

Опубліковано: Науковий вісник ЧДІЕУ. Серія 1, Економіка:  
збірник наукових праць [Текст]. – Чернігів: ЧДІЕУ, 2012. - №1  
(13) – 270 с. – С.92-98

УДК 641.5

**Н.О.Алешугіна, к.е.н.,**  
**О.О.Зеленська, к.е.н., доцент**

### **ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ РЕСТОРАННИХ ПОСЛУГ М.ЧЕРНІГІВ**

*Проаналізовано тенденції розвитку ринку ресторанних послуг м. Чернігів за період з 1990 по 2010 рік. Проведено маркетингові дослідження кон'юнктури ринку пропозиції, визначено перспективні ніші ресторанного бізнесу м.Чернігів.*

**Ключові слова:** ринок, ресторанний бізнес, конкуренція, заклади ресторанного господарства.

**Н.А. Алешугина , к.э.н.,**  
**Е.А. Зеленская, к.э.н., доцент**

### **ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА РЕСТОРАННЫХ УСЛУГ Г. ЧЕРНИГОВ**

*Проанализированы тенденции развития рынка ресторанных услуг м. Чернигов за период с 1990 по 2010 год. Проведены маркетинговые исследования конъюнктуры рынка предложения, определены перспективные ниши ресторанного бизнеса м. Чернигов.*

**Ключевые слова:** рынок, ресторанный бизнес, конкуренция, заведения ресторанного хозяйства.

**N. Aleshugina, E. Zelenska**

### **TENDENCIES AND PROSPECTS OF RESTAURANT SERVICES MARKET DEVELOPMENT IN CHERNIGOV**

*Tendencies of restaurant services market of Chernigov development for period from 1990 to 2010 are analyzed. Marketing researches of the state of affairs of market of suggestion are conducted, the perspective niches of restaurant business of Chernigov are certain.*

**Keywords:** market, restaurant business, competition, restaurants sector.

**Актуальність теми дослідження.** Однією із найбільш вагомих складових туристичної індустрії є ресторанний бізнес. Він є одним із найбільш розповсюджених видів малого бізнесу у світі, оскільки забезпечує можливість високоліквідного використання капіталу. У той

же час характеризується високим ступенем конкурентності. Ресторанні заклади ведуть між собою постійну боротьбу за певні сегменти ринку, за пошук нових та за утримання постійних споживачів їхньої продукції та послуг. Велике значення у боротьбі за виживання на ринку ресторанних послуг є володіння інформацією про його кон'юнктуру та тенденції розвитку.

**Постановка проблеми.** Останнім часом на ринку ресторанних послуг м.Чернігів з'явилося чимало нових закладів, які успішно конкурують, а то й витісняють із зайнятих ніш підприємства, що вже тривалий час надають послуги харчування. Така ситуація нормальна для висококонкурентного середовища, яким є ресторанний бізнес. Проте, дуже часто конкурентна боротьба розгортається всередині окремих сегментів ринку, у той час коли інші, на послуги яких теж є попит, залишаються незайнятими. Задля досягнення конкурентоспроможності у даному бізнесі, а також забезпечення послугами закладів ресторанного господарства різних верств населення необхідно забезпечити постійний моніторинг ринку послуг харчування.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Теоретичними питаннями розвитку ринку ресторанних послуг в Україні займаються науковці Київського національного торговельно-економічного університету, Донецького національного університету економіки і торгівлі ім. Михайла Туган-Барановського, Харківського державного університету харчування та торгівлі, Львівської комерційної академії: Аветисова А.О., Антонова В.А., Беляєва А.М., Благополучна Н.П., Гайовий І.І., Левченко М. М., Мазаракі А.А. та ін. Конкретні дослідження ринку ресторанних послуг проводять експерти спеціалізованих журналів "РестораторЪ" та "Ресторанное дело". Проте, ці дослідження стосуються лише м.Київ. Систематизовані дані про тенденції розвитку ринку ресторанних послуг м.Чернігів у наукових публікаціях відсутні.

