

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЗАКЛАДІВ ЗДОРОВОГО ХАРЧУВАННЯ НА РИНКУ РЕСТОРАННИХ ПОСЛУГ МІСТА ХАРКІВ

Данько Наталія Іванівна

Канд.екон. наук, доцент

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

м. Свободи, 6, м. Харків, Україна, 61022

e-mail: n.danko@karazin.ua

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2977-6641>

Чубаха Анастасія Олексіївна

студент

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

м. Свободи, 6, м. Харків, Україна, 61022

e-mail: a_stu@mail.ru

ORCID:<https://orcid.org/0000-0003-4168-0033>

Статтю присвячено аналізу розвитку системи здорового харчування у закладах ресторанного господарства м. Харкова. Об'єктом є ресторанне господарство, як складна система. Предметом є особливості організації роботи ресторану здорового харчування. Мета даної статті полягає в поглибленні теоретичних знань щодо організації ресторанного господарства в Україні та виявлення перспектив розвитку закладів здорового харчування на ринку ресторанних послуг міста Харків. Для досягнення поставленої мети в статті, ставилися та вирішувалися наступні завдання: висвітлити основні теоретичні поняття та нормативно-правове забезпечення ресторанного господарства; розглянути проблеми надмірної ваги в Україні; проаналізувати європейський ринок закладів здорового харчування; дослідити український ринок підприємств сфери здорового харчування; охарактеризувати сучасний стан та перспективи розвитку системи «Eathealthy» у ресторанному господарстві; виявити формат закладів, у яких може бути впроваджено здорове харчування. Методи дослідження, що були використанні під час написання цієї статті - аналітичний, порівняльний, науково-дослідний. Через вирішення завдань було отримано такі результати: дослідження засвідчують наявність такого незаповненого сегменту на ринку ресторанного господарства як здорове харчування. На сьогоднішній день в Україні практично відсутні заклади, які можуть запропонувати таке меню. Та зроблені такі висновки, що меню «Здорове харчування» може бути запроваджено у закладах будь-яких форматів. Найбільш розповсюдженим є формат фаст-фуд. Переорієнтація ресторанів фаст-фуд на здорове харчування в Україні є недоцільною, оскільки такі заклади орієнтовані на споживачів із невеликими доходами і за використання екологічно чистої сировини та матеріалів, вартість яких є високою на ринку, втрачатимуть більшість клієнтів.

Ключові слова: ресторанне господарство, здорове харчування, меню, продукти, конкурентоспроможність.

Постановка проблеми. Згідно з останніми статистичними даними, за останні чотири роки кількість людей з ожирінням виросло з 11,5 відсотків (565 мільйонів чоловік) до 13 відсотків (670 мільйонів), і продовжує стрімко зростати. Як показав аналіз, число людей, які страждають від ожиріння, стрімко зростає, і до 2025 року може досягти одного мільярда. Світова тенденція ожиріння серед дорослого населення планети, складена на основі статистичних даних, наданих Всесвітньою організацією охорони здоров'я (ВООЗ) (рис 1).

Велика частина людей - 26 відсотків жінок і 16 відсотків чоловіків в Україні страждають від надмірної ваги (рис 2). Основна причина в тому, що велика частина нашої популяції не веде здоровий спосіб життя, мало рухається і має нездорові звички в харчуванні. Ожиріння може викликати не тільки малорухливий спосіб життя і неправильне харчування, а й деякі захворювання, які викликають порушення обміну речовин [15].

Зараз мода на здорове харчування актуальна, як ніколи. За останні десятиліття виробники

навчилися збільшувати термін придатності, здешевлювати рецептури, покращувати структуру і смакові якості продуктів харчування. На вирішення цих завдань працювали провідні світові хіміки, інженери і кондитери-технологи. Однак статистичні дані говорять про зростання серцево-судинних захворювань, захворювань алергічного характеру, ожиріння та багатьох інших захворювань, традиційно пов'язаних з харчуванням і способом життя. Сьогодні виробники і споживачі продуктів харчування прагнуть робити більш здоровий вибір.

Аналіз останніх публікацій. Як зазначає міністр охорони здоров'я України, людина набагато більше ризикує отримати різні запалення, хронічні хвороби і навіть рак, якщо він неправильно харчується, зокрема, якщо в його щоденному раціоні багато трансжирів.

