх публікаціях за 2017 р. [1; 6] достатньо глибоко й різнопланово провести діагностику сучасних змін на ринку послуг РГ України.

Водночас проблематика інноваційного розвитку та ймовірних змін, що пов'язані з внутрішньогалузевою та міжгалузевією дифузією інновацій на ринку послуг РГ, періодично висвітлюється у працях як іноземних [7–9 та ін.], так і вітчизняних науковців [10–13 та ін.]. Була вона предметом дослідження і в одній з наших останніх публікацій [14]. Проте перманентність інноваційних змін актуалізує потребу безперервності в проведенні їх аналізу та оцінюванні впливу на розвиток підприємств РГ.

Мета дослідження – проведення діагностики змін, що наразі відбуваються на ринку послуг РГ в цілому, а також таких, що є характерними для розвитку ресторанного господарства України з початку 2014 р. й донині. Завдання – провести аналіз змін розвитку РГ в Україні, що відбулися, з одного боку, під впливом економічних, демографічних і геополітичних факторів, а з іншого – внаслідок інновацій, які прямо чи опосередковано сприяють прогресивним змінам на ринку послуг РГ в цілому та України зокрема; визначити та порівняти фактори, що перешкоджали інноваційному розвитку підприємств РГ України до та після 2014 р.; побудувати модель дифузії інновацій на ринку послуг РГ.

Матеріали та методи. Під час дослідження використано методи: системного аналізу, порівняння, статистичної обробки даних, маркетингових досліджень, моделювання та ін. Інформаційною базою стали дані Державної служби статистики України, результати опитування менеджерів діючих в Україні підприємств РГ, споживачів послуг РГ, публікації іноземних і вітчизняних науковців і практиків.

Результати дослідження. Станом на початок 2017 р. в Україні, за даними Державної служби статистики України [15, с. 93], діяльність із забезпечення стравами та напоями (за КВЕД-2010) здійснювали

майже 50.2 тис. суб'єктів господарювання (водночас кількість підприємств-юридичних осіб РГ була трохи більше ніж 5 тис. одиниць). У цілому динаміка кількості підприємств РГ упродовж 2014–2017 рр. в Україні набула чітко вираженого спадного характеру (рис. 1). Якщо в період з початку 2013-го до початку 2014 р. кількість підприємств-юридичних осіб РГ в Україні зросла на 308 одиниць, то протягом 2014–2017 рр. середньорічний темп становив 86.74 %, тобто щорічно протягом останніх чотирьох років їхня кількість в середньому зменшувалася на 13 %.

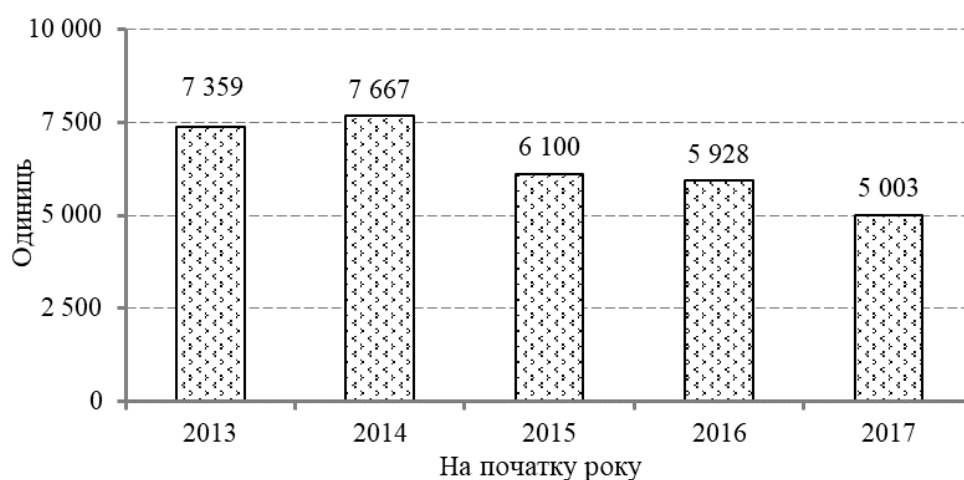


Рис. 1. Динаміка кількості підприємств РГ в Україні протягом 2013–2017 рр.*

* Побудовано за даними Державної служби статистики України [15, с. 93; 16, с. 329]. Показники 2015–2017 рр. наведено без урахування тимчасово окупованої території АР Крим, м. Севастополя та частини зони проведення Антитерористичної операції.

Зменшення кількості підприємств РГ в Україні протягом 2014–2017 рр. спричинено передусім втратами ринкових сегментів на тимчасово окупованій території АР Крим, м. Севастополя та в зонах проведення Антитерористичної операції в Донецькій та Луганській областях, загальноекономічним спадом (прояв якого чітко простежується через динаміку індексу споживчих цін та індексу фізичного обсягу ВВП), а також суттєвим зменшенням чисельності наявного населення та потоку іноземних громадян до України порівняно з періодом, що передував 2014 р. (табл. 1). Зазначені причини негативно позначилися на обсягах попиту на послуги РГ в Україні й зумовили вихід з ринку тих підприємств РГ, що або були повністю чи частково зруйновані, або не змогли розробити та реалізувати ефективну програму дій в умовах домінування ринкових загроз, або опинилися на неконтрольованій Україною території тощо. У Києві, приміром, за даними компанії *Rest Consulting* [17], у 2014 та 2015 рр. закрилось відповідно 119 та 85 ресторанів.

Незалежно від зовнішніх загроз і можливостей на ринку послуг РГ регулярно не лише закриваються, а й з'являються нові підприємства. У 2014 та 2015 рр. у Києві відповідно відкрилось 40 і 68 нових ресторанів, тоді як у 2013 р. таких було лише 35 (тобто майже удвічі менше ніж у 2015-му). Водночас у 2016 р. як результат поліпшення макроекономічної ситуації, за прогнозами експертів [17], кількість відкритих у Києві ресторанів досягла 90 одиниць. Протягом 2016–2017 рр. реалізовано декілька нових проектів, зокрема, "Сім"ї ресторанів Дмитра Борисова": ресторани японської та перуанської кухні "Ронін" – *Ronin*, української кухні "Остання барикада" та "Бессарабія". Активно долучилися до розвитку столичного ринку послуг РГ бізнесмени-переселенці з Донецької та Луганської областей, які відкрили та почали розвивати в Києві як мережеві (приміром, "3bCAFE"), так і немережеві заклади РГ (ресторани "Бассано" – *Bassano*, "Дейлі фіш кафе" – *Daily Fish Cafe*, "О'город").

Таблиця 1

Зміна показників факторів впливу на розвиток ресторанного господарства в Україні протягом 2013–2017 рр.*

Показники	На кінець року				
	2013	2014	2015	2016	2017
Чисельність наявного населення, млн осіб	45.4	42.9	42.8	42.6	42.4
Кількість іноземних громадян, які відвідали Україну, усього **, млн осіб	24.7	12.7	12.4	13.3	н / і
Індекс споживчих цін, у % до попереднього року	99.7	112.1	148.7	113.9	114.4
Індекси фізичного обсягу ВВП, у % до 2010 р.	105.7	98.8	89.1	91.3	н / і
Територія України, тис. км ² , зокрема:	603.5				
АР Крим і м. Севастополь	27.9				
Площа окупованих Росією та проросійськими бойовиками територій АР Крим і Донбасу станом на вересень 2015 р. ***, тис. км ²	44.0				

* Побудовано за даними Державної служби статистики України [18]. Показники по чисельності наявного населення, іноземних громадян, які відвідали Україну, обсягах ВВП за 2014–2017 рр. наведено без урахування тимчасово окупованої території АР Крим, м. Севастополя та частини зони проведення Антитерористичної операції. Н / і – станом на 08.02.2018 р. немає офіційної інформації.

** Включно з одноденними відвідувачами (за даними адміністрації Держприкордонслужби України).

*** За даними з виступу Президента України на 70-й сесії Генеральної Асамблеї Організації Об'єднаних Націй у Нью-Йорку [19].

