DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-24-51

УДК 640.43

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ НОВИХ ФОРМАТІВ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

PROSPECTS OF DEVELOPMENT OF NEW FORMATS OF RESTAURANT ESTABLISHMENTS

Рябенька Марина Олександрівна
кандидат економічних наук, доцент,
Вінницький торговельно-економічний інститут
Київського національного торговельно-економічного університету
ORCID: https://orcid.org/0000-0002-3024-137X

Riabenka Maryna
Vinnytsia Institute of Trade and Economics of
Kyiv National University of Trade and Economics

У статті розглянуто сучасні тенденції розвитку ресторанного господарства України, зокрема нові формати закладів, які використовуються для утримання постійних і залучення нових клієнтів. Проаналізовані актуальні проблеми щодо застосування сучасних тенденцій розвитку ресторанного господарства. На основі аналізу визначено особливості та обґрунтовані перспективи розвитку підприємств. Визначено причини, що гальмують розвиток об'єктів ресторанного господарства та інноваційні підходи для утримання постійних відвідувачів та залучення нових в умовах конкуренції. Доведено, що впровадження інновацій забезпечує закладам ресторанного господарства конкурентні переваги. Перераховано тенденції, що зумовлюють появу нових видів організації ресторанного господарства, зростання конкуренції між ними, поглинання неконкурентоспроможних. У статті визначені напрямки розвитку ресторанного господарства з точки зору соціальної та економічної потреби клієнта.

Ключові слова: підприємство ресторанного господарства, ресторанний бізнес, заклади харчування, інноваційні підходи, формати ресторанів.

В статье рассмотрены современные тенденции развития ресторанного хозяйства Украины, в частности новые форматы заведений, которые используются для удержания постоянных и привлечение новых клиентов. Проанализированы актуальные проблемы по применению современных тенденций развития ресторанного хозяйства. На основе анализа определены особенности и обоснованные перспективы развития предприятий. Определены причины, тормозящие развитие объектов ресторанного хозяйства и инновационные подходы для удержания постоянных посетителей и привлечение новых в условиях конкуренции. Доказано, что внедрение инноваций обеспечивает заведениям ресторанного хозяйства конкурентные преимущества. Перечислено тенденции обусловливают появление новых видов организации ресторанного хозяйства, рост конкуренции между ними, поглощение неконкурентоспособных. В статье определены направления развития ресторанного хозяйства с точки зрения социальной и экономической потребности клиента.

Ключевые слова: предприятие ресторанного хозяйства, ресторанный бизнес, предприятия питания, инновационные подходы, форматы ресторанов.

The restaurant services market has entered a new stage of its development, against a background of existing businesses, open modern formats of organizations in the food industry. Food culture modernizarea, much is borrowed from the European food culture. The article considers the current trends in the development of the restaurant industry of Ukraine, in particular the new formats of restaurants that are used to attract regular new customers. The actual problems concerning application of modern tendencies of development of restaurant business are analyzed. Based on the analysis, the peculiarities of the prospects of enterprise development are determined and substantiated. The reasons that inhibit the development of restaurant business facilities and innovative approaches to retain regular visitors and attract new ones in a competitive environment are identified. The market of restaurant services in our country every year becomes more saturated, more diverse, more interesting, both in the range of products and services offered, and in the type of formats of restaurants. Modern formats of restaurants are changing in accordance with the processes of urbanization and informatization that occur in the economy and society as a whole. It is proved that the introduction of innovations provides restaurants with competitive advantages. The ten-

© Рябенька М.О.

dencies according to which the organizations of restaurant business, growth of a competition cause emergence of new kinds between them, absorption of uncompetitive establishments are listed. The modern practice of the restaurant business is represented by a large number of restaurants that determine the strategy and methods of promotion. Institutions that have chosen their unique algorithm of consumer service, design and business concept, the future of mono-restaurants, the formats of healthy cuisine «Slow-food» are becoming relevant. The development of new formats of restaurant establishments «Slow-food» and «farm-to-table» can offer their guests environmentally friendly, natural products that are good for health. The article proposes a model of organization of a healthy food enterprise.