ЗМІ та інтернет, активно пропагандуючи здоровий спосіб життя, вчать споживачів звертати увагу на склад продуктів харчування, які вони купують. Сучасний покупець знає про Е-коди, трансізомери і насичені жири в рази більше покупця дев'яностих. Слідуючи за споживчим попитом,

багато виробників продуктів харчування активно розвивають функціональні напрямки (продукти, збагачені корисними компонентами) в своїй асортиментній лінійці. Особливо це стосується продуктів кисломолочної групи (йогурти, ряжанка, різні напої, збагачені біфідобактеріями і т.д.), зернових і хлібобулочних виробів.

Структура харчування українців як і раніше залишається незадовільною: вона характеризується високою калорійністю, що призводить до надлишкової маси тіла та ожиріння, а також характеризується надмірним споживанням тваринних жирів, цукру і солі. Високий рівень споживання жирів, солодощів, ковбасних виробів і хліба супроводжується недостатнім споживанням ряду важливих

продуктів, таких як риба, натуральне м'ясо і свіжі фрукти. Харчування переважної частини населення незбалансовано, неповноцінно і нерегулярно. Дослідження в галузі охорони здоров'я свідчать про високий рівень захворювань, обумовлений нездоровим харчуванням.

В умовах зростаючого інтересу до здорового харчування більш глибоке вивчення практики харчування набуває особливої важливості, оскільки харчові норми, традиції і звички є невід'ємною частиною повсякденного життя. В цьому зв'язку термін «належний прийом їжі» представляється відповідним дослідницьким інструментом для розуміння того, як формується ставлення до здорового харчування.

Obesity is BMI > 30kg/m2, percentage estimate
5 to 10 | 15 to 20 | 25 to 30 | 35 to 40 | No data

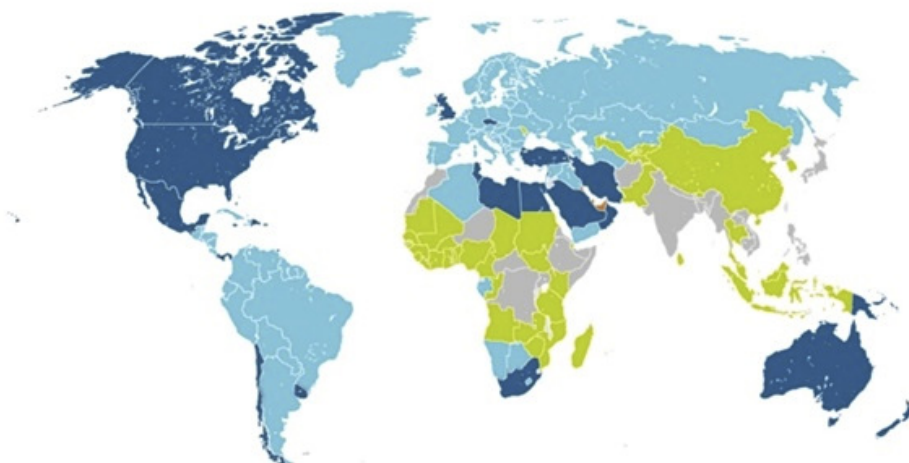


Рис. 1. Світова карта ожиріння людей на основі даних ВООЗ
Джерело: [13]

Кількість людей страждаючих від надмірної ваги



■ Не страждають ■ Жінки ■ Чоловіки

Рис. 2. Кількість людей страждаючих від надмірної ваги в Україні
Розроблено авторами на основі [15]

В Україні дана область недостатньо вивчена. У вирішують питання правильного / здорового харчування на практиці і як вони пояснюють своє наявності недолік інформації про те, як люди

ставлення до нього. В даний час більшість досліджень носить кількісний характер і присвячене вивченню загальних тенденцій в сфері ставлення до здоров'я / харчування або вирішення маркетингових завдань. З урахуванням того, що мода на красу і здоров'я в нашій країні досить нова, це означає, що ринок еко компаній як і раніше перспективний. Тому обрана тема є актуальною.

Мета статті полягає в аналізі розвитку системи здорового харчування у закладах ресторанного господарства м. Харкові та перспектив розвитку підприємств у даній галузі.

Виклад основного матеріалу. Ресторанне господарство - вид діяльності з надання послуг щодо задоволення потреб споживачів у харчуванні з організацією дозвілля або без нього. Воно відрізняється від всіх інших видів бізнесу. Це підприємство, яке об'єднує в собі мистецтво і традиції, механізми діяльності і досвід маркетологів, філософію обслуговування та концепцію формування потенційної аудиторії.