Варто наголосити, що з початку ринкової перебудови в Україні послуги РГ стали надавати не лише підприємства-юридичні особи, а й фізичні особи-підприємці, частка яких у загальній кількості суб'єктів господарювання РГ України продовжувала зростати навіть в останні кризові роки (рис. 2). Якщо на початок 2014 р. в країні функціонувало майже 36 тис. фізичних осіб-підприємців РГ, що становило понад 82 %

усіх суб'єктів господарювання РГ, то на початок 2017 р. їх (незважаючи на тимчасову втрату частини території) стало майже в 1.3 раза більше (див. *рис. 2*) і внаслідок цього зростання, а також зменшення кількості підприємств-юридичних осіб РГ (див. *рис. 1*) частка фізичних осіб-підприємців РГ збільшилася приблизно на 8 %.

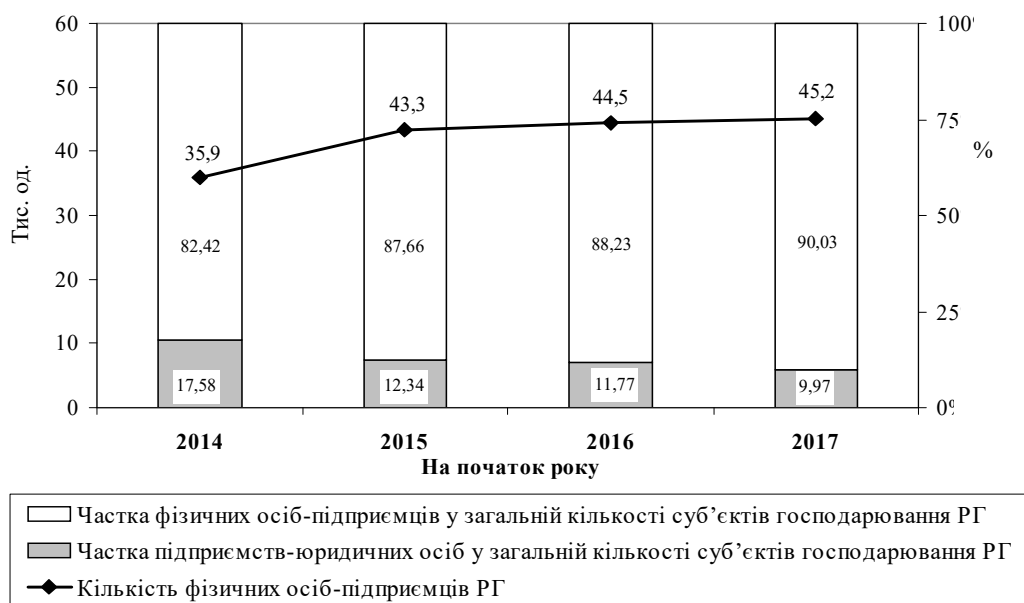


Рис. 2. Динаміка кількості фізичних осіб-підприємців та зміна структури суб'єктів господарювання ресторанного господарства України в 2014–2017 рр.*

* Побудовано за даними Державної служби статистики України [15, с. 93]. Показники наведено й розраховано без урахування тимчасово окупованої території АР Крим, м. Севастополя та частини зони проведення Антитерористичної операції.

Охарактеризовані вище зміни, як і домінування кількості малих підприємств РГ в Україні порівняно з великими й середніми (*табл. 2*), обумовлено потребою пошуку легальних шляхів оптимізації витрат, пов'язаних з оподаткуванням. Згідно з положеннями Податкового кодексу України [20], податкові переваги на кшталт застосування спрощеної системи оподаткування наразі в РГ України можуть отримати: фізичні особи-підприємці, які проводять діяльність у сфері РГ, за умови, що протягом календарного року вони, *по-перше*, не використовуватимуть працю найманих осіб або кількість осіб, які перебувають з ними в трудових відносинах, одночасно не перевищує 10-ти, *по-друге*, обсяг доходу яких не перевищує 1.5 млн грн; фізичні особи-підприємці, які не використовують працю найманих осіб або кількість осіб, що перебувають з ними у трудових відносинах, не обмежена, та юридичні особи-суб'єкти господарювання будь-якої організаційно-правової форми, у яких протягом календарного року обсяг доходу не перевищує 5 млн грн.

Як свідчать дані *табл. 2*, хоча з початку 2014-го до початку 2017 р. в Україні сформувалася стійка тенденція до зменшення кількості малих підприємств РГ, їхня частка в загальній сукупності підприємств-суб'єктів підприємництва й надалі залишається найбільшою. Водночас вагому частку (майже 83 % на початок 2017 р.) у загальній кількості малих підприємств-суб'єктів підприємництва РГ припадає на мікропідприємства.

Таблиця 2

Динаміка кількості та структура підприємств-суб'єктів підприємництва РГ в Україні протягом 2013–2017 рр.*

Показники	На початок року **					Абсолютне відхилення від попереднього року			
	2013	2014	2015	2016	2017	2014	2015	2016	2017
Кількість великих підприємств РГ, <i>одиниць</i>	1	1	1	1	1	0	0	0	0
Кількість середніх підприємств РГ, <i>одиниць</i>	249	246	174	145	149	-3	-72	-29	4
Кількість малих підприємств РГ, <i>тис. одиниць</i> , із них:	7 109	7 420	5 925	5 782	4 853	311	-1495	-143	-929
мікропідприємства	5 721	6 166	5 031	4 942	4 022	445	-1135	-89	-920
Частка великих і середніх підприємств у загальній кількості підприємств-суб'єктів підприємництва РГ, %	3.40	3.22	2.87	2.46	3.00	-0.18	-0.35	-0.41	0.54
Частка малих підприємств у загальній кількості підприємств-суб'єктів підприємництва РГ, %	96.60	96.78	97.13	97.54	97.00	0.18	0.35	0.41	-0.54
Частка мікропідприємств у загальній кількості малих підприємств-суб'єктів підприємництва РГ, %	80.48	83.10	84.91	85.47	82.88	2.62	1.81	0.56	-2.59

* Розраховано та побудовано за даними Державної служби статистики України [21, с. 6–7; 22, с. 6; 23, с. 17; 24, с. 367; 25, с. 469].

** Дані за 2014–2016 рр. без урахування тимчасово окупованої території АР Крим, м. Севастополя та частини зони проведення Антитерористичної операції.

Ситуація зі співвідношенням між кількістю великих, середніх і малих підприємств РГ в Україні, що сформувалася ще на початку ХХІ ст., коли, намагаючись легально оптимізувати витрати на сплату податків, навіть великі мережеві утворення на ринку послуг РГ України стали

"дробитися" на малі підприємства, збережеться й у майбутньому. Наразі прагнення знизити рівень податкового навантаження спонукає на ринку послуг РГ України відкривати або малі за розміром підприємства, або діяти в статусі фізичних осіб-підприємців РГ. На користь останнього свідчить і те, що в умовах так званої турбулентності зовнішнього середовища більшість підприємців не бажають ризикувати й усвідомлюють і прораховують ризики ймовірних втрат від реалізації невдалих проектів великих і середніх за розміром підприємств РГ порівняно з малими. Окрім того, береться до уваги й період окупності інвестицій у розвиток. Приміром, за оцінками експертів [17], щоб сьогодні в Києві реалізувати "під ключ" проект відкриття великого ресторану площею 700–1000 кв. м потрібно витратити не менш ніж 1 тис. дол. США в розрахунку на 1 кв. м., а період окупності такого проекту становить 3–5 років. Саме тому більш оптимальними наразі вважають невеликі формати підприємств РГ (загальною площею 250–300 кв. м, до 100 посадкових місць), відкриття яких потребує не більше ніж 150 тис. дол. США, а термін окупності не перевищує 2–2.5 року.

Наслідки загальноекономічного спаду та охарактеризованих вище демографічних і геополітичних змін об'єктивно призвели не лише до зменшення кількості підприємств РГ в Україні після 2013 р., а й до скорочення обсягів товарообігу РГ. Водночас криві товарообігу РГ у фактичних цінах і порівнянних цінах, починаючи з 2014 р. стали суттєво розходитися (рис. 3).