**Постановка завдання.** У зв'язку з вищесказаним автор ставить за мету охарактеризувати у даній статті сучасний стан ринку ресторанних послуг м.Чернігів, проаналізувати тенденції його розвитку, оцінити ступінь його насиченості, виявити ніші, перспективні для розвитку.

#### **Виклад основного матеріалу.**

Ресторанне господарство є специфічною галуззю економіки, яка дуже чутливо реагує на зміну макроекономічних показників. В умовах ринку зміна в часі параметрів його розвитку може бути своєрідним індикатором соціально-економічного стану в країні. Пов'язано це з тим, що послуги ресторанного господарства є альтернативою домашньому або "вуличному" харчуванню та іншим формам проведення дозвілля. З ростом добробуту суспільства, зростанням доходів громадян все більша їх кількість звертається до послуг закладів харчування, тим самим вивільняючи час, необхідний для приготування їжі, для роботи і відпочинку. У великих містах, де на подолання відстані між місцями роботи та проживання доводиться витратити до декількох годин, заклади ресторанного господарства допомагають також організувати раціональне харчування впродовж дня. Вони ж залишаються популярними місцями проведення дозвілля. Натомість, під час економічних криз послуги харчування виявляються в

числі перших, від яких відмовляються, заощаджуючи на більш дешевих видах харчування і проведення дозвілля.

Дана властивість чітко прослідковується на прикладі динаміки основних показників розвитку ресторанного господарства м. Чернігів (табл.1). За 90-ті роки ХХ та перше десятиліття ХХІ століть ресторанне господарство розвивалось в умовах трансформації економіки, що супроводжувалась процесами зміни форм власності, банкрутствами промислових підприємств, економічними зростаннями та кризами.

Таблиця 1

**Динаміка основних показників розвитку закладів ресторанного господарства**

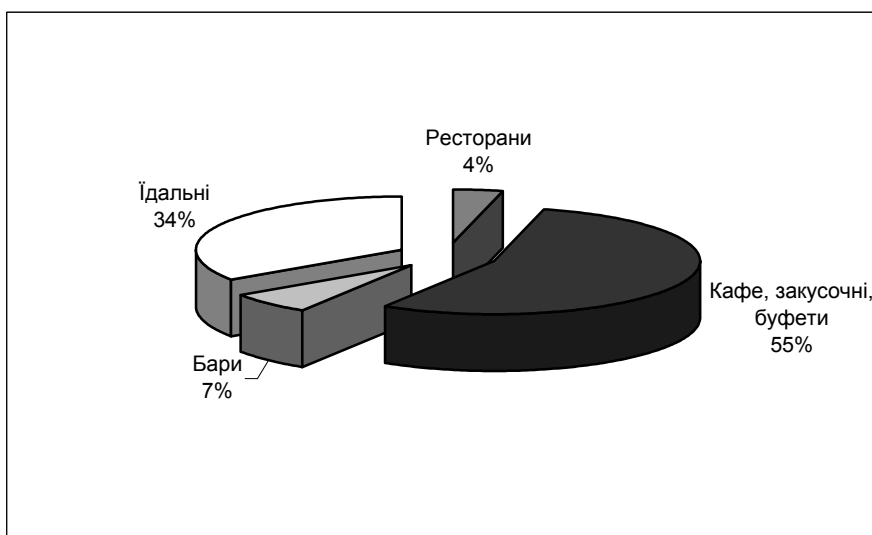
Показник	1990	1995	2000	2005	2006	2007	2010
Кількість закладів ресторанного господарства, од.	341	166	161	149	169	159	151
Кількість місць у закладах ресторанного господарства, од.	27616	18198	15083	11311	12198	11353	11404
Середня місткість закладів ресторанного господарства, місць/1 заклад	81	110	94	76	72	71	76
Забезпеченість населення закладами ресторанного господарства, закладів/1000 населення	1,13	0,54	0,53	0,51	0,58	0,54	0,52
Забезпеченість населення місцями у закладах ресторанного господарства, місць/1000 населення	91,56	59,57	50,09	38,50	41,63	38,81	39,11

Примітка. Складено за даними Головного управління статистики в Чернігівській області