З року в рік ресторанний бізнес стрімко розвивається. Йде важлива конкурентна боротьба за відвідувачів. Саме цей фактор змушує продумувати не тільки основну стратегію і стиль діяльності ресторану, але й деталі, що додають закладу унікальність і неповторність. Тільки при формуванні добре розробленої концепції і послідовного комплексного впровадження всіх складових ресторанного бізнесу, гарантований успіх у розвитку діяльності ресторану.

Ресторани грають досить важливу роль у житті людини. Крім задоволення фізіологічних потреб у харчуванні, вони несуть важливу соціальну функцію. Людині потрібно не тільки поїсти, а й поспілкуватися. Ресторани - це одні з небагатьох місць, де працюють всі органи чуття, які генерують загальне почуття задоволення. Смак, зір, нюх, тактильні відчуття об'єднуються в оцінці страв, обслуговування і атмосфери ресторану.

Ефективна робота ресторану залежить від декількох факторів. Як і будь-яка складна система, ресторан починається з задуму його засновників і закінчується контролем функціонування установи. Розвиток індустрії харчування в нашій країні зараз розвивається досить швидкими темпами, але до світового рівня ще не доросла. Підприємства громадського харчування відіграють величезну роль у житті сучасного суспільства, і дуже важливо, як вони розвивалися і розвиваються в даний час, адже основна мета підприємств харчування - задоволення потреб людини в їжі, а це є однією з головних причин, в результаті якої ресторанний бізнес почав розвиватися. Тема здорового способу життя стала розвиватися як бізнес приблизно 5-6 років тому, хоча за кордоном вегетаріанські кафе і доставка фітнес-обідів завоювали популярність вже давно.

Мода на здоровий спосіб життя також вплинула на культуру харчування, визначивши ще одну світову тенденцію розвитку ресторанного бізнесу - вживання здорової їжі (тобто якісних продуктів, що пройшли мінімум обробки), що стало вимогою часу.

Суттєвою проблемою на сьогоднішній день є труднощі перевірки якості продуктів харчування в місці їх споживання, встановлення «чистоти» продуктів (відсутність шкідливих речовин, добрив і т.д.). Тому зростає потреба в контролі якості сировини, його сертифікації на безпеку вживання. Незважаючи на це, тенденція переходу на екологічні продукти харчування набуває все більшої популярності. Так, в Європі вже зараз люди готові платити великі гроші за чисті продукти, але для цього знадобилося 30 років підготовки. Але зараз ресторани корисної їжі - традиційний формат для Європи і США. За останні роки, кількість закладів значно змінилася. Кожного року відкривається близько 200 закладів по всій Європі (рис 3).

В Україні у теперішній час можна прослідкувати існування різноманітних концепцій організації ресторанного бізнесу на локальному ринку, що забезпечує, з одного боку, підтримку одне одному, а з іншого створює конкурентне середовище, яке сприяє підвищенню рівня якості, серйозно більшої кількості споживачів і, як результат, збільшенню прибутку. За даними Асоціації франчайзингу України у 2015 р. українські ресторатори заробили близько 2,2 млрд дол. - майже на 30% більше, ніж роком раніше. Кількість постійних клієнтів кафе, барів і ресторанів під час фінансової кризи майже не змінилась. Основним драйвером зростання в 2014 р., була інфляція: за рік ціни на продукти, а разом з ними і середній чек - збільшилися на 10-20%. У 2016 р. ресторатори збільшили прибуток майже на 14 %, що складає близько 2,5 млрд дол. за рахунок значного зростання кількості підприємств громадського харчування в містах, де був великий приплив туристів. З цього приводу найбільш активно розвивалися ресторани мережі, що забезпечується довгостроковими економічними перевагами, які виражаються в зменшенні витрат, більш високому обороті, стабільності [13].

Основні фактори розвитку готельно-ресторанної та санаторно-курортної галузі як складової туристичної індустрії слід розбити на дві групи: статичні і динамічні.

До статичних факторів слід віднести природно-кліматичні, географічні і культурно-історичні фактори. Їх специфічною ознакою є незмінність у часі.

До динамічних факторів відносяться демографічні, соціальні, економічні, культурні, міжнародні фактори і науково-технічний прогрес. Крім цих можна виділити матеріальний і соціальний стан населення, рівень освіти, тривалість відпустки, професійну зайнятість і деякі інші фактори.