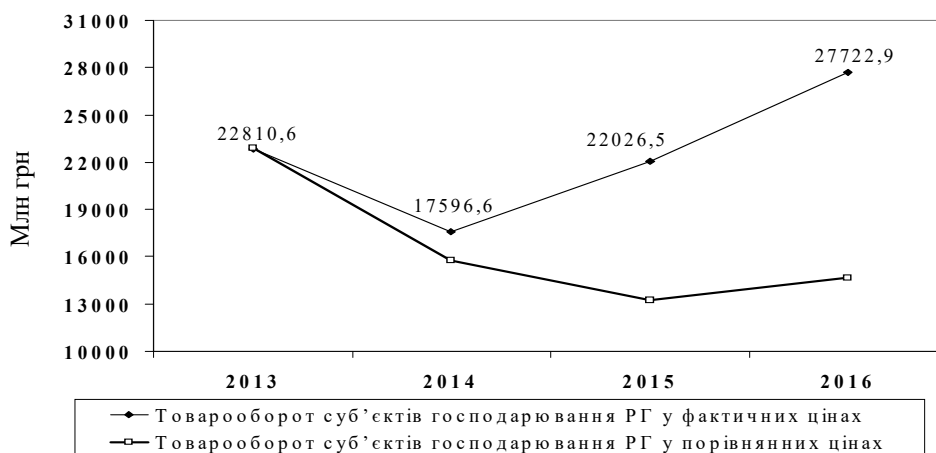


Рис. 3. Динаміка всього товарообігу суб'єктів господарювання РГ в Україні протягом 2013–2016 рр. (2013=1)*

* Розраховано та побудовано на основі даних Державної служби статистики України [15, с. 93; 26, с. 9]. Дані за 2014–2016 рр. без урахування тимчасово окупованої території АР Крим, м. Севастополя та частини зони проведення Антитерористичної операції.

Наведені на рис. 3 зміни обсягів товарообігу суб'єктів господарювання РГ обумовлені як інфляційними процесами, так і діями самих підприємств РГ. Наприкінці 2014 р. унаслідок загострення військової

ситуації чимало підприємств РГ вирішили або припинити свою діяльність на ринку послуг РГ України (зокрема, через різке погіршення фінансово-господарських показників діяльності та високий рівень невизначеності щодо перспектив їх поліпшення), або частково згорнути свою діяльність та/або переглянути реалізацію стратегічних планів розвитку. Серед найпоширеніших управлінських рішень того часу були рішення про перегляд цінової політики й пошук статей скорочення витрат. На той час деякі підприємства РГ, що різко почали піднімати ціни на свою продукцію, припустилися помилки, яка коштувала деяким з них втрат частини постійних клієнтів, а інших підвела навіть до закриття. За даними компанії "Ресторанний консалтинг" [27], так званий пік зростання цін на послуги РГ в Україні на 30 % зафіксовано в 2014 р. Унаслідок послаблення курсу гривні в 2015 р. ціни на послуги РГ в Україні зросли ще на 10–15 %, а в 2016-му через зростання комунальних платежів, витрат на заробітну плату тощо вони піднялися втретє – на 5–10 %.

За даними *рис. 3*, якщо товарообіг РГ у фактичних цінах протягом 2014–2016 р. лише зростав (причому достатньо різко внаслідок суттєвого послаблення курсу гривні щодо євро й долара США), то в порівнянних цінах він до 2016 р. зменшувався. Тобто допоки загальна ситуація на ринку послуг РГ (особливо у великих містах-лідерах ринку – Києві, Львові, Одесі) не стала поліпшуватися, зростання реальних обсягів товарообігу РГ не намічалось навіть у стратегічній (не кажучи вже у короткостроковій) перспективі.

Починаючи з 2014 р. обсяги реалізованої продукції (товарів, послуг) підприємствами-юридичними особами РГ стали перевищувати відповідні обсяги фізичних осіб-підприємців РГ в Україні (*рис. 4*). Останнє можна пояснити такими причинами:

- українські споживачі, які зменшили свої витрати на послуги РГ, та іноземні туристи, які відвідують Україну, при вирішенні щодо придбання послуг РГ більш привабливими (за якістю, зокрема безпечністю, співвідношенням "якість – ціна" тощо) для себе вважають ті, що надають підприємства-юридичні особи;
- фізичні особи-підприємці РГ в Україні зазвичай мають гірші виробничі потужності, ніж підприємства-юридичні особи;
- висока ймовірність невдалих управлінських рішень, що негативно вплинуло на загальні результати діяльності фізичних осіб-підприємців РГ в Україні протягом 2014–2016 рр.;
- втрата частини обсягів реалізації тих фізичних осіб-підприємців РГ, які до 2014 р. ефективно діяли на ринку, але наразі не можуть бути враховані або через припинення своєї діяльності, або через розташування на тимчасово окупованій території АР Крим, м. Севастополя та частини зони проведення Антитерористичної операції.

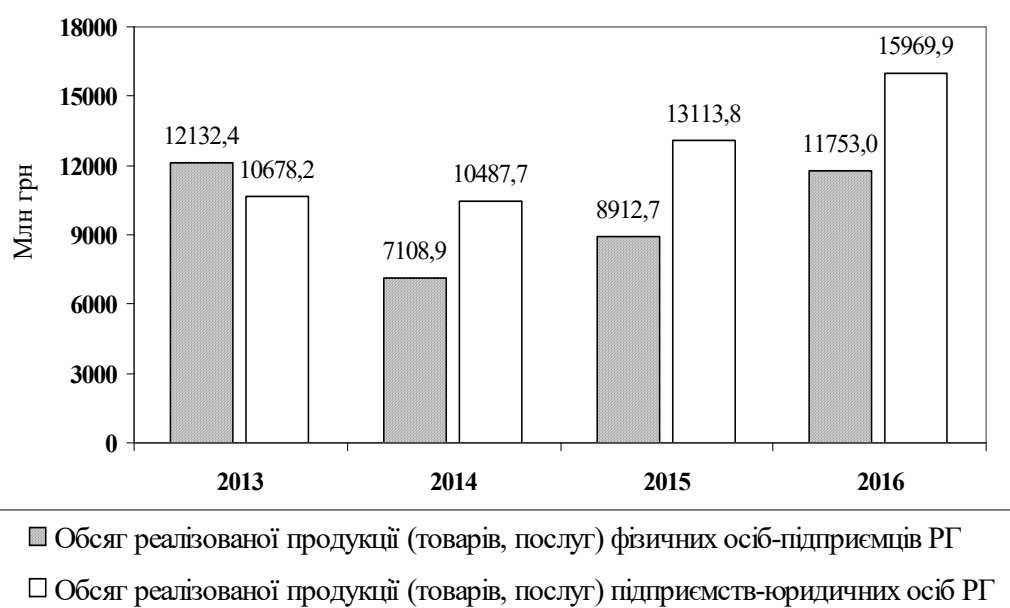


Рис. 4. Порівняння змін обсягів реалізованої продукції (товарів, послуг) підприємствами ресторанного господарства в Україні впродовж 2013–2016 рр.*

* Розраховано та побудовано на основі даних Державної служби статистики України [15, с. 93]. Дані за 2014–2016 рр. без урахування тимчасово окупованої території АР Крим, м. Севастополя та частини зони проведення Антитерористичної операції.

Наприкінці проведення діагностики наведених вище змін у товарообігу РГ України доцільно звернути увагу на його структуру. Згідно з даними *рис. 5*, найбільша частка у загальному товарообігу РГ припадає на продукцію та послуги підприємств, що за КВЕД-2010 виконують діяльність ресторанів і надання послуг мобільного харчування: протягом 2013–2016 рр. вона становила не менше ніж 2/3 від 100 % товарообігу підприємств-юридичних осіб РГ. Це можна пояснити насамперед значною кількістю підприємств-юридичних осіб, що виконують діяльність ресторанів і надання послуг мобільного харчування: за станом на початок 2017 р. в Україні налічувалося 3992 таких підприємства, тобто в 10.2 та 6.5 раза більше, ніж підприємств, що здійснювали постачання готових страв і обслуговування напоями, відповідно.