Внаслідок цих процесів кількість закладів ресторанного господарства з 1990 до 1995 зменшилась вдвічі. Значно повільніше скорочувалась у них кількість місць: за вказаний період – у 1,5 рази. Відбувалось це, очевидно, за рахунок закриття їдалень, які обслуговували працівників промислових підприємств. До цього кроку вдавались як до одного з антикризових заходів. Надалі скорочення кількості закладів харчування і місць у них продовжувалось, проте таких стрімких темпів, як у перші роки незалежності України, не спостерігалось. Незважаючи на зниження показників забезпеченості населення місцями у закладах ресторанного господарства, їх значення не є нижчим за нормативне: 36-50 місць на 1000 населення [1]. Деяке поживлення на ринку ресторанних послуг спостерігаємо у передкризовий 2006 рік. Доступні кредити та зростання доходів населення сприяли збільшенню активності представників малого бізнесу у цій галузі економіки. Намітилась тенденція до відкриття закладів меншої місткості. Разом з тим, існуючий попит на послуги харчування сприяв встановленню певного рівня забезпеченості жителів міста закладами, що такі послуги надають, та місцями в них, який мало змінився за останні 15 років: 5-6 закладів та 500-380 місць на 10000 населення.

Реально ці показники є меншими за рахунок туристів та гостей міста, кількість яких з кожним роком збільшується. Специфічною рисою чернігівських закладів харчування є те, що їхніми послугами користується і чимало жителів столиці. Незначні, з точки зору киян, витрати часу на дорогу (1,5 год.), а також на порядок нижчі ціни, ніж у київських закладах, високий рівень обслуговування та інші фактори роблять чернігівські ресторани привабливими для представників столичного середнього класу. Вищесказане стосується і інших закладів сфери послуг.

За даними Головного управління статистики в Чернігівській області, на кінець 2010 р. у Чернігові функціонував 151 ресторанний заклад із загальною кількістю місць – 11404. Більше половини ресторанних закладів були представлені кафе та закусочними, 7% - барами та лише 4% - ресторанами (рис.1).



**Рис.1 Структура закладів ресторанного господарства м.Чернігів за типами**

Популярність серед підприємців формату кафе пояснюється більшою гнучкістю і передбачає більш лояльні вимоги до рівня комфорту, асортименту страв та послуг, рівня обслуговування, тоді як до ресторанів та барів висуваються більш жорсткі вимоги [2]. В умовах нестабільної економічної ситуації цей фактор є дуже важливим, оскільки дозволяє більш вільно маніпулювати з асортиментом страв, обладнанням, торговими площами, рівнем сервісу і т.ін.

Взагалі щодо визначення типу ресторанного закладу в Україні не існує однозначного підходу. З одного боку, ДСТУ 4281:2004 "Заклади ресторанного господарства. Класифікація" визначає такі типи як: ресторан, кафе, бар, їдальня, закусочна [2]. У цьому ж документі зазначені вимоги, яким повинні відповідати заклади того чи іншого типу. З іншого, заклади, що з'явилися в Україні по іноземному

франчайзингу (здебільшого, фаст-фуди), декларують себе як ресторани, оскільки за кордоном, зокрема, США, будь-який заклад харчування називається рестораном (в Чернігові “Chicken Hut”, “McDonalds”, “Мастер Кук”). З метою приваблення клієнтів та створення певного іміджу в їх очах багато з кафе позиціонують себе на ринку як кафе-ресторани (“Княжий Орден”, “Армения”, “Колиба”), ресторанчики (“Валері”), банкетні комплекси (“Княжий Двір”), банкет-холли (“У пані Ірини”). З’являються й нові комплексні заклади, які надають не лише послуги харчування, але й організації дозвілля. Такими, наприклад, є туристичний комплекс “Золотий Берег”, який обслуговує клієнтів у ресторані, клубі, готелі, на дитячому майданчику, пропонує можливості організації активного відпочинку; ресторани-клуби “Океанія”, “Брюссель”, боулінг-клуб “Світлофор” і т.ін.