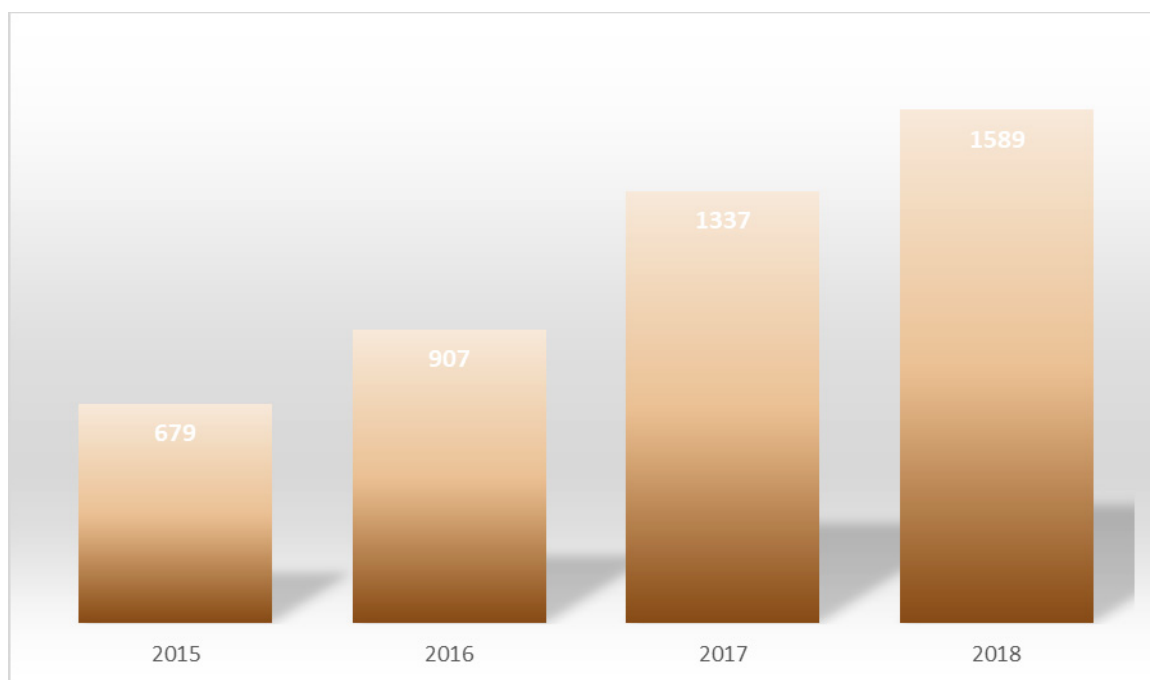


Рис 3. Кількість закладів з концепцією здорового харчування в Європі за 2015 – 2018 роки
Розроблено авторами на основі [6]

Останнім часом поряд з традиційними повносервісними ресторанами з'явилися спеціалізовані підприємства зі скороченим набором пропонованих послуг і страв. Спеціалізація їх може бути різноманітною. Ресторани можуть спеціалізуватися, як правило, на приготуванні національних страв, вечерь, сніданків. Поширення набувають ресторани швидкого обслуговування, які спеціалізуються на гамбургерах і смаженій картоплі (McDonald's), піці (Pizza Hut, Domino, Little Caesar), біфштексах (Sizzler), морепродуктах (Red Lobster), сендвічах (Subway). Особливо актуальними є тематичні ресторани: Дикий Захід, рок-н-рол, футбол, літаки тощо. Переважно вони пропонують обмежену кількість страв, але зосереджуються на створенні відповідного настрою та атмосфери.

Поглиблення спеціалізації закладів ресторанного господарства пов'язане зі створенням міжнародних ланцюгів, які відіграють важливу роль у розробці і просуванні високих стандартів обслуговування. Однією з перших на український ринок у 90-х роках ХХ ст. прийшла міжнародна мережа фаст фуд "McDonalds".

Іноземні системи дали поштовх для розвитку національних систем на основі франчайзингу. Одним з перших таких проектів стало створення мереж національних ресторанів швидкого харчування "Швидко", "Мак Смак", "Домашня кухня", "Пузата хата". Перша з них була відкрита 1999 р. у Києві.

У деяких регіонах України з'явилися свої оригінальні підприємства, наприклад "Домашній кухар" (Черкаси), "Жарю парю" (Одеса), мережа

ресторанів "XXI століття" в Києві. Для удосконалення вітчизняних франчайзингових систем і підтримання стабільного рівня якості необхідно створити мережу підприємств або зміцнити зв'язки з вітчизняними господарствами і комбінатами харчування. Так, більшість українських компаній ресторанного харчування використовує 90% вітчизняних продуктів, а компанія "McDonals" знайшла в Україні сировину, що відповідає американським стандартам, здійснює її переробку і виготовляє продукцію, утримуючи відносно низькі ціни.

