

**ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ РИНКУ ПОСЛУГ  
РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В АЗЕРБАЙДЖАНІ**

**Абієва Н. А.**, магістрант 6 курсу факультету програмної інженерії та бізнесу  
**Голованова М. А.**, канд. техн.наук, доц. каф. економіки та маркетингу

*Національний аерокосмічний університет ім. М. Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут»*

Згідно зі статистикою, в Азербайджані діє близько 8,6 тисяч підприємств громадського харчування. До цього числа входять як ресторани, кафе і бари, так і невеликі закусочні, їдальні та кафетерії. Що говорить про досить високі шанси на успіх при освоєнні ресторанного бізнесу, адже на 1000 чоловік населення припадає тільки одна точка громадського харчування. Ресторанний ринок Азербайджану щорічно збільшується на 30 %. Хоча вкладення в цей бізнес і стоять на п'ятому місці за ступенем ризику, ресторанна справа виявилася в полі зору комерційних інтересів багатьох. Новачків не лякає ні велика кількість вже існуючих конкурентів, ні тривалі терміни виходу на належний рівень рентабельності.

Ресторанний бізнес в Азербайджані представлений сьогодні в трьох категоріях. Це ресторани "fine dining" (рахунок від \$ 50), ресторани середнього цінового рівня або ж "casual dining" (рахунок \$ 10-50) і fast food. У Баку багато дорогих ресторанів. Деякі з них закриті – "тільки для членів клубу".

Новий напрямок – fast food – громадське харчування швидкого приготування – з'явилося на ринку в 50-х роках. Його стрімкому розвитку сприяли швидкість і легкість приготування. Річне зростання ринку fast food становить близько 20 %. Нещодавно проведені соціальні опитування показали, що більшість респондентів (понад 66 %) позитивно ставляться до купівлі продукції швидкого харчування. Споживачами fast food є практично в рівній мірі чоловіки (48,3 %) і жінки (51,7 %) різного віку, з переважанням вікової категорії від 30 до 50 років (41,5 %).

В умовах ринкової економіки потреба в розвитку ресторанних послуг виходить за межі економічних інтересів, а забезпечення економічного зростання базується на розширенні комплексу послуг, що надаються, які сприяють удосконаленню самої людини, його фізичних та інтелектуальних здібностей, задоволення його духовних, культурних і соціальних запитів. В результаті подолання старих доринкових відносин і встановлення нових ринкових відносин в перехідному періоді відбувається в певній мірі в процесі деіндустріалізації економіки. Це приводить до зменшення питомої ваги

промисловості виробництва, а її розвиток залежить від функціонування сфери послуг, зокрема, ресторанних послуг. Тому темпи зростання надання ресторанних послуг та їх питома вага в створенні кінцевого продукту стають важливими для оцінювання типу економічного розвитку, що потребує створення необхідних умов для підвищення продуктивності праці працівників та інноваційного розвитку сфери ресторанних послуг.

Єдиною організацією, що займається проблемами ресторанного бізнесу в тому чи іншому регіоні Азербайджану, є Національний центр кулінарного мистецтва Азербайджану. Але з боку світової спільноти Всесвітня туристична організація (ВТО), яка представляє аналіз ресторанного бізнесу в 88 країнах світу, Європейський союз, а також Всесвітня організація народонаселення Азербайджану вважають, що збереження тенденцій в національній кухні тієї чи іншої країни вже не є соціально-економічною проблемою та встановлюють певні вимоги до Азербайджану, і не тільки сертифікація сертифікованих фахівців і ресторанів – це не єдина вимога, і головна проблема тепер полягає в забезпеченні безпеки продуктів харчування для споживачів.

Розглянемо особливості зарубіжних ринків ресторанного бізнесу. У світі приблизно втричі більше людей, які люблять смачно поїсти, ніж тих, хто вміє добре готувати. Приблизно 5 % з них роблять приготування їжі своєю професією. У західних країнах сектор обслуговування становить 50 % ВВП країни, з яких половина припадає на ресторани.