Другий за чисельністю у місті тип закладів харчування – їдальні. Їх кількість продовжує зменшуватись: на ринку залишаються спеціалізовані заклади, які організують харчування обмеженого контингенту споживачів (школярів, студентів, робітників). Ініціативу у наданні послуг харчування службовцям та гостям міста перехоплюють кафе та ресторани, пропонуючи порівняно дешеві комплексні обіди та бізнес-ланчі вранці та в обідню пору. У поєднанні з більш респектабельним, ніж у їдальнях, інтер’єром, кращим обслуговуванням, можливістю здійснення ділових та особистих зустрічей така цінова політика стає вагомим фактором, що сприяє перехопленню даної цільової аудиторії у їдальнях. В цілому, починають мінятися цілі відвідин ресторанних закладів, які все більше зводяться до харчування і супроводжуючого його спілкування.

Можливо, у зв’язку із збільшенням кількості офісних працівників та зростанням попиту на організацію харчування під час обідніх перерв у Чернігові незабаром з’являться заклади формату Quick&Casual, які, використовуючи інноваційні технології обслуговування, здатні за короткий термін якісно обслужити велику кількість людей.

Значна конкуренція та нові можливості, пов’язані з використанням інноваційних технологій в ресторанному бізнесі, сприяли створенню т.з. віртуального ринку ресторанних послуг. І хоча більшість чернігівських закладів не практикує замовлення століків online, потенційні споживачі можуть швидко і зручно ознайомитись з місцезнаходженням, основними характеристиками, меню, додатковими послугами, що пропонують заклади харчування [3, 4, 5, 6]. Рестораніям Чернігова не слід нехтувати даною інновацією. Особливо це стосується дорогих ресторанів, кафе та барів, рішення про відвідування яких приймається не спонтанно, як у випадках з фаст-фудами та закусочними. Наразі на сайтах Інтернет-простору розміщено інформацію про 85% закладів харчування м. Чернігів. Проблемою є постійний моніторинг інформаційного наповнення сайтів на предмет представлення оновленої, правдивої інформації, оскільки подається інформація й про ті заклади, які вже вийшли з ринку ресторанних послуг.

За уточненими даними міських сайтів [3, 4, 5, 6] було складено коротку характеристику закладів харчування м. Чернігів (табл.2<sup>1</sup>). Проаналізуємо дані, що відображають специфіку розвитку ринку ресторанних послуг Чернігова.

---

<sup>1</sup> Примітка. За браком просторових ресурсів автори обмежились наведенням інформації лише по ресторонам та закладам клубного типу.

Таблиця 2

## Коротка характеристика ресторанів та клубів м.Чернігів

№	Назва закладу	Адреса	Кількість місць	Кухня	Додаткові послуги	Середній чек
<b>Ресторани</b>						
1	Брянськ	вул. Шевченка,103	260	європейська, українська	парковка, жива музика, роздрібний продаж випічки та напівфабрикатів, кейтеринг	від 100 грн.
2	Велюров	п-т Миру,17	30	європейська, суші-меню	Wi-Fi, парковка, система знижок, кейтеринг, свіжа преса	150-200 грн
3	Градецький	п-т Миру, 68	200	європейська	TV-панель, Wi-Fi, жива музика, літній майданчик	150 грн.
4	Старий Чернігів	п-т Перемоги,137	160	українська, європейська	Жива музика, парковка, караоке, організація дитячих свят, кейтеринг	130 грн.
5	Хуторок	Родимцева,5	200	українська	жива музика	130 грн.
6	Шенонсо	вул. 50 років ВЛКСМ, 15	200	кавказька, європейська	TV-панель, літній майданчик, парковка, Wi-Fi, жива музика, система знижок, школа більярду	-
<b>Ресторани-клуби, кафе-клуби, паби-клуби</b>						
1	Брюссель	вул.Підвальна,29	160	європейська	караоке, дискотека	100-150 грн.
2	Аморе Міо	п-т Перемоги, 83	60	середземноморська	кейтеринг, Wi-Fi, караоке, літній майданчик, парковка, тематичні вечірки	-
3	Етуаль	вул. П'ятницька,50	150	європейська	TV-панель, Wi-Fi	200 грн.
4	Океанія	п-т Миру,20	120	міжнародна з риби та морепродуктів	жива музика, дискотека	100 грн.
5	Чардаш	вул. Толстого, 147а	130	угорська, європейська, суші-меню	Баня, готель, дискотека, жива музика, літній майданчик, парковка, кейтеринг, Wi-Fi	-
6	Varenik's	п-т Миру,54		європейська кухня	концерти, фото- та художні виставки, літературні вечори, TV-панель, Wi-Fi	50 грн.