Keywords: specialized enterprises, restaurant business, restaurant, food industry, approaches, restaurant formats.

Постановка проблеми. Сьогодні в умовах інтенсивного розвитку ринкової системи ключове значення набуває ефективне, прибуткове господарювання при абсолютній економічній самостійності підприємств. Це, в свою чергу, підвищує роль оптимізації комерційної діяльності та створенню нових форматів закладів ресторанного господарства. В умовах високої конкуренції одним з пріоритетних напрямків стає організація обслуговування.

Ключовими принципами роботи виступають якість, безпека, професіоналізм. В якості одного з ключових способів досягнення конкурентоспроможності підприємства на ринку виступає ефективне обслуговування в рамках створення нового формату закладу. Цей напрямок не залежить від сфери діяльності закладу. Немає значення, чим займається підприємство, випускає продукцію або виконує роботи, якісний сервіс вважається єдиним стратегічним рішенням, що дозволяє випередити інші підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблему щодо розвитку різних форматів закладів ресторанного господарства розглянули в наукових дослідженнях як зарубіжні, так і вітчизняні менеджери, економісти та інші фахівці, такі як: Ф. Херцберг, О. Шелдон, Ф. Гільбрет і Л. Гільбрет, Г. Емерсон, Е. Мейо, Ф. Тейлор, А. Файоль, М. Фоллет, Е. Лоулер, Д. Макклелланд, А. Маслоу, О. Бугуцький, А. Колота, С. Цимбалюк, Й. Завадський, Г. Дмитренко, А. Афоніна, Г. Купалова, Л. Михайлова, І. Шепеля, Л. Портер та інші.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Підвищення ділової активності та купівельної спроможності населення призводить до збільшення кількості закладів ресторанного господарства. Прискорений темп життя дає можливість найбільш платоспроможним верствам населення харчуватися не вдома. Сфера послуг повинна забезпечувати споживача на ринку послуг якісною продукцією, стандартними послугами та сервісом.

В рамках ринкових відносин система обслуговування нових форматів закладів постійно вдосконалюється. Підприємствам необхідно періодично оновлювати перелік послуг, додаючи ті, які найбільше відповідають потребам споживачів, можливостям самих закладів. Обслуговування – це спосіб залучення великої кількості клієнтів. Воно дозволяє збільшити обсяги реалізації виробів, підвищити прибутковість підприємства, його конкурентоспроможність.

Заклад нового формату повинен працювати на ринку, не приділяючи великої уваги постійно мінливим зовнішнім факторам. При цьому необхідне ґрунтовне дослідження процесів, аналіз та прогнозування кон'юнктури ринку.

Тенденції розвитку підприємств ресторанного господарства простежуються за наступними напрямками:

– розвиток малого підприємництва;

– утворення міжнародних мереж підприємств ресторанного бізнесу;

– підвищення рівня сервісу;

– поглиблення цільового ринку та спеціалізації закладів ресторанного господарства.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Розвиток нових форматів закладів ресторанного господарства та ефективне просування послуг – є одним з основних процесів забезпечення його життєдіяльності та конкурентоспроможності, на який слід звернути пильну увагу.

Основне завдання закладів ресторанного господарства – продавати себе, свої продукти і послуги, будь-якими доступними способами: реклама, особисті контакти з партнерами, акції, програми лояльності, інтернет ресурси. Метою статті є дослідження розвитку нових форматів закладів ресторанного господарства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Основним вектором розвитку інновацій в ресторанному бізнесі є нововведення в технології виробництва продукції, до яких відносять виробництво та реалізація нових видів продукції, зміни в їх біохімічному складі, застосування нового автоматизованого обладнання, застосування нових способів обробки продукції, які приведуть до можливості скорочення часу виробництва продукції ресторан-

ного господарства, і як наслідок сприятимуть підвищенню економічної ефективності діяльності закладу ресторанного господарства [1].