Протягом 2013–2016 рр. (див. *рис. 5*) частка товарообігу підприємств-юридичних осіб, що здійснювали постачання готових страв в РГ України, коливалася на рівні 25–32 %. Водночас частка товарообігу підприємств, що здійснювали обслуговування напоями, була найменшою і в 2016 р. не досягла навіть рівня 3 %. Останнє свідчить про більш низький попит на продукцію та послуги барів й інших підприємств/закладів РГ в Україні порівняно з ресторанами, кафе, підприємствами, що надають кейтерингові послуги тощо.

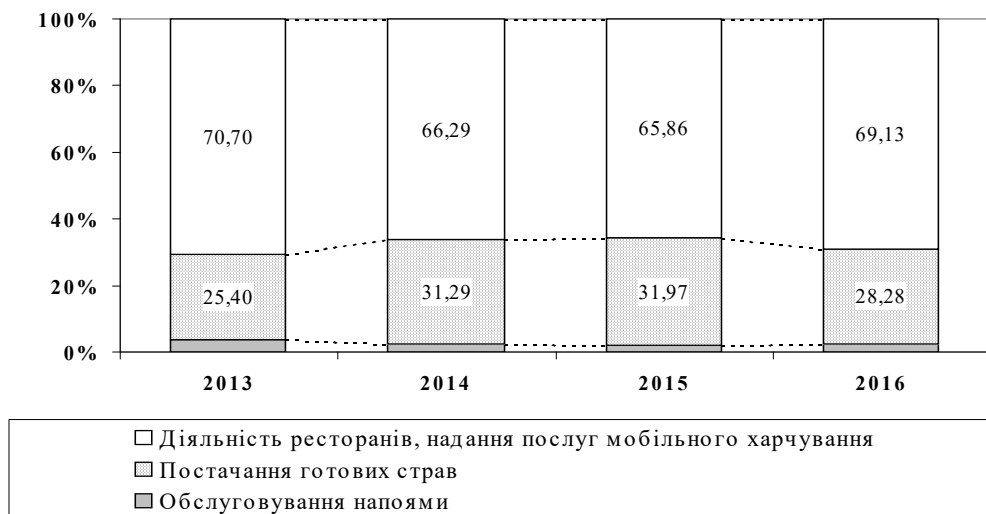


Рис. 5. Зміна структури обсягів реалізованої продукції (товарів, послуг), поділених за інституційною ознакою підприємств-юридичних осіб ресторанного господарства України протягом 2010–2016 рр.*

* Розраховано та побудовано на основі даних Державної служби статистики України [15, с. 483]. Дані за 2014–2016 рр. без урахування тимчасово окупованої території АР Крим, м. Севастополя та частини зони проведення Антитерористичної операції.

Оскільки природа змін, що відбуваються на будь-якому галузевому ринку в сучасних умовах господарювання, дедалі більше залежить від інновацій, як усередині галузі, так і за її межами, діагностика змін на ринку послуг РГ буде неповною, якщо не провести аналіз інноваційного потенціалу підприємств РГ, не визначити фактори, що перешкоджають їх інноваційному розвитку в країні, та не зупинитися на аспектах дифузії окремих видів інновацій у сфері РГ.

Визначення рівня інноваційного потенціалу за джерелами покриття витрат підприємств РГ України протягом 2014–2016 рр. показало, що він є низьким (табл. 3). Така ситуація склалася внаслідок того, що в усіх сегментах за різновидами КВЕД-2010 у цей період простежувався низький рівень інноваційного потенціалу.

Отже, ті підприємства РГ, що останніми роками мали високий або середній рівень інноваційного потенціалу, відразу отримували певні конкурентні переваги при рішенні щодо реалізації стратегії інноваційного розвитку. І навпаки – ті підприємства РГ, інноваційний потенціал яких був на нульовому рівні, опинялися у слабкій позиції і щодо підприємств РГ з низьким рівнем інноваційного потенціалу, не кажучи вже про середній та високий. Водночас навіть за умови стабілізації ситуації на ринку послуг більшість підприємств РГ в Україні, маючи низький рівень інноваційного потенціалу, цілком імовірно у найближчий час стануть неспроможними оперативно освоювати радикально нові технології, вдаватися до високозатратних інноваційних змін тощо.

Таблиця 3

Оцінювання рівня інноваційного потенціалу підприємств РГ України за джерелами покриття витрат у розрізі інституційного поділу (за КВЕД-2010) протягом 2014–2016 рр., млн грн*

Показник	Усі підприємства РГ						Підприємства, що здійснюють						
	2014		2015		2016		діяльність ресторанів, надання послуг мобільного харчування		постачання готових страв		обслуговування напоями		
	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2016
Власний капітал	1788.2	-113.8	1038.0	1537.3	-325.4	797.4	71.1	118.5	139.2	179.8	93.1	101.4	
Необоротні активи	4410.2	4104.2	4303.3	3779.7	3596.4	3752.4	376.4	306.6	358.1	254.0	201.2	192.8	
Власні обігові кошти (ВОК)	-2622.0	-4218.0	-3265.3	-2242.4	-3921.8	-2955.0	-305.3	-188.1	-218.9	-74.2	-108.1	-91.4	
Довгострокові кредити та позикові кошти (ДК)	1839.0	2444.8	2280.9	1528.1	2010.0	2195.9	280.7	380.7	35.0	30.2	54.1	50.0	
Короткострокові кредити та позикові кошти (КК)	4082.2	5631.4	5814.7	3129.6	4707.2	4381.5	715.3	697.5	1260.1	237.3	226.7	173.1	
Надлишок (+) або нестача (-) для покриття витрат:													
ВОК	-3639.4	-5574.8	-4923.4	-3047.3	-4913.4	-4183.8	-471.9	-500.3	-578.4	-120.2	-161.1	-161.2	
ВОК+ДК	-1800.4	-3130.0	-2642.5	-1519.2	-2903.4	-1987.9	-191.2	-119.6	-543.4	-90.0	-107.0	-111.2	
ВОК+ДК+КК	2281.8	2501.4	3172.2	1610.4	1803.8	2393.6	524.1	577.9	716.7	147.3	119.7	61.9	
Рівень інноваційного потенціалу	Низький												

* Розраховано за даними Державної служби статистики України [15, с. 473–481] по всіх підприємствах РГ України без урахування АР Крим, м. Севастополя та зони проведення Антитерористичної операції.

Як свідчать результати наших маркетингових досліджень [28], що проводилися до початку 2014 р. на діючих в Україні підприємствах РГ, ключовими передумовами для вибору та подальшої реалізації на них стратегії інноваційного розвитку були, з одного боку, висока інтенсивність конкуренції на ринку, пов'язана переважно з неціновими факторами, а з іншого – наявність на підприємстві достатньо потужного інноваційного потенціалу (на чому наголошували 100 % керівників дослідженої вибірки підприємств) або достатніх обсягів фінансових коштів і належного рівня інтелектуального капіталу для проведення ефективного трансферу технологій та/або аутсорсингу функцій менеджменту інновацій (67 %). Водночас керівники більшості з дослідженої в I півріччі 2013 р. вибірки підприємств РГ вважали, що особливо перешкоджати інноваціям, а отже й інноваційному розвитку, можуть такі фактори, як: нульовий рівень інноваційного потенціалу, низький рівень фінансової стійкості, збитковість підприємств, невисокий попит на інноваційну продукцію/послуги РГ й відсутність чи нестача кваліфікованого персоналу або тенденція до послаблення інтелектуального потенціалу (табл. 4).

Таблиця 4

Перешкоди інноваційному розвитку підприємств РГ в Україні*

Чинники	Частка підприємств РГ вибірки **, %	
	I півріччя 2013 р.	I півріччя 2016 р.
Нульовий рівень інноваційного потенціалу	100.0	100.0
Низький рівень фінансової стійкості, збитковість	96.0	100.0
Відсутність/нестача кваліфікованого персоналу (або тенденція до послаблення інтелектуального потенціалу)	64.0	45.8
Відсутність вільного доступу до інформації про технології реалізації інновацій	36.0	16.7
Складності пошуку партнерів для виконання завдань, пов'язаних з інноваційною діяльністю	48.0	25.0
Невисокий попит на інноваційну продукцію/послуги РГ	72.0	75.0
Зменшення в цілому попиту населення країни на послуги РГ у зв'язку з загальноекономічним спадом	–	91.7
Психологічна напруга в суспільстві, що негативно позначається на сприйнятті споживачами більшості інновацій	–	41.7
Зменшення кількості потенційних споживачів за рахунок зменшення туристичних потоків, міграційних процесів, тимчасової втрати частини території	–	83.3
Втрати, пов'язані з пошкодженням матеріально-технічної бази підприємства РГ	–	29.2
Зміни у пріоритетах споживачів (підвищення пріоритету цінних факторів, зниження пріоритету нецінових факторів)	24.0	87.5

* Розроблено авторами за результатами опитування власників/керівників підприємств РГ.