Тема здорового способу життя стала розвиватися як бізнес приблизно 5-6 років тому, хоча за кордоном вегетаріанські кафе і доставка фітнес-обідів завоювали популярність вже давно. З урахуванням того, що мода на красу і здоров'я в нашій країні досить нова, це означає, що ринок еко компанії як і раніше перспективний, навіть, незважаючи на кризу - адже конкуренція тут не дуже висока, а попит - високий. Формат реалізації еко бізнесу актуальний як у вигляді інтернет-магазину, так і офлайн - магазину, а також ресторану. Питання тільки в тому, який формат більш комфортний, зрозумілий і близький клієнту.

За даними проведеного анкетування щодо переваг споживачів у здоровому харчуванні потенційним цільовим сегментом виявились жінки та чоловіки, які мають позитивне ставлення до розвитку підприємств здорового харчування. Окрім того, доцільною буде орієнтація на спортсменів та людей, що підтримують здоровий спосіб життя.

Як показує світова практика, меню "Здорове харчування" може бути запровадженим у закладах

будь-яких форматів. Найбільш розповсюдженим є формат фаст-фуд. Переорієнтація ресторанів фаст-фуд на здорове харчування в Україні є недоцільною, оскільки такі заклади орієнтовані на сегмент споживачів із невеликими доходами і за використання екологічно чистої сировини та матеріалів, вартість яких є високою на ринку, втрачати більшість клієнтів.

Елітні ресторани України позиціонують свою продукцію як продукцію здорового харчування, наголошуючи на тому, що не використовують у своїй діяльності напівфабрикатів, штучних сумішей тощо. Вони також можуть собі дозволити запропонувати дієтичне меню для споживачів, що також є напрямком здорового харчування. Можливою є переорієнтація традиційних ресторанів на здорове харчування, проте в сучасних умовах нестабільності економіки, кризових фінансових явищ новий напрямок діяльності, який потребує неабияких капіталовкладень, буде неефективним (можливо збитковим) для підприємств даного типу. До того ж існуватиме ризик втрати існуючих клієнтів, підвищення витрат на залучення нових та їх утримання в майбутньому.

Стратегія здорового харчування у широкому його розумінні найбільш придатною буде у закладах quick&casual (ринок фаст фуду середнього цінового діапазону). Середня вартість чеку у таких ресторанах вища аніж у ресторанах фаст-фуд, деяке підвищення цін за рахунок використання нових ресурсів не призведе до втрати основної маси клієнтів та дозволить залучити нових, тим самим підвищивши рівень прибутковості. Окрім того, заклади такого типу є більш масовими, що дозволить популяризувати здорове харчування серед населення.

Один з теоретиків сучасного менеджменту Пітер Дракер визначив мету маркетингу так: «Мета маркетингу – зробити продажі постійними. Мета – знати і розуміти клієнтів настільки добре, щоб продукт чи послуга підходили їм і продавалися самотужки» [4, с. 56]. Це не означає, що реклама і просування товарів та послуг не потрібні взагалі – вони мають бути частиною системи, робота якої спрямована на задоволення потреб клієнтів. Реклама і просування досягнуть максимальної ефективності в тому випадку, якщо спочатку будуть визначені потреби та інтереси клієнтів, а потім будуть запропоновані доступні їм за ціною товари та послуги.

Проведені маркетингові дослідження засвідчують наявність такого незаповненого сегменту на ринку ресторанного господарства, як сегмент здорового харчування. Як показує практика, на сьогоднішній день в Україні практично відсутні заклади ресторанного господарства, які серед спектру своїх товарів та послуг можуть запропонувати меню здорового харчування.

Але надихнувшись тенденцією здорового харчування, в Україні все частіше відкриваються ресторани та магазини здорового харчування. Більша частина зосереджена в столиці – Києві. Там знаходиться декілька десятків таких закладів, найкращі та найпопулярніші з них це - MilkBar, Nebos, Simple, Маями Блюз, Три, Клюква и Брюква, Say Grace Cafe, Fresh Factory, Онегин, KRUDO club.

В місті Харкові також є декілька закладів, що пропонують страви здорового харчування, такі як:

Кафе-магазин «Вітамін» - зустрічає ексклюзивною, корисною продукцією ручної роботи шеф-кухаря, який є автором рецептів всіх страв пропонує в кафе, а так само кондитерських і кулінарних виробів, які також можна придбати в магазині. В процесі виготовлення вся продукція не піддається термічній обробці, не містить підсилювачів смаку і запаху, консервантів, цукру і солі промислового виробництва [13].