Винятковість ресторанної послуги ґрунтується в тому, що вона здатна задовольняти величезну частину потреб споживача. Послуги можуть бути наділені такими характеристиками: невідчутність, нерозривність виробництва і споживання, мінливість, невластивість збереження (рис. 1).

При здійсненні технологічного процесу та процесу обслуговування відвідувачів в залі можна виділити додаткові характеристики послуг ресторанного господарства:

– індивідуальність послуги (виконання індивідуальних запитів клієнта, виходячи з його переваг);

– невизначеність вартісної оцінки ресторанних послуг;

– суб'єктивність критеріїв якості продукції (залежить від ряду показників: соціального статусу, мети відвідування ресторану, ставлення персоналу).

На основі наведених визначень визначимо загальну характеристику «послуги» і застосовуємо її до визначеної конкретної послуги: це діяльність закладів ресторанного господарств по створенню сприятливих умов реалізації, споживання ресторанної продукції і надання додаткових послуг для задоволення потреб споживача.

Ресторанна послуга має свою вартість і реагує на попит ринку. На сучасному етапі довгостроковим трендом в ресторанному бізнесі є здорове харчування, що має враховуватися учасниками ринку при виробленні концепції розвитку на українському ринку.

Існують такі напрямки трендів ресторанного бізнесу:

– формат «риба як нове м'ясо»: інтерпретація виключно м'ясних страв з використанням риби та морепродуктів;

– формат open kitchen або кухня-вітрина: приготування страв на очах у відвідувачів (коли клієнти можуть спостерігати за процесом приготування і професіоналізмом виробничого персоналу);

– формат slow-food: використання мінімуму обробки, велика кількість страв з овочів і фруктів, виховання вишуканого смаку у клієнтів;

– формат pop-up ресторани: обмежене меню, невелика кількість столиків, бронювання столиків через мережі;

– формат cross-cooking (с англ. Cross – «перехрестя»; cooking– «приготування їжі») або стиль «фьюжн» (кухня орієнтована на естетів; на мікстиль в їжі і концепцію);

– формат подачі їжі: finger-food (фуршет, де їдять тільки руками) і tapas (на стіл подається одна величезна тарілка – на всіх);

– перехід на приготування страв з екологічно чистих продуктів;

Рис. 1. Характеристика послуг закладів ресторанного господарства

Джерело: складено автором

– комбінація з мистецтвом (проведення концертів, творчих вечорів, виставок).

Стратегія розвитку підприємств ресторанного господарства залежить від формату закладу. Формат ресторану визначаємо як перевірену, випробувану схему бізнесу, стандартизовану систему організації виробництва, реалізації продукції громадського харчування (рис. 2).

Процеси, які відбуваються на ринку ресторанних послуг, нововведення в підходах до самого процесу та якості обслуговування, сприяє відкриттю креативних закладів, в зв'язку з чим на ринку з'являються нові форми закладів ресторанного господарств. В даний час основним напрямком розвитку сфери ресторанного господарства є тенденція відкриття нових форм закладів, так званих, гібридних ресторанів, барів, кафе, мають нові формати діяльності [1].

В світі набирає популярність ідея слоу-фуд («Slow-food») – це рух, ґрунтується на пропаганді правильного харчування, зі збереженням регіональної і традиційної кухні, що