<b>Клуби з ресторанами, кафе, барами</b>						
1	777	вул. Шевченка,103		європейська	дискотека, жива музика, караоке, рольова гра „Мафія”	-
2	Анкор	вул.Примакова,2		італійська, американська піца, європейська кухня	розважальні програми, Wi-Fi	-
3	Баня в Новоселівці	вул. Шевченка,19			баня, масаж	-
4	Даймонд	п-т Перемоги,73				-
5	Золотий Берег	Золотий пляж	200 влітку, 100 - зимою	міжнародна	готель, дитяче дозвілля, активний відпочинок, TV-панель, музичні інструменти, журнали, фільмотека	200 грн.
6	Кіндер-Сіті	вул. Музикальна,1		європейська	дитячий майданчик, роллердром, велосибілі, аерохокей, послуги няні	-
7	Кольцевої	Архітектурна,2	46	міжнародна	літній майданчик, більярд, жива музика, сауна	-
8	Піраміда	Боженка, 106		європейська	більярд, парковка	-
9	Ранчо	1 Набережна,33			пляж, баня, SPA-процедури, коні, велосипеди, корабель, рибальство, пейнтбол, конференц-зала, відео-, аудіоапаратура	-
10	Релакс	вул.Толстого, 147а	72	суші-меню, коктейльна та винна карти	кальян, TV-панель, Wi-Fi	-
11	Світлофор	вул. П'ятницька,56	270	європейська	кальян, боулінг, дитячі розваги, караоке, дискотека, TV-панель	від 70

Примітка. Складено за джерелами [3, 4, 5, 6]



Щодо розміщення закладів харчування, то без перебільшення, “вулицею ресторацій” у Чернігові можна назвати проспект Миру, зокрема його центральну частину. Тут зосереджено 22% (34 об’єкти) усіх ресторанных закладів міста, причому більшість з них (29 об’єктів) – на відрізку “Алея Героїв – вул. Бойова” довжиною 3 км. Таким чином, середня густота розміщення закладів харчування на проспекті – 1 на 194 м. Другим за кількістю досліджуваних об’єктів є проспект Перемоги – 14 закладів, густота – 1 заклад на 257 м. На вулиці Шевченка та Рокоссовського функціонують, відповідно, 13 та 8 закладів, середня відстань між об’єктами на яких – 1 на 492 та 262 м. Чимало об’єктів розміщено в центрі, на вулицях, які знаходяться неподалік від вищезгаданих: П’ятницькій, Кирпоноса, Коцюбинського, Магістрацькій та ін. Цільова аудиторія таких закладів – гості міста, відпочиваюча публіка, службовці, що працюють в центрі. Вигідне місцерозташування таких об’єктів поєднується з вищими цінами, які ті вимушені сплачувати за оренду приміщень, та значним рівнем конкуренції. Проте, як показав аналіз джерел [3, 4, 5, 6], саме ці підприємства найдовше затримуються на рику ресторанных послуг, тоді як заклади, розміщені на периферії, частіше зникають з карти міста. Привабити в периферійні заклади жителів спальних районів міста (їх основна цільова аудиторія) може примусити демократичний рівень цін у поєднанні з достатнім сервісом (піцерія “Базис” на вул. Пухова), розширити цільову аудиторію допоможуть додаткові специфічні послуги (“Хата Рибаків” за готелем “Брянськ”, “Чардаш” на вул. Толстого).