1. Кафе-магазин «НаХЛІБник» - новий формат обслуговування для справжніх гурманів. Це не тільки гідна альтернатива домашній кухні і шанс звільнити себе від турбот з приготування щоденних страв і святкових ласощів, а й приємне насолода смачною і корисною їжею. Над асортиментом працюють тільки висококласні кухарі, пекарі та кондитери, віртуози і майстри своєї справи, які вміло поєднують в своїх творіннях оригінальні авторські рецепти, і кращі традиції гастрономії. Ретельно відбираючи свіжі продукти, використовуючи найсучасніше обладнання і європейські технології обробки, вони дбають про те, щоб всі інгредієнти максимально зберігали свої корисні властивості. НаХЛІБник пропонує авторську кулінарію та оригінальні кондитерські вироби власного виробництва, готові страви від шеф-кухаря і шеф-кондитера на будь-який смак, завжди в наявності фірмовий свіжий хліб і домашня випічка, ексклюзивні цукерки hand-made авторської роботи з шоколаду «Valrhona» в оригінальній упаковці, великий асортимент продуктів, за допомогою яких можна самостійно створювати гастрономічні шедеври, делікатеси і солодощі для особливих випадків з усього світу, фуршетне і банкетне меню, кейтеринговий сервіс обслуговування урочистостей, корпоративних і ділових заходів [10].

2. Ресторан «Зелений Папуга» - стоїть окремо на гастрономічній карті Харкова - його історія бере свій початок з 1995-го року. Зручно розташований в безпосередній близькості до станції метро «Наукова». Для шанувальників здорового харчування пропонують сік з паростків пшениці, вітамінні коктейлі, свіжовичавлені соки, низькокалорійні страви і десерти, трав'яні чаї власного купажу. Головною особливістю є те, що в Зелений Папузі живе справжній зелений папуга Григорій. Гриша дуже любить поговорити з гостями на будь-які

(при цьому має використовуватись натуральна очищена соняшникова, оливкова або інша олія); вакуумне пакування продукції (за умови доставки додому або послуги їжа на виніс; випарювання (дієтичне харчування), використання молекулярної кухні, яка дозволяє досягти нових поєднань корисних речовин різних продуктів, зацікавити споживачів незвичністю меню. Усі ці технології дозволяють зберігати корисні речовини у продуктах та забезпечують високий рівень цінності для клієнтів. Задля утримання лідерської позиції на ринку здорового харчування доцільно мати ексклюзивно запатентовану власну технологію приготування їжі, що дозволить сформувати стійкі конкурентні переваги у галузі.

Кафе здорового харчування – це можливість отримати здорову і смачну їжу за невелику кількість часу та не дуже велику плату. Подібний ресторан складе конкуренцію закладам фаст-фуду та іншим ресторанам високої кухні, тому що одним з плюсів даного виду бізнесу є швидке та якісне приготування їжі та високий рівень обслуговування. А головною відмінністю такого закладу є смачна домашня їжа. Кафе здорового харчування надає своїм відвідувачам меню, складене виключно на основі здорових страв. У такому закладі можна буде спробувати страви, приготовані з високоякісних і простих продуктів за домашніми рецептами. Здебільшого це м'ясні вироби, приготовані на рожні, грилі та пару, різноманітні гарніри з рису і овочів, салати, соуси, а також великий вибір натуральних напоїв. Всі страви прості, але дуже корисні і смачні.

Концепція кафе здорового харчування ґрунтується на простоті, затишку і невимушеній атмосфері. Це дозволяє привернути увагу сімейних пар з дітьми, людей живущих поодиночці, а також бізнесменів. У такому закладі можуть проходити ділові зустрічі, переговори, а так само частиною відвідувачів стануть офісні працівники. До того ж багато людей віддають перевагу обідати й вечеряти не вдома, щоб зайвий раз насолодитися товариством своєї родини, а не витратити час на приготування їжі. Як наслідок, клієнтська база досить велика.

Висновки. Аналіз державної політики щодо розвитку ресторанного господарства як основної складової сфери послуг свідчить щодо спрямованості на поліпшення якісних критеріїв його функціонування. Правове поле координації функціонування підприємств ресторанного господарства обумовлюють Закони України, нормативні та регуляторні акти, державні

стандарты тощо. Вимоги, що пред'являються до виробничих, торговельних та побутових приміщень закладів ресторанного господарства, обладнання, інвентарю, переліку послуг, технологічних режимів виробництва продукції, встановлюються законодавством України.