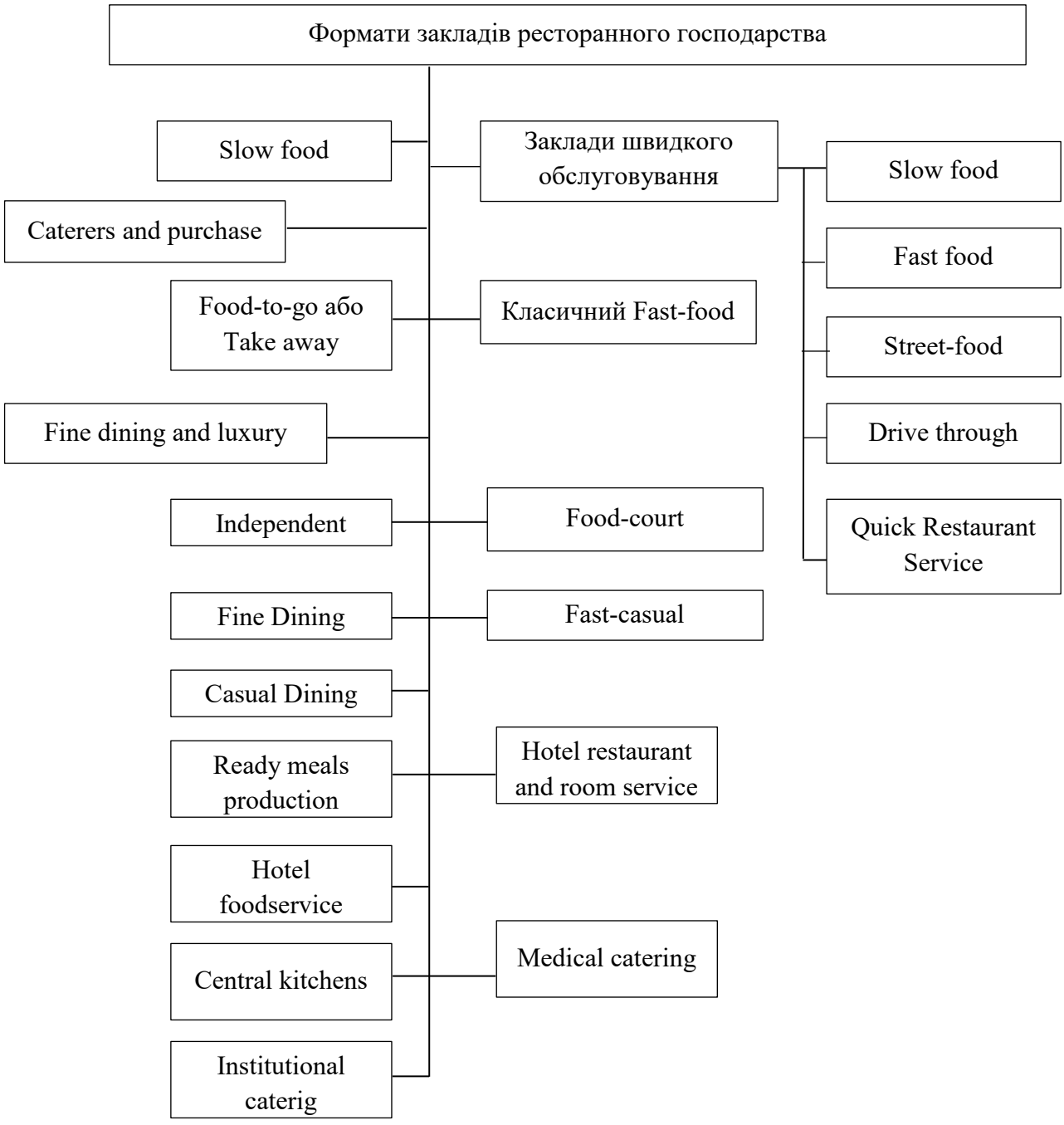

Рис. 2. Сучасні формати закладів ресторанного господарства

Джерело: складено автором

підтримує культуру традиційного застілля, при цьому поєднує в собі багатство і естетику смаку. Сьогодні 150 країн беруть активну участь в просуванні даного напрямку, рух «Slow-food» налічує понад 100 тис. прихильників в більш ніж 150 країнах [2].

Fast Casual («швидкий та демократичний») – цей формат закладів є найбільш перспективним зараз як в Європі, так і в Україні. Цей формат знаходиться десь між фаст-фудом і демократичним рестораном, і є найбільш швидко зростаючим сегментом на ринку ресторанних послуг. Головна перевага – можливість в одному закладі за порівняно невелику ціну і поїсти і провести час. Відвідувачів приваблює в першу чергу більш смачні і різноманітні страви, ніж в фаст-фуді, і більш швидке обслуговування, ніж в ресторані. З ресторанами цей формат закладу об'єднує наявність багаторазової посуду і стильні інтер'єри. Кожна страва готується індивідуально для конкретного клієнта, при приготуванні використовуються продукти вищої якості і делікатеси.