** Станом на I півріччя 2013 р. досліджено 25 підприємств, на I півріччя 2016 р. – 24 підприємства.

Зі свого боку, опитування, які проводилися нами в I півріччі 2016 р. показали, що до переліку ринкових загроз для інноваційного розвитку підприємств РГ України додалися такі:

- зменшення в цілому попиту населення України на послуги РГ у зв'язку з загальноекономічним спадом і, як наслідок, різким зменшенням реальних доходів споживачів;
- психологічна напруга в суспільстві, спричинена геополітичною нестабільністю, що призвела до часткової або навіть повної відмови частини населення країни (зокрема, в період 2014–2015 рр.) користуватися послугами, так чи так пов'язаними з розвагами, та негативно вплинула на сприйняття споживачами будь-яких інновацій, що прямо не пов'язані з задоволенням їхніх життєвих потреб;
- зменшення кількості потенційних споживачів через скорочення обсягів туристичних потоків до України, тимчасової втрати частини території, міграції частини контингенту з високими доходами за кордон;
- втрати, пов'язані з пошкодженням матеріально-технічної бази підприємств РГ унаслідок військових дій;
- зміни в пріоритетах споживачів (зокрема, підвищення чутливості до цінових змін; зростання пріоритету тих підприємств РГ, що пропонують найліпше співвідношення ціни та якості продукції для конкретного споживача).

Водночас основними драйверами для пошуку інноваційних рішень на ринку послуг РГ України в 2016 р. стали, *по-перше*, цільові установки підприємств РГ на подальший розвиток, незважаючи на зовнішні ринкові загрози (на чому наголошували 100 % керівників підприємств РГ дослідженої вибірки); *по-друге*, загострення конкуренції за споживачів, що спонукало підприємства РГ до пошуку нестандартних рішень з метою максимального утримання наявного контингенту відвідувачів і залучення нових, яких почали втрачати підприємства РГ, що обрали й реалізували хибну тактику та/або стратегію дій на ринку, зважаючи на ситуацію, що склалася в країні, починаючи з 2014 р.

Зміни на ринку послуг РГ залежать не лише від інноваційного потенціалу та інноваційної активності галузевих підприємств, а й від дифузії інноваційних ідей, галузевих і міжгалузевих інновацій. Проведені нами дослідження показали, що сьогодні на розвиток сфери РГ у різних куточках світу позитивно (з погляду залучення споживачів) впливають такі *інновації*, як:

- нові фірмові страви, нові напої (скажімо, біодинамічні вина), а також продуктові інновації, пов'язані з поліпшенням смакових якостей (приміром, як це відбулося внаслідок рішення подавати борщ у головці капусти, що було прийнято у київському ресторані "Канала") та/або додаванням нових елементів до страви (до прикладу, як у київському кафе "Принада" – *Prynada*, де в меню включили голубці з гречкою)

та продуктиві інновації світової кухні, у виробництві яких використовуються місцеві продукти (скажімо, як у київських ресторанах "Барви" – *Barvy* та "Остання барикада");

- нове обладнання та технології виробництва або зберігання продукції РГ (приміром, ресурсо- та часоощадне обладнання; розвиток технології молекулярної кухні; технологія *Sous-Vide*, використання якої не тільки подовжує час зберігання, а й сприяє збереженню поживних речовин, кольору, смаку до самої подачі страв споживачеві [29] тощо);

- нові унікальні концепції інтер'єру та екстер'єру підприємств РГ (скажімо, як у так званому темному ресторані *O'noir Montrea*, м. Цюрих, де інтер'єр виконано в темних кольорах, практично відсутнє світло, а офіціанти проводжають відвідувачів до столиків в приладах нічного бачення; або брюссельському *Dinner in the Sky*, що пропонує пообідати на висоті 50 метрів; або ресторані в готелі "Хілтон" на Мальдівах, що розташований на глибині 5 метрів на кораловому рифі й через повністю зашклені стіни якого під час трапези на відвідувачів витріщаються акули, скати та інші мешканці океану; або австралійському ресторані просто неба в пустелі, недалеко від каменю Улуру *Sounds of Silence Ayers*; або київському ресторанному комплексу "Кабачок на бочок", де в перевернутому будинку розташовані три ресторани);

- нові технології та нетрадиційні підходи до обслуговування клієнтів (зокрема, поява дронів-барменів, інтерактивних ресторанів тощо (скажімо, як встановлення електронних терміналів самообслуговування підприємством "МакДональдз" у київському ТРЦ "Лавіна Мол" – *Lavina Mall* – улітку 2017 р.) або використання під час обслуговування нетрадиційного посуду, як, приміром, у київському фан-барі "Банка", де страви й напої подають у банках);

- сервісні інновації, що створюють додаткові зручності для відвідувачів підприємств РГ, але прямо не пов'язані з організацією харчування (скажімо, надання послуг *Wi-Fi*, організація розрахунку за послуги РГ за допомогою криптовалюти тощо);

- нові форми та засоби просування послуг РГ (передусім за допомогою ресурсів соціальних мереж, *SMS*-повідомлень тощо);

- нові формати закладів РГ (приміром, поява формату "кафе на колесах" (або фудтраків – від англ. *food truck*), що зазвичай пропонують напої та/або нескладні закуски за невисокими цінами й завдяки своїй мобільності можуть змінювати місце свого розміщення та розташовуватися неподалік місць пересування великих потоків споживачів; формат "бістрономія", тобто швидкого (за часом обслуговування) та недорогого закладу РГ зі смачною їжею зі звичайних продуктів (до прикладу, в 2017 р. на ринку послуг РГ м. Києва з'явилася в'єтнамська бістрономія "Чанг" – *CHANG*).

Використовуючи дифузну модель Е. Роджерса, а також результати попередніх досліджень [30, с. 288–289] та дані про сприйняття інновацій споживачами продукції та послуг РГ, що були зібрані нами

за допомогою інтернет-опитування в 2016 р. (в опитуванні взяли участь понад 900 респондентів), побудуємо модель дифузії інновацій на ринку послуг РГ (рис. 6).

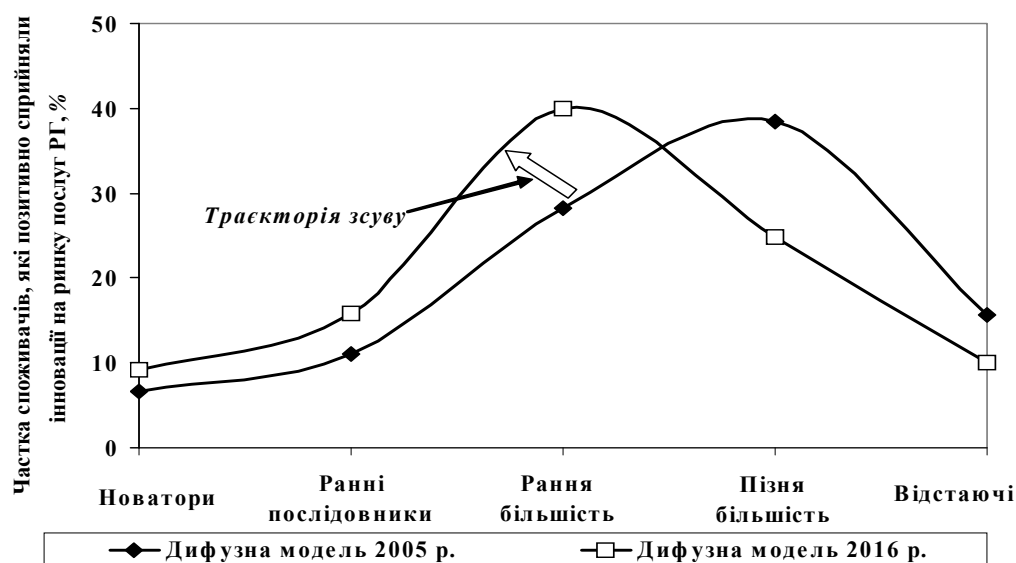


Рис. 6. Модель зсуву дифузії інновацій на ринку послуг ресторанного господарства

Побудовано авторами.