Режим харчування та якість продукції впливають на людину. Перспективним є просування на ринку закладів здорового харчування. Статистичні дані інформують про зростання серцево-судинних захворювань, захворювань алергічного характеру, ожиріння та багатьох інших захворювань, традиційно пов'язаних з харчуванням і способом життя. Проведене анкетування свідчить, що потенційним цільовим сегментом закладів здорового харчування виявились жінки та чоловіки, які мають позитивне ставлення до зміни свого здоров'я. Окрім того, доцільною буде орієнтація на спортсменів та людей, що підтримують здоровий спосіб життя.

Основною вимогою до продукції ресторанів здорового харчування є використання екологічно чистої сировини, з якої виготовляються перші та другі страви, коктейлі та напої. Використання новітніх технологій обробки та виробництва кінцевих страв дозволять зберігати корисні речовини у продуктах та забезпечують високий рівень цінності для клієнтів. Задля утримання лідерської позиції на ринку здорового харчування доцільно мати ексклюзивно запатентовану власну технологію приготування їжі, що дозволить сформувати стійкі конкурентні переваги у галузі.

Проведені маркетингові дослідження засвідчують наявність такого незаповненого сегменту на ринку ресторанного господарства м. Харкова як сегмент здорового харчування. Як показує практика, на сьогоднішній день в Україні практично відсутні заклади ресторанного господарства, які серед спектру своїх товарів та послуг можуть запропонувати меню здорового харчування.

Аналіз інформаційних джерел доводить, що меню «Здорове харчування» може бути запровадженом у закладах будь-яких форматів. Найбільш розповсюдженим є формат фаст-фуд. Переорієнтація ресторанів фаст-фуд на здорове харчування в Україні є недоцільною, оскільки такі заклади орієнтовані на сегмент споживачів із невеликими доходами і за використання екологічно чистої сировини та матеріалів, вартість яких є високою на ринку, втратить більшість клієнтів.

PERSPECTIVES OF DEVELOPMENT HEALTHY FOOD INSTITUTIONS IN THE RESTAURANT SERVICES MARKET IN KHARKIV

Natalya Danko, Ph.D (Economics), Associate Professor, V. N. Karazin Kharkiv National University, 6, Svobody sq., Kharkiv, Ukraine, 61022, e-mail: n.danko@karazin.ua, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2977-6641>

Chubaka Anastasiya, student, V. N. Karazin Kharkiv National University, 6, Svobody sq., Kharkiv, Ukraine, 61022, e-mail: a_stu@mail.ru, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4168-0033>

The article highlights the analysis of the development of a healthy nutrition system in the restaurants of the Kharkiv restaurant industry. The object is a restaurant economy, as a complex system. The subject is the organization of a healthy food restaurant. The purpose of this article is to deepen theoretical knowledge about the organization of restaurant economy in Ukraine and to identify the prospects for the development of healthy eating institutions in the market of restaurant services in the city of Kharkiv. To achieve the goal in the article, the following tasks were addressed and solved: to highlight the main theoretical concepts and normative and legal provisions of the restaurant industry; to consider overweight problems in Ukraine; to analyze the European market of healthy food establishments; to study the Ukrainian market of healthy food companies; characterize the current state and prospects of the "Eat healthy" system in the restaurant industry; to find out the format of establishments in which healthy eating can be introduced. Methods of research used during the writing of this article - analytical, comparative, research. Through the solution of the tasks, the following results were obtained: studies confirm the presence of such an incomplete segment in the restaurant market as a healthy diet. To date, there are practically no institutions in Ukraine that can offer such a menu. But the following conclusions are made that the menu "Healthy eating" can be implemented in institutions of any format. The most common is the fast food format. There-orientation of fast-food restaurants for healthy eating in Ukraine is in appropriate, since such institutions are aimed at consumers with low income, and for the use of environmentally friendly raw materials and materials whose cost is high on the market, it will lose most of the customers.

Keywords: restaurant economy, healthy food, menu, products, competitiveness.

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ЗДОРОВОГО ПИТАНИЯ НА РЫНКЕ РЕСТОРАННЫХ УСЛУГ ГОРОДА ХАРЬКОВ

Данько Наталья Ивановна, канд. экон. наук, доцент, Харьковский национальный университет имени В. Н. Каразина, пл. Свободы, 6, г. Харьков, Украина, 61022, e-mail: n.danko@karazin.ua, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2977-6641>

Чубаха Анастасия Алексеевна, студент, Харьковский национальный университет имени В.Н. Каразина, пл. Свободы, 6, г. Харьков, Украина, 61022, e-mail: a_stu@mail.ru, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4168-0033>

