

політ на повітряній кулі, де реальний турист, окрім позитивних емоцій, може відчувати страх висоти, смерті чи травмування. В той же час віртуальний турист може бути враженим, задоволеним, але точно не замислиться про можливість власної загибелі чи ушкодження.

Висновки. Віртуальний туризм – це вид туризму, за допомогою якого люди, використовуючи високі технології, здійснюють подорожі до різних країн, атракцій або новостворених світів, але не у реальному просторі, а у віртуальному (уявному). Маючи багато сильних сторін: здешевлення подорожі, відсутність візових формальностей, економія та керування часом тощо, віртуальний туризм характеризується певними обмеженнями, які лімітують його можливості. Саме тому віртуальний туризм не в змозі замінити реальний (традиційний) туризм, і є лише додатком, що розширює туристичні можливості, дестинації та аудиторію. Проте не виключено, що це лише питання часу.

Література

1. Buhalis D. eTourism: information technology for strategic tourism management / D. Buhalis. – GB, Harlow: Financial Times Prentice Hall, 2003 – 408 p.
2. Digital culture and e-tourism: technologies, applications and management approaches / M. Lytras, P. Ordóñez de Pablo, E. Damiani, L. Diaz. – USA: Information Science Reference, 2010. – 270 p.
3. Tourism Mobilities: Places to Play, Places in Play. / M. Sheller, J. Urry. – GB: Routledge Ltd, 2004. – 253 p.
4. Wearing S. Tourist Cultures: Identity, Place and the Traveller / S. Wearing, D. Stevenson, T. Young. – GB: SAGE, 2009. – 185 p.

Summary

G.Y. Sydorenko. **Virtual Tourism: The end of the traditional tourism?**

The article is about a quite new type of tourism – virtual. This work presents a description of virtual tourism, its advantages and limitations as well as a comparison with a traditional tourism. The purpose of the article is to explore selected type of tourism and answer the question if virtual tourism can replace the traditional one.

УДК 913 (477.44): 338.48

Г.В. Чернова

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА ВІННИЧЧИНИ

У статті розглядаються особливості та перспективи розвитку ресторанного господарства Вінницької області. Виявлені територіальні відмінності у забезпечені підприємствами ресторанного бізнесу у межах регіону, розглянуті нові ефективні стратегії розвитку підприємств галузі на прикладі кейтерингу.

Постановка проблеми. Виникнення суспільно-організованих форм задоволення потреб людей у харчуванні поза домом сягає глибоким корінням у минуле. Виникнувши в епоху феодалізму, усуспільнення процесу приготування

їжі набуло масового поширення в капіталістичний період. До певного етапу розвитку продуктивних сил задоволення особистих потреб у харчуванні відбувалось у рамках сім'ї, домашнього господарства. З часом задоволення зростаючих потреб тільки особистою працею, на основі особистого домашнього господарства, стає неможливим. Так, відбуваючи з дому в багатоденну подорож, людина в дорозі, природно, відчувала потребу не тільки в транспортних засобах і помешканні, а й у харчуванні. Спочатку такого роду послуги мали випадковий характер, але з часом надання послуг з організації харчування стає основним заняттям певної частини населення. Таким чином, виділяється галузь діяльності, основним завданням якої є організація харчування людей за межами своєї оселі (за місцем роботи, навчання, відпочинку, під час подорожі) – ресторанне господарство.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Результати досліджень різних аспектів розвитку ресторанного господарства в Україні широко висвітлені у працях вітчизняних науковців, зокрема: О.І.Кочерги, Н.В.Смірнової, Н.О.П'ятницької, М.І.Пересічного, І.В. Скавронської та інших вчених [2,3,4]. Разом з тим зазначимо, що трансформації в економіці України протягом останнього десятиріччя ХХ ст. обумовили суттєві зміни в ресторанному господарстві, що до цього часу ще не були детально вивчені. Аналіз сучасного стану ресторанного господарства в регіонах України, а також виявлення основних галузевих проблем дозволять, з одного боку, визначити можливі перспективи, а, з другого – сформувати ефективну стратегію розвитку ресторанного господарства.

Метою нашого дослідження є виявлення особливостей та перспектив розвитку підприємств ресторанного господарства Вінницької області та аналіз результативності їх діяльності в сучасних умовах ринкової економіки.

Виклад основного матеріалу. Ресторанне господарство в Україні представлене двома соціально-економічними формами: платного харчування і безкоштовного або пільгового харчування. Платне харчування здійснюється через мережу підприємств ресторанного господарства (ідалні, кафе, ресторани, бари та ін.), що входять в систему державної або приватної торгівлі. Безкоштовне або пільгове харчування виробляється за рахунок суспільних фондів споживання в різноманітних соціально-культурних закладах – лікарнях, санаторіях, будинках відпочинку, профілакторіях, дитячих садах, яслах і т. д.