Заклади формату «Fine dining» – це поєднання класичного та демократичного кафе, де якісне обслуговування, високий середній чек, ексклюзивність, індивідуальність наданих послуг.

Casual dining – формат, який виник на межі fast casual і fine dining, щось середнє між ними. Заклади, які по ціновій політиці є демократичними, так як визначають вартість своїх страв таким чином, щоб вона була доступна як можна більшій кількості гостей. А ось з ресторанного дизайну, якості сервісу та рівню і подачі страв грають в сегменті преміум-класу. Найпопулярнішими концепціями в даному форматі є: кондитерська; кафе; пивна; стейкхаус; національний ресторан; бар ресторан, що працює на монопродукті.

Quick Service Restaurant – ресторани швидкого обслуговування. Відрізняються обслуговуванням офіціантами за столиками, але основний акцент робиться на те, що відбувається це швидше, ніж в інших ресторанах. У меню представлені ті ж позиції, що і в ресторанах іншого типу, але в обмеженому асортименті. Ресторани такого рівня працюють на власних напівфабрикатах високого ступеня готовності, за рахунок чого і забезпечують своїм гостям незмінну якість та швидкість обслуговування.

Food Court «ресторанний дворик» – популярний формат закладу для торгових центрів. Суть полягає в розташуванні декількох різних торгових точок в межах одного простору, частіше цілого поверху. Формат може включати в себе точки фаст-фуду і стріт-фуду.

Street-food (вуличне харчування) – найкраще рішення для втамування голоду в обідній час. Вуличні заклади ресторанного господарства в Україні включають в себе кіоски, павільйони, автофургони, а також пересувні прилавки і візки. Кожний заклад має свою специфіку, часто це одне найменування продукції або на монопродукцію: хот-доги, чебуреки, сендвічі, бургери, печена картопля, млинці, шаурма, пиріжки, слойки, кури, пончики.

Стріт-фуд – дуже перспективний напрямок на ресторанному ринку особливо в умовах сформованої економічної ситуації в країні. Майже кожне місто України має свою велику або маленьку мережу стріт-фуда. До них відносяться концепції «QuikCharly`s», «Форнетті», «Світові пироги», «Бабусині пиріжки».

Заклад формату Free flow («вільний доступ») передбачає вільне переміщення гостей по торговому залу з можливістю вибору страв, які одразу готуються. Відмітна особливість – це великий асортимент, демократичні ціни, велика пропускна здатність.

Відмінними характеристиками формату Free flow є наявність відкритої кухні, приготування страв на очах у відвідувачів, принцип самообслуговування і широкий вибір пропонованих страв. Приготування страв в закладах формату Free flow перетворено в захоплююче кулінарне шоу, театралізована вистава. Це спектакль, присвячений приготуванню і куштування їжі [3].

Fast food – закладу, в яких можна, по-перше, швидко поїсти, і, по-друге (теоретично), за невеликі гроші. Перше досягається за рахунок повного самообслуговування – практично відсутня в закладах такого роду обслуговування офіціантами. Друге – за рахунок специфічного способу приготування страв. Як правило, Fast food працюють з використанням напівфабрикатів, остаточна обробка або розігрів яких виробляються безпосередньо перед подачею споживачеві.

Концепція ресторану – це креативна упаковка формату, тобто, це ті послуги і «враження», які заклад надаватиме споживачам і навколо яких, буде будуватися бізнес-процес. Формат ресторану сильно залежить від соціальної та економічної потреби клієнта (рис. 3).