Дифузійна модель на ринку послуг РГ за 2016 р. порівняно з моделлю 2005 р., як свідчать дані на рис. 6, має певний зсув у бік зростання кількості новаторів, ранніх послідовників і ранньої більшості (частки яких у 2016 р. відповідно становили 9.2 % (або на 2.5 % більше, ніж у 2005 р.), 5.8 % (або на 4.8 % більше, ніж у 2005 р.) та 40.0 % (або на 11.7 % більше, ніж у 2005 р.)). Це можна пояснити тим, що протягом останнього десятиріччя розвиток так званого інформаційного суспільства набув більш чітких обрисів і значна кількість (особливо процесних) інновацій, що створюють нові зручності для споживачів, достатньо швидко й добре сприймається та поширюється у сфері РГ. Водночас продуктові інновації РГ не лише тішать смакові рецептори споживачів, а й іноді уможливають заощадити, оскільки приготування вишуканих страв з недорогих продуктів дає змогу підприємствам РГ реалізувати стратегію помірних цін.

Висновки. За проведеним дослідженням встановлено, *по-перше*, унаслідок діагностики розвитку РГ в Україні після 2013 р. виявлено такі зміни:

- динаміка кількості підприємств РГ упродовж 2014–2017 рр. набула чітко вираженого спадного характеру й щорічно в середньому зменшувалася на 13 %;
- навіть в умовах домінування ринкових загроз на ринку повсякчас з'являються нові підприємства РГ;

- постійно зростає кількість фізичних осіб-підприємців РГ і залишається незмінно великою частка малих підприємств-юридичних осіб РГ, що обумовлено передусім податковими перевагами в їхньому розвитку порівняно з великими та середніми підприємствами РГ;
- різке скорочення проти 2013 р. обсягів товарообігу РГ як у фактичних, так і порівнянних цінах у 2014–2015 рр., коли його криві в 2015 р. навіть досить суттєво розійшлися (тобто при зростанні товарообігу в фактичних цінах його обсяги в порівнянних цінах продовжували падати);
- починаючи з 2014 р., обсяги реалізованої продукції (товарів, послуг) підприємствами-юридичними особами РГ став перевищувати відповідні обсяги фізичних осіб-підприємців РГ;
- після зростання в 2014–2015 рр. на 4–6 % частки товарообігу підприємств-юридичних осіб, що здійснювали постачання готових страв, і відповідного зменшення частки товарообігу підприємств-юридичних осіб, що виконували діяльність ресторанів і надання послуг мобільного харчування, в 2016 р. ситуація діаметрально змінилася: стала зменшуватися частка перших і зростати частка других;
- у період 2014–2016 рр. інноваційний потенціал підприємств РГ України на всіх сегментах ринку за інституційним поділом мав низький рівень, що свідчить про те, що найближчим часом більшість підприємств РГ стануть неспроможними оперативно освоювати радикально нові технології та вдаватися до високозатратних інноваційних змін.

По-друге, виявлено, що до факторів, які перешкоджають інноваційному розвитку підприємств РГ України наразі додалися такі, як: загальноекономічна нестабільність; психологічна напруга в суспільстві, спричинена геополітичною нестабільністю; зменшення кількості потенційних споживачів за рахунок скорочення обсягів туристичних потоків до України, тимчасової втрати частини території, міграції частини контингенту з високими доходами за кордон; втрати, пов'язані з пошкодженням матеріально-технічної бази підприємств РГ унаслідок воєнних дій.

По-третьє, встановлено, що основними драйверами для пошуку інноваційних рішень на ринку послуг РГ наразі стали: цільові установки підприємств РГ на подальший розвиток, незважаючи на зовнішні ринкові загрози та загострення конкуренції за споживачів послуг РГ.

По-четверте, обґрунтовано, що зміни на ринку послуг РГ наразі пов'язано як із продуктовими, так і процесними інноваціями, починаючи від виробництва нових фірмових страв та напоїв і закінчуючи появою й розвитком нових форматів закладів РГ.

По-п'яте, за результатами побудови та порівняння дифузних моделей встановлено, що за останні роки відбувся зсув дифузії інновацій на ринку послуг РГ у бік зростання кількості новаторів, ранніх послідовників і ранньої більшості.

Отримані дані можуть у подальшому використовуватися для проведення досліджень, присвячених проблематиці вибору стратегій розвитку підприємств РГ, розробки та реалізації інноваційних проектів у сфері РГ, а також формуванню концептуальних засад і стратегічних планів розвитку ресторанного господарства в Україні.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *П'ятницька Г. Т.,* Найдюк В. С. Сучасні тренди розвитку ресторанного господарства в Україні. *Економіка та держава*. 2017. № 9. С. 66—73.
2. *Прокотюк А.,* Феленчак Ю. Б. Сучасні тенденції розвитку ресторанного господарства України та Польщі. *Наук. вісн. НЛТУ України*. 2015. Вип. 25.4. С. 259—265.
3. *Семенюк Л. В.* Основні тенденції розвитку ринку мереж закладів ресторанного господарства, що розташовані на автошляхах України. *Ефективна економіка*. 2014. № 11. URL : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3563>.
4. *Давидова О. Ю.,* Ліннік В. Ю. Концептуальні фактори розвитку готельно-ресторанної галузі. *Вісн. ОНУ ім. І. І. Мечнікова*. 2015. Т. 20. Вип. 6. С. 36—40.
5. *Барна М. Ю.,* Микитин Х. З. Теоретичні аспекти формування механізму державного регулювання готельно-ресторанного бізнесу. *Вісн. ЛКА*. 2015. Вип. 49. С. 62—67. Серія "Економічна".
6. *П'ятницька Г. Т.,* Найдюк В. С. Структурні трансформації у розвитку ресторанного господарства України: аспекти спеціалізації. *Наук. вісн. ХДУ*. 2017. Вип. 26, Ч. 1. С. 163—167. Серія "Економічні науки".
7. *Hornig J. S.,* Chou S. F., Liu C. H, Tsai C. Y. Creativity, aesthetics and eco-friendliness: A physical dining environment design synthetic assessment model of innovative restaurants. *Tourism Management*. 2013. Vol. 36. P. 15—25.
8. *Ivkov M.* Innovations in the restaurant industry – an exploratory study. *Economics of Agriculture*. 2016. Vol. 4. P. 1169—1186.
9. *Sigala M.,* Blešić I., Simat K., Demirović D., Božić S., Stefanović V, Kyriakidou O. Creativity and innovation in the service sector. *The Service Industries Journal*. 2015. Vol. 35. Issue 6. P. 297—302.
10. *Яцун Л. М.* Стратегії та моделі управління розвитком підприємств сфери харчування. *Управління розвитком*. 2016. № 1 (183). С. 106—119.
11. *Ощипок І. М.* Розвиток закладів ресторанного господарства на концептуальних засадах інновацій. *Підприємництво і торгівля : зб. наук. пр. Львів : Вид-во Львів. торг.-екон. ун-ту*. 2017. Вип. 21. С. 101—105.
12. *Борисова О. О.* Інноваційний розвиток системи економічної безпеки підприємств сфери ресторанного бізнесу: автореф. дис. ... канд. екон. наук : спец. 21.04.02 "Економічна безпека суб'єктів господарської діяльності". Ун-т екон. та права "КРОК". Київ. 2017. 24 с.
13. *Парубок Н. В.* Роль та сучасні інноваційні напрями розвитку ресторанної галузі України. *Регіональний бізнес економіки та управління*. 2016. № 3 (51). С. 94—100.
14. *П'ятницька Г. Т.,* Григоренко О. М., Найдюк В. С. Інновації у розвитку підприємств ресторанного господарства: міжнародні тренди та українські