Поки що мало освоєним є ринок замських ресторанных або готельно-ресторанных послуг. Дослідниками даного ринку відмічено, що в Києві у період літніх уїкендів ресторани, розташовані в межі міста, значно пустіють, тоді як замські – переповнені [7]. Жителі Чернігова теж відчувають потребу у відпочинку на природі у колі сім’ї та друзів. Тому даний бізнес має непогані перспективи для розвитку. На користь цього свідчить і той факт, що за містом легше викупити землю, побудувати власне приміщення для ресторану чи навіть комплексу і стати повновладним його власником. Це - безперечна перевага, оскільки ті заклади, що орендують приміщення, час від часу переживають серйозні кризи при зміні власника нерухомості, відмові від оренди або підвищенні орендних ставок.

Попит чернігівців на такі послуги задовольняють туристичний комплекс “Золотий Берег”, кафе “Колиба”, клуби та ресторанны комплекси “Ранчо”, “Вілла Гарден”, “Кольцевой”, “Хата рибаків” та ін. Як правило, окрім ресторанів (в одному приміщенні або окремих будиночках) такі комплекси мають невеличкий готель, мангал, дитячий майданчик, а також влаштовується невеликий зоопарк або басейн, баня. Розміщуються вони в зелених зонах міста, а також неподалік від пожвавлених трас, але все ж передбачають певну відстань від них, щоб забезпечити клієнтам затишок, спокій, безпеку та чисте повітря. Здебільшого, це дорогі ресторації. За браком достатньої кількості доступних замських закладів харчування, орієнтованих на задоволення потреби городян у відпочинку на природі, ініціатива в цьому сегменті ринку ресторанных послуг перехоплюється дрібними підприємцями, що працюють у сфері сільського туризму. Послуги

сільських господарів по організації весіль, днів народження, корпоративних вечірок та ін. користуються попитом, тому біля Чернігова (Седнів, Улянівка, Боромики, Андріївка, Горбова) і в рекреаційних зонах самого міста вже функціонує ряд садиб, для яких дана діяльність є чи не основною статтею формування доходів їх господарів.

Заклади, що орієнтуються на транзитних подорожуючих, розміщуються безпосередньо при дорозі та обмежуються кафе чи закусною, невеликим готелем, мангалом та автосервісом (автозаправкою). Поки що закладів такого формату досить мало, і даний бізнес має перспективи розвитку з огляду на транзитне положення області.

Щодо тенденцій розвитку певних кухонь, то на ринку ресторанних послуг м. Чернігів найбільш широко представлена змішана (європейська або міжнародна) та українська (вона ж традиційна чи домашня) кухні. Це зумовлено тим, що споживачі віддають перевагу улюбленому продукту в улюбленому виконанні, і при цьому абсолютно не важливо, який тип кухні представляє та або інша страва [7]. Функціонують також ресторації, що пропонують відвідувачам страви японської кухні ("Суші-Студія", "Суші-Сіті"), в'єтнамської ("Кінг-До"), вірменської ("Арменія", "Нарцисс"), угорської ("Чардаш"), кавказької ("Айгун", "Шенонсо"), американської ("McDonalds"), італійської ("Неаполітано", "Сан-Ремо", "Челентано"), грецької ("Діоніс", "Паллада") кухонь. Але і в цих закладах страви національних кухонь доповнюються тими, що мають інше походження. Разом з тим, зовсім не представлена китайська кухня, популярна у всьому світі. Існують і ресторани-гастрономи, які знайомлять відвідувачів зі стравами різних національних кухонь. Так, наприклад, ресторан "Велюров" час від часу проводить дні італійської, французької та інших кухонь.

Значна конкуренція на ринку ресторанних послуг зумовила динамічний розвиток концептуальних закладів, які підкреслюють свою індивідуальність та унікальність, що знаходить відображення у назві, кухні, інтер'єрі, екстер'єрі, навіть одязі персоналу, посуді та предметах сервірування. Найбільш яскравими прикладами у Чернігові є ресторації "Океанія", "Охота", "Абазур", "Велюров", "Чардаш", "Ранчо", "Арменія". Натомість, неконцептуальні заклади потроху відходять у минуле.