Звичайно, ритм життя більшості міст диктує особливі правила, де не завжди достатньо вільного часу на повноцінний обід. Для довгострокового функціонування підприєм-

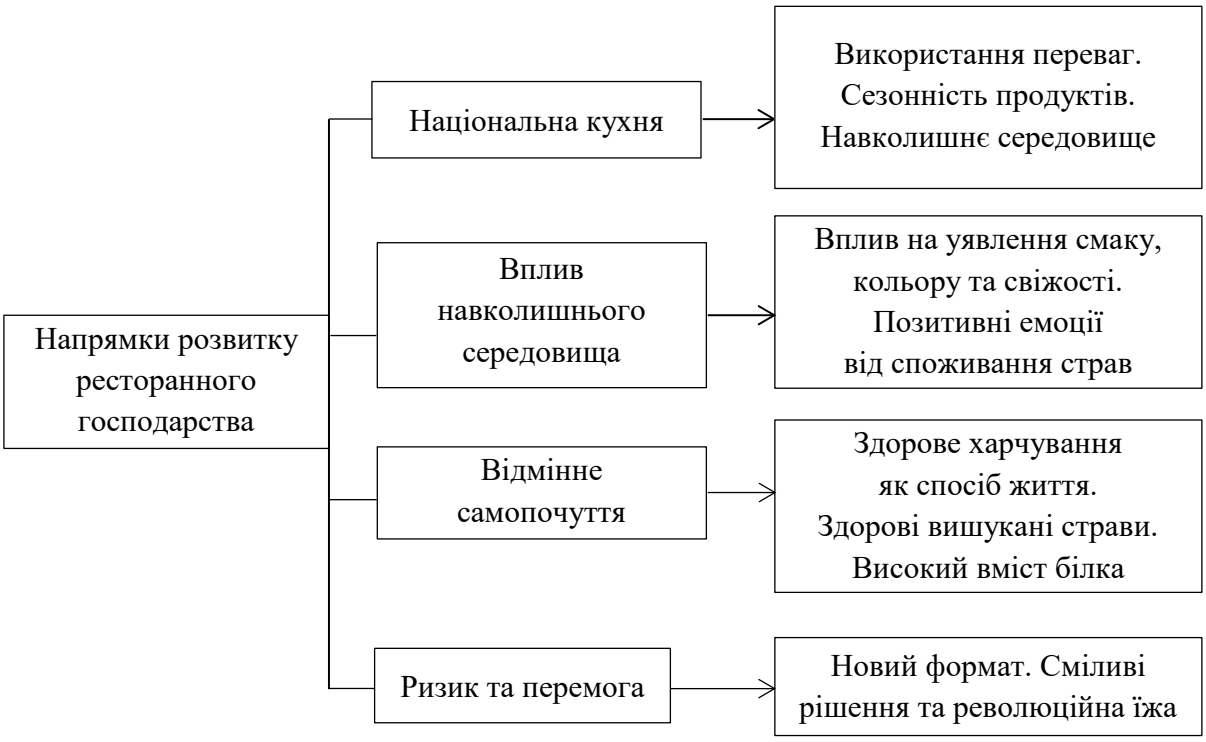

Рис. 3. Напрямки розвитку ресторанного господарства

Джерело: складено автором

ства на ринку ресторанних послуг і для отримання прибутку необхідна загальна концепція (формат, тренд, тенденція).

У споживачів ресторанної продукції відвідування закладів перестало бути чимось особливо неординарним та показником високого рівня доходу населення. Тому слід відзначити, що на культуру споживання в закладі здійснює вплив географічне розміщення та фінансовий критерій. Для розвитку ресторанного господарства необхідно знизити фінансове навантаження на ресторанний бізнес, а що стосується географічного принципу, то на формування ринку ресторанного господарства впливає європейська культура громадського харчування.