Підприємства ресторанного господарства є підприємствами ринкового типу. Їхня господарсько-оперативна діяльність базується на державній та приватній власності. Через їхню мережу реалізується частина грошових доходів

населення. Підприємства ресторанного господарства мають за мету крім одержання прибутків, більш повне задоволення постійно зростаючих потреб в продуктах харчування [2].

Отже, ресторанне господарство регіону та України загалом являє собою сукупність підприємств, об'єднаних по озnaці однорідності продукції, що виробляється; сировини, що споживається; характеризується спільністю організації і технології виробництва, матеріально-технічної бази і форм обслуговування споживачів.

На сьогодні ресторанний бізнес є однією із найбільш значущих складових індустрії гостинності. Водночас, ресторанний бізнес, з одного боку, є одним із засобів високоліквідного використання капіталу, а з іншого – середовищем із високим ступенем конкурентності. У всьому цивілізованому світі він є одним із найбільш розповсюджених видів малого бізнесу, тому заклади та підприємства ведуть між собою постійну боротьбу за сегментацію ринку; за пошук нових та за утримання постійних споживачів їхньої продукції та послуг. Всі заклади та підприємства повинні мати високий рівень конкурентоспроможності.

Основу функціонально-компонентної структури ресторанного господарства Вінниччини складають їдалні, їх частка становить 69,3%, також слід відмітити значення кафе (25,5%), ресторанів (14,8%) та барів (3,6%).

Найбільша кількість їдалень розміщена в межах Вінницького, Хмільницького, Тульчинського та Могилів-Подільського районів, їх кількість в порівнянні з 2010 р. збільшилася. Кафе як найпопулярніший тип закладу займає вагоме місце у ресторанній індустрії багатьох районів області. Найбільша кількість кафе представлена в м. Вінниця та Вінницькому районі (60 одиниць), також в Гайсинському та Могилів-Подільському районах. В розрізі районів спостерігається тенденція до розміщення даних закладів в районних центрах або селищах міського типу. Також у області функціонують кафетерії. Вони організовуються переважно при великих продовольчих і універсальних магазинах. Призначенні кафетерії для продажу і споживання на місці гарячих напоїв, молочнокислих продуктів, бутербродів, кондитерських виробів та інших товарів, які не потребують складного приготування.

Ресторани Вінниччини організовують обслуговування банкетів різних видів, тематичних вечорів та надають додаткові послуги населенню області (офіціант вдома, прокат столового посуду, доставка замовлень додому тощо). В області наявні райони, де відсутній даний тип закладу, найбільша ж кількість ресторанів розміщена у Вінницькому районі разом з м. Вінниця (10) та Хмільникському (4). Найпопулярнішими ресторанами Вінниці є «Дубовий

гай», «Стара Вінниця», «Старий замок», «Європа», «Буржуй», «Версаль» тощо. Частка барів у структурі ресторанного господарства є незначною (3,6%), найбільша їх кількість розміщена у Вінницькому, Літинському та Тульчинському районах.

Сьогоднішня ситуація на ринку говорить про тенденції і перспективи розвитку фаст-фудів в нашій області в найближчих пару років. Даний сегмент ринку перспективний з точки зору зацінення клієнтів, його ненасиченості і швидкої окупності капіталовкладень. Фаст-фуд і дорогий ресторан, рівні по кількості посадочних місць, не сильно різняться в аспекті капіталовкладень, проте фаст-фуд окупається значно швидше через більшу кількість відвідувачів. В основному розвинені фаст-фуди у м. Вінниця, де представлені такі торгові марки: McDonald's, Піца ЧелентаноTM, Картопляна ХатаTM, Печена Картопля, Єврохата.

Станом на 1 січня 2012 р. в області нарахувалось 1115 об'єктів ресторанного господарства (РГ) на 79,6 тис. місць. Протягом 2005 – 2011 рр. мережа скоротилася на 277 одиниць (на 21,2 %), число посадкових місць – на 14,5 тис. місць. З одного боку, це може свідчити про спад у розвитку ресторанного господарства області, а з іншого, про ситуацію, що склалась на ринку в результаті економічних трансформацій та неспроможності певних суб'єктів господарювання «вижити» у складних умовах жорсткої конкуренції. Якщо ж говорити про спад, то доцільно з'ясувати з чим це пов'язано. Насамперед це ринкові перетворення, що супроводжуються зменшенням грошових доходів. А також незадовільна демографічна ситуація: від'ємний приріст населення та інші чинники. У області зменшується кількість потенційних споживачів продукції та послуг мережі ресторанного господарства.