У боротьбі за клієнта більшість ресторацій окрім послуг харчування пропонує і додаткові. Найбільший простір для фантазії мають ресторани комплекси та ресторації, що мають досить великі торговельні площі та прилеглі території. Серед найбільш оригінальних ідей ресторанних закладів – гра "Мафія" ("Фальварек"), школа більярду ("Піраміда"), постріл з гармати ("Колиба"), концерти, фото- та художні виставки ("Varenik's"). Найбільш поширеними та популярними є Wi-Fi, парковка, літній майданчик, караоке, плазменна панель.

Наявність живої музики хоч і декларується 28 закладами, але, здебільшого обмежується виконанням пісень під фонограму і майже зовсім не практикуються виступи музичних колективів з концертними програмами у форматі "арт" – кафе, "арт - ресторан".

Деякі із закладів пропонують дитяче меню та дитячі розваги, просуваючи ідею сімейного відпочинку. Існує навіть дитячий ігровий комплекс “Кіндер-Сіті”, до складу якого входить кафе, проте, спеціалізовані дитячі кафе у місті відсутні.

Щодо цінової політики, то серед кафе і ресторанів найбільша кількість тих, що мають середній чек 100-130 грн. і орієнтуються на представників т.з. “середнього класу”. Значний розвиток середньо цінових ресторанів (кафе, барів ) є показником досить стабільного соціально-економічного розвитку міста. На ринку фаст-фудів і закусточних в нижньому ціновому сегменті останнім часом популярним є формат піцерії (мережі “Базис”, “Марконі”, “Челентано”). Стають популярними заклади, що пропонують каву, чай, борошняні і кондитерські вироби, шоколад “Кофеманія”, “Кофейня на Пятницкой”, “Бабушкин кофе”, “Espresso bar Чашка”. Стратегічно правильним кроком є створення не одиначної кав'ярні або кондитерської, а мережі таких закладів. Це обумовлено, перш за все, технологічними (набагато вигідніше мати власний кондитерський цех для роботи на декілька закладів), і маркетинговими причинами (споживач швидко зникає до певної торгової марки і продукції) [7].

**Висновки.** Ринок ресторанних послуг м. Чернігів динамічно розвивається, чутливо реагуючи на зміну соціально-економічної ситуації в місті та країні. Внаслідок значної конкуренції між підприємцями, що представляють цей бізнес, відбувається поступовий перехід на європейські стандарти розвитку: з'являються концептуальні заклади, поліпшується рівень обслуговування, беруться до уваги потреби різних цільових аудиторій, поширюються національні кухні, з'являються ресторани мережі.

Незважаючи на те, що за темпами інновацій на ринку ресторанних послуг Чернігів відстає від Києва, ресторани нашого міста користуються популярністю серед киян через більшу доступність та достатньо високий рівень сервісу. Формується віртуальний ринок ресторанних послуг.

Незайнятими або нішами ринку з незначним рівнем конкуренції є заміські ресторани, локальні заклади, які б обслуговували спальні і околичні райони міста, дитячі спеціалізовані кафе, підприємства кейтерингу, арт-ресторани та арт-кафе.

#### Література

1. Архіпов В.В. Організація ресторанного господарства [Текст] / В.В.Архіпов. – К.: ЦУЛ, фірма “Інкос”, 2007. – 280с.
2. Державний стандарт України “Заклади ресторанного господарства Класифікація”. ДСТУ 4281:2004. – Київ: Держспоживстандарт України, 2004.
3. Ресторани в Чернигове [Електронний ресурс]. Режим доступу <http://anoncer.net/map/cn/restaurant>
4. Ресторани Чернигова, кафе Чернигова [Електронний ресурс]. Режим доступу <http://www.doroga.ua/restaurants/Chernigovskaya/Chernigov/>

5. Кафе и рестораны Чернигова [Электронный ресурс]. Режим доступа <http://chernega.org.ua/?p=24>
6. Рестораны Чернигова /Лучшие рестораны в Чернигове [Электронный ресурс]. Режим доступа <http://countries.turistua.com/ru/ukraina/chernigov-restaurant.htm>
7. Тенденции развития ресторанного бизнеса в Украине: дешево и сердито. Сайт компании “Новый проект” [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.np.com.ua/ru/press-center/articles/show/706/>

Надійшла 14.12.2011 р.