Висновки. Отже, на розвиток нових форматів закладів ресторанного господарства здійснює вплив сукупність таких факторів як: плинність кадрів; відсутність професіоналів і небажання роботодавців вкладати гроші в навчання тих, хто працює; технічна невідповідність багатьох приміщень вимогам, які слід дотримуватися при розміщенні підприємств громадського харчування; необхідність отримання величезної кількості погоджень та дозвільної документації при відкритті закладу; залежність від інфляції та кон'юнктури ринку. Щоб успішно працювати в сфері громадського харчування, професіоналам необхідно вміти швидко реагувати на постійні зміни ситуації на ринку і приймати оптимальні рішення, що базуються на стратегії управління, яка передбачає постійне впровадження інновацій. І це в закладах ресторанного господарства є об'єктивною потребою, зумовленою постійним посиленням конкуренції, зміною моди, а також смаків і уподобань споживачів, швидким розвитком технологій в різних сферах громадського харчування.

Ресторанний бізнес є невід'ємною частиною сервісного сектору в ринковій економіці, роль, значення, а також обсяг наданих послуг якого безперервно зростає в міру загального соціально-економічного розвитку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Загирова М.С. Современные форматы предприятий общественного питания. *Молодой ученый.* 2020. № 16(306). С. 237–239.

2. Воловельская И.В., Калинковская Е., Гончарова А. Анализ ресторанного бизнеса в мире и Украине. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2017. № 59. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-restorannogo-biznesa-v-mire-i-ukraine (дата звернення: 10.03.2021).

3.Пулатов А.А., Носирбеков Т.М. Анализ современных форматов предприятий индустрии питания. *Интернаука.* 2020. № 10-2. С. 33–37.

4.Котлер Ф. Основы маркетинга : пер. с англ. Київ : Изд. дом «Вильямс», 2013. 156 с.

5.Гірняк Л.І., Глагола В.А. Сучасний стан, перспективи та тенденції розвитку ресторанного господарства в Україні. *Інфраструктура ринку*. 2018. № 16. С. 71–78.

6.Івашина Л.П. Перспективи розвитку ресторанного бізнесу як складника індустрії гостинності. *Економіка і суспільство*. 2018. № 14. С. 597–600.

7.П'ятницька Г.Т., П'ятницька Н.О. Вплив інноваційних змін на діяльність підприємств ресторанного господарства. *Економіка розвитку*. 2013. № 1(65). С. 122–126.

REFERENCES:

1. Zahyrova M.S. (2020) Sovremennye formaty predpryiatyi obshchestvennoho pytanyia [Modern formats of catering establishments]. *Molodoi uchenyi*, no. 16(306), pp. 237–239.

2. Volovelskaia Y.V., Kalynkovskaia E., Honcharova A. (2017) Analyz restorannoho byznesa v myre y Ukrayne [Analysis of the restaurant business in the world and Ukraine]. *Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti*, no. 59. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-restorannogo-biznesa-v-mire-i-ukraine (accessed 10 March 2021).

3. Pulatov A.A., Nosyrbekov T.M. (2020) Analyz sovremennykh formatov predpryiatyi yndustryy pytanyia [Analysis of modern formats of food industry enterprises]. *Ynternauka*, no. 10-2, pp. 33–37.

4. Kotler F. (2013) Osnovy marketynha: per. s anhl. [Basics of marketing]. Kyiv: Yzd. dom «Vyliams», 156 p. (in Ukrainian)

5. Hirniak L.I., Hlahola V.A. (2018) Suchasnyi stan, perspektyvy ta tendentsii rozvytku restorannoho hospodarstva v Ukraini [Current state, prospects and trends in the restaurant industry in Ukraine]. *Infrastruktura rynku*, no. 16, pp. 71–78.

6. Ivashyna L.P. (2018) Perspektyvy rozvytku restorannoho biznesu yak skladnyka industrii hostynnosti [Prospects for the development of the restaurant business as a component of the hospitality industry]. *Ekonomika i suspilstvo,* no. 14, pp. 597–600.

7. Piatnytska H.T., Piatnytska N.O. (2013) Vplyv innovatsiinykh zmin na diialnist pidpryiemstv restorannoho hospodarstva [The impact of innovative changes on the activities of restaurant enterprises]. *Ekonomika rozvytku*, no. 1(65), pp. 122–126.