- реалії в умовах домінування ринкових загроз. Підприємництво і торгівля: зб. наук. пр. Львів: Вид-во Львів. торг.-екон. ун-ту. 2017. Вип. 21. С. 119—128.
15. *Діяльність суб'єктів господарювання 2016* : стат. зб. Держ. служба стат. України. Київ : ТОВ "Вид-во "Консультант", 2017. 629 с.
 16. *Діяльність суб'єктів господарювання 2014* : стат. зб. Держ. служба стат. України. Київ : ТОВ ТОВ "Вид-во "Консультант", 2015. 465 с.
 17. *Романюк Е.* Киевские рестораторы возвращаются к большим проектам. 19.09.2016. URL : <http://hubs.ua/economy/kievskie-restoratory-vozvrashhayutsya-k-bol-shim-proektam-88278.html>.
 18. *Офіційний сайт Держ. служби стат. України.* URL : <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
 19. *Виступ Президента України на загальних дебатах 70-ї сесії Генеральної Асамблеї Організації Об'єднаних Націй.* 29.09.2015. URL : <http://www.president.gov.ua/news/vistup-prezidenta-ukrayini-na-zagalnih-debatah-70-yi-sesiyi-36057>.
 20. *Податковий кодекс України (зі змінами й доповненнями, внесеними законами України) № 2755-VI від 2 грудня 2010 р. у редакції станом на 26.07.2017.* URL : <http://sfs.gov.ua/nk/>.
 21. *Мережа роздрібної торгівлі та ресторанного господарства підприємств на 1 січня 2012 року* : стат. бюл. Держ. служби стат. України. Київ, 2012. 125 с.
 22. *Мережа роздрібної торгівлі та ресторанного господарства підприємств на 1 січня 2013 року* : стат. бюл. Держ. служби стат. України. Київ, 2013. 123 с.
 23. *Мережа роздрібної торгівлі та ресторанного господарства підприємств на 1 січня 2014 року* : стат. бюл. Держ. служби стат. України. Київ, 2014. 125 с.
 24. *Діяльність суб'єктів великого, середнього, малого та мікропідприємництва 2015* : стат. зб. Держ. служби стат. України. Київ : ТОВ "Вид-во "Консультант", 2016. 514 с.
 25. *Діяльність суб'єктів великого, середнього, малого та мікропідприємництва 2016* : стат. зб. Держ. служби стат. України. Київ : ТОВ "Вид-во "Консультант", 2017. 624 с.
 26. *Індекси споживчих цін за 2016 рік*: стат. зб. Держ. служби стат. України. Київ : ДП "Інформаційно-аналітичне агентство", 2017. 181 с.
 27. *Офіційний сайт компанії "Ресторанний консалтинг".* URL : <https://www.recon.com.ua/>.
 28. *Найдюк В. С.* Сутність та передумови інноваційного розвитку підприємств. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2013. № 3. С. 251—263.
 29. *Дерунова Т. А., Терехов А. М.* Инновационное оборудование в сфере общественного питания. Novainfo. 2016. № 40: URL : <http://novainfo.ru/article/4201>.
 30. *П'ятницька Г. Т.* Ресторанне господарство України: ринкові трансформації, інноваційний розвиток, структурна переорієнтація : монографія. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2007. 465 с.

Стаття надійшла до редакції 01.03.2018.

Piatnytska G., Hryhorenko O., Naidiuk V. Diagnostics in the catering services market.

Background. The effective management of any enterprise, both in the short and the strategic perspective, depends on how its managers are able to properly diagnose changes that taking place in the market, and to develop and implement managerial solutions that are adequate to the results of diagnosis. If such a diagnosis is not carried out, then the company may receive incorrect development decisions.

Changes in the market (especially in the service sector, including catering trade) are often due to innovations that are directly or indirectly related to the innovative activity of enterprises. That is why the managers should continuously monitor intra-industry and inter-sectoral innovations and evaluate the level of enterprises' innovative potential for the possibility of implementation these innovations.

The problems of catering trade development in Ukraine and the state regulation of the restaurant business, as well as the problems of innovation development and the probable changes related to intra-industry and inter-sectoral diffusion of innovations in the catering trade services market have been researched in the scientific papers of foreign and domestic scholars.

The aim of the study is to carry out a diagnosis of the changes taking place in the market of catering trade services nowadays, as well as give a description of the catering trade development in Ukraine from the beginning of 2014 till present day. In accordance with the aim, the following objectives were formulated: to analyze the development of catering trade in Ukraine; to identify innovations that directly or indirectly influence to progressive changes in the market of catering trade services; to compare the factors that prevented the innovation development of catering enterprises in Ukraine before and after 2014; to create a model of innovations' diffusion in the catering services market.

Material and methods. The information base of the research was official data of the State Statistics Service of Ukraine, the scientific publications of foreign and domestic scientists on the issues of innovations' diffusion and innovation changes in restaurant business, and data collected during the survey of restaurant business managers and consumers of catering services. To achieve the aim and objectives there were used the following methods: system analysis, comparison method, methods of statistical processing of data, methods of marketing research, modeling, etc.

Results. According to the results of the diagnostics of catering trade development in Ukraine after 2013, the following changes were identified:

- the dynamics of catering enterprises during 2014–2017 decreased on average by 13 % annually;
- even in the conditions of market threats dominance, new catering enterprises are constantly emerging;
- the number of individual catering entrepreneurs is constantly increasing and the share of small catering enterprises remains constantly big, which is primarily due to tax advantages in their development compared to large and medium-sized enterprises;
- starting in 2014, the volume of sold products (goods, services) by catering enterprises-legal entities began to exceed the corresponding volume of sold products by individual entrepreneurs in catering sphere;

- decrease in volumes of catering turnover during 2014–2015 years compared 2013 in both actual and comparable prices (at the same time, it should be noted that in 2015 the following situation was observed: the volume of catering turnover in actual prices was increase, but its volume in comparable prices continued to fall down);

- the innovative potential of catering enterprises of Ukraine was low in all segments of the market institutional division during 2014–2016. That is why in the nearest time periods most of the catering enterprises in Ukraine will be unable to rapidly develop radically new technologies and to bring in high-cost innovative changes; etc.

It was found that such factors must be added to the group of factors that prevented the innovation development of catering enterprises in Ukraine: general economic instability; psychological tension in society caused by geopolitical instability; reducing the number of potential consumers by reducing the volume of tourist flows to Ukraine, the temporary loss of part of the territory, abroad migration of some consumers with high incomes; losses of material and technical base of catering enterprises as a result of hostilities.

It is substantiated that now changes in the catering services market are related to both product and process innovations (from the production of new branded dishes and beverages to the emergence and development of new formats of catering facilities).

According to the results of the diffuse models formation and comparison, it has been established that the curve of innovations diffusion in the catering services market has shifted toward increasing share of innovators, early followers and early majority.

Conclusion. As a result of the changes diagnosis in the catering services market, it has been established that they are usually due to economic, demographic and geopolitical factors, as well as to the influence of intra-industry and inter-sectoral innovations on the development of catering enterprises. It was found that most of the changes in the Ukrainian catering trade development were negative after 2013, but since 2016 signs of positive change have emerged.

The results of the study may be further used to improve the tools for choosing strategies of catering enterprises development and implementation of innovative catering projects. They will also be a basis for the development of conceptual foundations and strategic plans of the catering trade development in Ukraine.

Keywords: diagnostics of changes, catering services market, innovation development, catering enterprises, business entities, innovations, innovative potential, diffusion of innovations.

REFERENCES

1. P'jatnyc'ka G. T., Najdjuk V. S. Suchasni trendy rozvytku restorannogo gospodarstva v Ukrai'ni. *Ekonomika ta derzhava*. 2017. № 9. S. 66—73.
2. Prokopjuk A., Felenchak Ju. B. Suchasni tendencii' rozvytku restorannogo gospodarstva Ukrai'ny ta Pol'shhi. *Nauk. visn. NLTU Ukrai'ny*. 2015. Vyp. 25.4. S. 259—265.
3. Semenjuk L. V. Osnovni tendencii' rozvytku rynku merezh zakladiv restorannogo gospodarstva, shho roztashovani na avtoshljahah Ukrai'ny. *Efektivna ekonomika*. 2014. № 11. URL : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3563>.