При дослідженні також встановлено, що в містах і міських поселеннях області обсяг мережі РГ скорочувався дещо швидше ніж у сільській місцевості. Якщо в переважній більшості районів кількість об'єктів стала меншою, ніж була, то в деяких районах вона є незмінною або дещо збільшилась (Барський, Гайсинський, Жмеринський, Іллінецький, Козятинський райони). Зменшення мережі відбулось головним чином за рахунок здачі об'єктів в оренду фізичним особам. Найвища забезпеченість населення мережею ресторанного господарства (на 10 тис. осіб) спостерігається в Теплицькому, Погребищенському, Оратівському, Могилів-Подільському та Муровано-Куриловецькому районах.

Кількість місць в об'єктах ресторанного господарства Вінницької області протягом останніх десяти років теж зменшилася, на сьогодні найбільше таких місць в м. Вінниця, Бершадському, Шаргородському та Вінницькому районах. Найменша кількість місць в Тростянецькому, Козятинському, Крижопільському та Тиврівському районах.

Сфера ресторанного господарства перебуває під впливом як негативних, так і позитивних тенденцій властивій ринковій економіці. Визначивши рівень розвитку ресторанного господарства (R_i) районів Вінниччини, слід відзначити, що для області властиве явище «тяжіння до центрів» — чим більше і потужніше центральне місто (ядро) району, тим вищий рівень розвитку ресторанного господарства та тим кращою є організація процесу обслуговування населення. Насамперед це стосується Вінницького ($R_i=0,89$), Погребищенського ($R_i=0,80$), Хмільницького ($R_i=0,92$), Теплицького ($R_i=0,89$) та Могилів-Подільського ($R_i=1,04$) районів.

Ресторанне господарство є важливим сектором економіки, який бере безпосередню участь у процесі суспільного відтворення, задовольняючи потреби у харчуванні та наданні послуг населенню. В умовах ринкової економіки виникає необхідність пошуку нових та ефективних стратегій розвитку підприємств ресторанного господарства. Одним з таких інноваційних напрямків є розвиток кейтерингу. Кейтеринг (англ. catering – постачання продуктів, громадське харчування) – це ресторанне обслуговування заходів на природі або в приміщеннях, які не є ресторанами [1].

В Україні кейтеринг як вид ресторанного бізнесу почав формуватися в середині 1990-х рр. На сучасному етапі обсяг ринку кейтерингових послуг в країні оцінюють в 2 млн. дол. на рік. У Вінницькій області кейтерингом займаються переважно підприємства обласного центру. Гідними прикладами високоякісного кейтерингу у місті виступають такі компанії, як «City Кейтерінг», «Смачний їжак», «Спорт-Тайм», «Prime», «Беатріче» тощо. Найбільш популярними серед вінничан є корпоративний кейтеринг і такий його вид, як приготування їжі в приміщенні і споживання за його межами (переважно доставка готових обідів в офіси). Крім цього, сьогодні на Вінниччині використовують як дрібний, так і великий кейтеринг. Дрібний кейтеринг – це будь-яке постачання їжі за межі місця приготування, тобто кухні. Під великим кейтерингом розуміють організацію банкетів та фуршетів, для яких середня вартість замовлення становить 150-200 грн. на людину, а кількість учасників – 50 осіб і більше.

Конкуренція на ринку великого і дрібного кейтерингу Вінниччини зараз невелика і йому є куди зростати, оскільки тенденція частих замовлень їжі за межі підприємства харчування з'явилася досить недавно, хоча у всьому світі такий вид обслуговування вже досить популярний.

Висновки. Таким чином, ресторанний бізнес є однією із найбільш значущих складових індустрії гостинності. У всьому цивілізованому світі він є одним із найбільш розповсюджених видів малого бізнесу, тому заклади та підприємства області ведуть між собою постійну боротьбу за сегентацію ринку; за пошук нових та за утримання постійних споживачів їхньої продукції та послуг.

Література

1. Криворучко О.В. Проблеми перспективного розвитку кейтерінгових послуг на українському ринку громадського харчування / О.В. Криворучко // «Проблеми системного підходу в економіці»: Збірник наукових праць. К.: НАУ, 2008. - Випуск 27. – С. 44-48;
2. П'ятницька Г.Т. Ринок ресторального господарства України: сучасний стан і перспективи розвитку / Г.Т. П'ятницька // Економіст. – 2004. - №4. – С. 57-61.
3. Ресторанне господарство і туристична індустрія у ринкових умовах: Збірник наук. праць / Київ. нац. торг. - екон. ун-т / Відп. ред. М.І. Пересічний. – К.: КНТЕУ. – 2004. – 208 с.
4. Скавронська І.В. Пріоритетні напрямки розвитку ресторанної справи України в контексті світового досвіду [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://tourlib.net/statti_ukr/skavronska2.htm.

Summary

Chernova G.V. Features of Development of Restaurant Economy of Vinnytsia Region.

The features and prospects of restaurant economy development of the Vinnytsya region are examined in the article. The territorial differences in providing of restaurant business enterprises within the limits of region were found out, the modern tendencies of production organization were considered on the example of catering.