Статья посвящена анализу развития системы здорового питания в учреждениях ресторанного хозяйства г. Харьков. Объектом является ресторанное хозяйство, как сложная система. Предметом являются особенности организации работы ресторана здорового питания. Цель данной статьи состоит в углублении теоретических знаний по организации ресторанного хозяйства в Украине и выявления перспектив развития учреждений здорового питания на рынке ресторанных услуг города Харьков. Для достижения поставленной цели в статье, решались следующие задачи: осветить основные теоретические понятия и нормативно-правовое обеспечение ресторанного хозяйства; рассмотреть проблемы избыточного веса в Украине; проанализировать европейский рынок заведений здорового питания; исследовать украинский рынок предприятий сферы здорового питания; охарактеризовать современное состояние и перспективы развития системы «Eat healthy» в ресторанном хозяйстве; выявить формат заведений, в которых может быть внедрено здоровое питание. Методы исследования, были использованы при написании этой статьи - аналитический, сравнительный, научно-исследовательский. В ходе решения задач были получены следующие результаты: исследования свидетельствуют о наличии такого незаполненного сегмента на рынке ресторанного хозяйства как здоровое питание. На сегодняшний день в Украине практически отсутствуют учреждения, которые могут предложить такое меню. И сделаны следующие выводы, что меню «Здоровое питание» может быть введенным в учреждениях любых форматов. Наиболее распространенным является формат фаст-фуд. Переориентация ресторанов фаст-фуд на здоровое питание в Украине является нецелесообразной, поскольку такие заведения ориентированы на потребителей с небольшими доходами и за использование экологически чистого сырья и материалов, стоимость которых высока на рынке, потеряет большинство клиентов.

Ключевые слова: общественное питание, здоровое питание, меню, продукты, конкурентоспособность.

References

1. Avetisova, A. (2002). *Ekonomika predpriyatij pitannya*. [Economics of catering] Donetsk: DonGUZT. (in Russian)
2. Arkhipov, V. (2007). *Orghanizacija restorannogho ghospodarstva*. [Organization of restaurant business] Kyjiv: Inkos. (in Ukrainian)
3. Borodina, V. (2003). *Restoranno-gostinichnyy biznes*. [Restaurant and hotel business] Moscow: Knizhnyy mir. (in Russian)
4. Mikhaylitskaya, M., Voytenko, T., & Soloshenko, L. (2012). *Vse ob uchete i organizatsii restorannogo khozyaystva*. [All about accounting and organization of restaurant facilities] Kharkiv: Izdatelskiy dom Faktor. (in Russian)
5. Statsenko, V. V. (2002). *Glavnaya tekhnologiya uspekha restorannogo biznesa*. [The main success technology of the restaurant business] Kherson: Oldi-plyus. (in Russian)
6. Navarra, T. (2017, november 27). Restaurant Statistics That Will Shape the Industry in 2018. Available at: <https://www.7shifts.com/blog/15-restaurant-stats-for-2018>
7. Asociacija franchajzynghu Ukrajinu. (2018). *Asociacija franchajzynghu Ukrajinu* [Franchising Association of Ukraine]. Available at: www.franchising.org.ua (in Ukrainian)
8. Sendvich-kafe «Freshline». (2018). *Sendvich-kafe «Freshline»*. [Sandwich Café «Freshline»] Available at: www.freshline.name (in Ukrainian)
9. Restoran «Zelenyj Papugha». (2018). *Restoran «Zelenyj Papugha»* [Restaurant «Green Parrot»]. Available at: www.greenparrot.com.ua (in Ukrainian)
10. Kafe-mag hazyn «NaKhLIBnyk». (2018). *Kafe-mag hazyn «NaKhLIBnyk»* [Cafe-shop «NaKhLIBnyk»] Available at: www.nahlebnik.com (in Ukrainian)
11. Derzhavnyj komitet statystyky Ukrajinu. (n.d.). *UKSTAT. [The State Statistics Committee of Ukraine]* Available at: www.ukrstat.gov.ua (in Ukrainian)

12. Biletska, Y., Babenko, V., Gusliev, A. (2019). Marketing studies of consumption preferences at developing dietary products. *EUREKA: Social and Humanities*, 5, pp. 16-21. doi: 10.21303/2504-5571.2019.001009
13. Kafe-magazyn «Vitamin». (2018). *Kafe-magazyn «Vitamin»* [Cafe shop «Vitamin»] . Available at: www.vitamin-magazin.com (in Ukrainian)
14. Vsesvitnja orghanizacija okhorony zdorov'ja. (2018). *VOOZ*. [World Health Organization] Available at: www.who.int (in Ukrainian)