4. Davydova O. Ju., Linnik V. Ju. Konceptual'ni faktory rozvytku gotel'no-restoranoi' galuzi. Visn. ONU im. Mechnikova. 2015. T. 20. Vyp. 6. S. 36—40.
5. Barna M. Ju., Mykytyn H. Z. Teoretychni aspekty formuvannja mehanizmu derzhavnogo reguljuvannja gotel'no-restorannogo biznesu. Visn. LKA. 2015. Vyp. 49. S. 62—67. Serija "Ekonomichna".
6. P'jatnyc'ka G. T., Najdjuk V. S. Strukturni transformacii' u rozvytku restorannogo gospodarstva Ukrai'ny: aspekty specializacii'. Nauk. visn. HDU. 2017. Vyp. 26, Ch. 1. S. 163—167. Serija "Ekonomichni nauky".
7. Horng J. S., Chou S. F., Liu C. H., Tsai C. Y. Creativity, aesthetics and eco-friendliness: A physical dining environment design synthetic assessment model of innovative restaurants. *Tourism Management*. 2013. Vol. 36. P. 15—25.
8. Ivkov M. Innovations in the restaurant industry – an exploratory study. *Economics of Agriculture*. 2016. Vol. 4. P. 1169—1186.
9. Sigala M., Blešić I., Simat K., Demirović D., Božić S., Stefanović V., Kyriakidou O. Creativity and innovation in the service sector. *The Service Industries Journal*. 2015. Vol. 35. Issue 6. P. 297—302.
10. Jacun L. M. Strategii' ta modeli upravlinnja rozvytkom pidpryjemstv sfery harchuvannja. *Upravlinnja rozvytkom*. 2016. № 1 (183). S. 106—119.
11. Oshhypyk I. M. Rozvytok zakladiv restorannogo gospodarstva na konceptual'nyh zasadah innovacij. *Pidpryjemnyctvo i torgivlja* : zb. nauk. pr. L'viv : Vyd-vo L'viv. torg.-ekon. un-tu. 2017. Vyp. 21. S. 101—105.
12. Borysova O. O. Innovacijnyj rozvytok systemy ekonomichnoi' bezpeky pidpryjemstv sfery restorannogo biznesu: avtoref. dys. ... kand. ekon. nauk : spec. 21.04.02 "Ekonomichna bezpeka sub'ektiv gospodars'koi' dijalnosti". Un-tet ekon. ta prava "KROK". Kyi'v. 2017. 24 s.
13. Parubok N. V. Rol' ta suchasni innovacijni naprjamy rozvytku restoranoi' galuzi Ukrai'ny. *Regional'nyj biznes ekonomiky ta upravlinnja*. 2016. № 3 (51). S. 94—100.
14. P'jatnyc'ka G. T., Grygorenko O. M., Najdjuk V. S. Innovacii' u rozvytku pidpryjemstv restorannogo gospodarstva: mizhnarodni trendy ta ukrai'ns'ki realii' v umovah dominuvannja rynkovykh zagroz. *Pidpryjemnyctvo i torgivlja*: zb. nauk. pr. L'viv: Vyd-vo L'viv. torg.-ekon. un-tu. 2017. Vyp. 21. S. 119—128.
15. *Dijal'nist' sub'ektiv gospodarjuvannja 2016* : stat. zb. Derzh. sluzhba stat. Ukrai'ny. Kyi'v : TOV "Vyd-vo "Konsul'tant", 2017. 629 s.
16. *Dijal'nist' sub'ektiv gospodarjuvannja 2014* : stat. zb. Derzh. sluzhba stat. Ukrai'ny. Kyi'v : TOV TOV "Vyd-vo "Konsul'tant", 2015. 465 s.
17. Romanjuk E. Kievskie restoratory vozvrashhajutsja k bol'shim proektam. 19.09.2016. URL : <http://hubs.ua/economy/kievskie-restoratory-vozvrashhayutsya-k-bol-shim-proektam-88278.html>.
18. *Oficijnyj sajt Derzh. sluzhby stat. Ukrai'ny*. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
19. *Vystup Prezydenta Ukrai'ny na zagal'nyh debatah 70-i' sesii' General'noi' Asamblei' Organizacii' Ob'jednanyh Nacij*. 29.09.2015. URL : <http://www.president.gov.ua/news/vistup-prezidenta-ukrayini-na-zagalnih-debatah-70-yi-sesiyi-36057>.
20. *Podatkovyj kodeks Ukrai'ny (zi zminamy j dopovnennjamy, vnesenyj zakonamy Ukrai'ny) № 2755-VI vid 2 grudnja 2010 r. u redakcii' stanom na 26.07.2017*. URL : <http://sfs.gov.ua/nk/>.
21. *Merezha rozdrubnoi' torgivli ta restorannogo gospodarstva pidpryjemstv na 1 sichnja 2012 roku* : stat. bjul. Derzh. sluzhby stat. Ukrai'ny. Kyi'v, 2012. 125 s.
22. *Merezha rozdrubnoi' torgivli ta restorannogo gospodarstva pidpryjemstv na 1 sichnja 2013 roku* : stat. bjul. Derzh. sluzhby stat. Ukrai'ny. Kyi'v, 2013. 123 s.
23. *Merezha rozdrubnoi' torgivli ta restorannogo gospodarstva pidpryjemstv na 1 sichnja 2014 roku* : stat. bjul. Derzh. sluzhby stat. Ukrai'ny. Kyi'v, 2014. 125 s.
24. *Dijal'nist' sub'ektiv velykogo, seredn'ogo, malogo ta mikropidpryjemnyctva 2015* : stat. zb. Derzh. sluzhby stat. Ukrai'ny. Kyi'v : TOV "Vyd-vo "Konsul'tant", 2016. 514 s.

25. *Dijal'nist' sub'jektiv velykogo, seredn'ogo, malogo ta mikropidpryjemnyctva 2016* : stat. zb. Derzh. sluzhby stat. Ukraïny. Kyïv : TOV "Vyd-vo "Konsul'tant", 2017. 624 s.
26. *Indeksy spozhyvchyh cin za 2016 rik*: stat. zb. Derzh. sluzhby stat. Ukraïny. Kyïv : DP "Informacijno-analitychne agentstvo", 2017. 181 s.
27. *Oficijnyj sayt kompanii "Restorannyj konsal'tyng"*. URL : <https://www.recon.com.ua/>.
28. *Najdjuk V. S. Sutnist' ta peredumovy innovacijnogo rozvytku pidpryjemstv. Marketyng i menedzhment innovacij*. 2013. № 3. S. 251—263.
29. *Derunova T. A., Terehov A. M. Innovacionnoe oborudovanie v sfere obshhestvennogo pitanija*. Novainfo. 2016. № 40: URL : <http://novainfo.ru/article/4201>.
30. *P'jatnyc'ka G. T. Restoranne gospodarstvo Ukraïny: rynkovi transformacii', innovacijnyj rozvytok, strukturna pereorijentacija* : monografija. Kyïv : Kyïv. nac. torg.-ekon. un-t, 2007. 465 s.

УДК 339.13:69.2 (477)

ЗОЛОТАРЬОВА Оксана,

*асистент кафедри товарознавства та митної справи
Київського національного торговельно-економічного університету*

МЕРЕЖКО Ніна,

*д. т. н., проф., завідувач кафедри товарознавства та митної справи
Київського національного торговельно-економічного університету*

ШУЛЬГА Ольга,

*к. т. н., старший викладач кафедри товарознавства
та митної справи Київського національного
торговельно-економічного університету*

РИНОК ПРИРОДНОГО БУДІВЕЛЬНОГО КАМЕНЮ В УКРАЇНІ

Проаналізовано динаміку виробництва, експорту та імпорту природного будівельного каменю в Україні. Наведено асортиментну структуру природного будівельного каменю, представленого на ринку України.

Ключові слова: природний будівельний камінь, ринок, виробництво, експорт, імпорт.

Золотарева О., Мережко Н., Шутьга О. Рынок природного строительного камня в Украине. Проанализирована динамика производства, экспорта и импорта природного строительного камня в Украине. Приведена ассортиментная структура природного строительного камня, представленного на рынке Украины.

© Золотарьова Оксана, Мережко Ніна, Шутьга Ольга, 2018