Як відомо, запорукою успіху ресторанного бізнесу є грамотна концепція і добре складений маркетинговий план, ділове чуття власника, особливо, якщо він думає не тільки про потенційний прибуток, алей урахує величезну кількість нюансів: місце, статус закладу, кількість персоналу, вибір страв і напоїв, оформлення інтер'єру, деталі декору та багато іншого. За правило встановлюються, що такі фактори як ціна, якість страв, обслуговування, оформлення, музична програма, структура управління персоналом, атмосфера потребують постійного моніторингу та стратегічного розвитку.

В умовах розвитку ринкових відносин особливе місце займають питання умов ресурсного забезпечення розвитку надання ресторанних послуг. При цьому акцент робиться на отриманні високої норми прибутку, порівняно за короткий термін забезпечення окупності інвестицій, нагромадження капіталу, а також шляхом його переливу з інших сфер діяльності в ресторанний бізнес. У свою чергу ресторанний бізнес в Азербайджані не стикається із забезпеченням трудових ресурсів, так як він охопив практично приплив нових співробітників на ринку праці, приймає робочу силу з інших галузей реальної економіки, зокрема з нафтової галузі.

Система мотивації персоналу в ресторанах не сприяє ефективній його роботі. На даний момент мотивація працівників у більшості ресторанів Азербайджану обмежена такими традиційними методами, як премія і підвищення, відсутнє навчання персоналу, що часто призводить до зниження якості роботи, до великої плинності кадрів. Але ідеального рецепту мотивації співробітників не існує. Єдиний спосіб змусити заклад громадського харчування працювати добре – створити хороші умови роботи. Якщо не вийшло – винен поганий менеджмент.

Як показують дослідження ринку в Азербайджані люди, які відкривають ресторан, часто не володіють досвідом роботи в даній області і на певному етапі розвитку повинні доручити управління рестораном кваліфікованим фахівцем.

Останнім часом все більшої популярності в багатьох сферах бізнесу набирають програми лояльності. Коли ж мова йде про утримання клієнта ресторану, мова зводиться, як правило, до хорошого обслуговування і приємній атмосфері в залі. Умовно можна розділити боротьбу за клієнта на кілька напрямів:

- швидкість обслуговування - за кілька годин ресторан повинен зуміти нагодувати один стіл кілька разів;

- якість обслуговування - зробити так, щоб відвідувач заходив частіше, набагато дешевше, ніж знайти людину, яка жодного разу у вас не був, і умовити його зайти;

- підтримка інтересу - корисно один день виділяти для чогось нового і незвичайного. Дайте волю фантазії, нехай гості вами дивуються.

Особливо слід відзначити професійно-правовий підхід до таких питань, як, наприклад, створення бренду. В Азербайджані було прийнято Закон «Про товарні знаки та географічні показники», який захищає від недобросовісної конкуренції. Але з жалем доводиться констатувати досить несерйозний підхід до брендів з боку підприємців, особливо у ресторанному бізнесі, але є й виключення.

Таким чином, рішення виділених проблем дозволяє, значно підвищити ефективність функціонування і розвитку ринку послуг ресторанного бізнесу в Азербайджані.

#### Література

1. Алиев, В. Кушать подано // Consulting & Business. 2006. № 8. С. 52-56.
2. Хайкин, М. М., Трабская Ю. Г. Менеджмент ресторанного бизнеса. СПб.: Изд-во СПбГУЭФ. 2009. С. 28–29.
3. Бизнес-план открытия ресторана / ООО «Бизнес- Инсайт». 2011. URL: <http://www.b-insight.ru/samples/91-business-plan-casual-restaurant> (дата звернення: 01.11.2018).
4. Халилов, Дж., Осин, С. Как открыть ресторан? //Biznesinfo.az. URL: <http://www.b-insight.ru/samples/91-business-plan-casual-restaurant> (дата звернення: 01.11.2018).

## СУЧАСНИЙ ЕКОЛОГІЧНИЙ СТАН ХАРКІВСЬКОГО ЛІСОПАРКУ

**Акчуріна С. Р.**, студентка 3 курсу факультету Літакобудування

**Клеєвська В. Л.**, ст. викл. каф. Хімії, екології та експертних технологій

*Національний аерокосмічний університет ім. М. Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут»*

В умовах інтенсивного процесу урбанізації та зростання кількості населення проблема скорочення площі лісових насаджень та «зелених зон» у