

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-51-14>

УДК 640.433:339.175

ОРГАНІЗАЦІЯ РЕСТОРАННИХ ПОСЛУГ ФОРМАТУ FOOD COURT В ТОРГОВЕЛЬНО-РОЗВАЖАЛЬНИХ КОМПЛЕКСАХ

ORGANIZATION OF FOOD COURT RESTAURANT SERVICES IN SHOPPING AND ENTERTAINMENT COMPLEXES

Русавська Валентина Андріївнакандидат історичних наук, професор,
Київський національний університет культури і мистецтв
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2741-6597>**Завадинська Олена Юріївна**кандидат технічних наук, доцент,
Київський національний університет культури і мистецтв
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9538-3419>**Голубець Ірина Миколаївна**кандидат культурології, старший викладач,
Приватний вищий навчальний заклад «Київський університет культури»
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3491-0155>**Rusavska Valentyna, Zavadynska Olena**

Kyiv National University of Culture and Arts

Holubets Iryna

Private Higher Educational Establishment «Kyiv University of Culture»

У статті досліджено організацію ресторанних послуг формату Food Court в торговельно-розважальних комплексах, що надає можливість зробити висновок про те, що задля успішної конкурентоздатності та ефективного функціонування закладів ресторанного господарства в Україні на ринку ресторанних послуг постає необхідним впровадження новітніх інноваційних розробок та перспективних форматів організації виробничих процесів та сервісного обслуговування споживачів. Виділено три укрупнені сегменти ринку ресторанних послуг – преміум-сегмент, середній сегмент та економ-сегмент. Стверджено, що функціонування в умовах успішної конкуренції об'єктів ресторанного бізнесу неможливе без впровадження передових технологій, що перш за все полягають у виборі популярного та ефективного формату закладу ресторанного господарства. Визначено, що одним із таких форматів є запропонований споживачам сучасний новий формат закладу ресторанного господарства Food Court, який прогресує на ринку ресторанних послуг та генерує активне зростання конкуренції. Розглянуто Food Court – як невід'ємну частину торговельно-розважального центру по організації послуг харчування. Узагальнено модель участі в організації Food Court торговельно-розважального центру з детальним розглядом кожної з її складових: місце розташування; особливості означення закладу; ідея Food Court; оформлення простору; особливості сервісних послуг; просторове планування. Визначено, що просторове планування є характерною складовою моделі участі в організації Food Court торговельно-розважального центру і має лінійне, кругове, острівне (або локальне) розміщення, яке базується на принципах організації Food Court. Окреслено перспективні напрямки подальших досліджень, які можуть бути спрямовані на: нові концепції функціонування об'єктів ресторанного бізнесу в сучасних умовах господарювання на основі впровадження популярного та ефективного формату закладу ресторанного господарства; аналіз зарубіжного досвіду надання послуг формату Food Court.

Ключові слова: заклад ресторанного господарства, формати закладів ресторанного господарства, Food Court, торговельно-розважальний центр.

The article examines the organization of restaurant services in the Food Court format in shopping and entertainment complexes, which makes it possible to conclude that for the sake of successful competitiveness and effective functioning of restaurant establishments in Ukraine on the market of restaurant services, it is necessary to introduce the latest innovative developments and promising formats of the organization of production processes



and customer service. Therefore, modern approaches to the organization of restaurant services in the Food Court format in shopping and entertainment complexes are an actual topic of research. The purpose of this study is to conduct a comprehensive analysis of the organization of restaurant services in the Food Court format in shopping and entertainment complexes. Research methods: systematic approach for comprehensive analysis of new modern formats of restaurant establishments; generalization, comparison, grouping of information regarding new modern formats; graphical method for presenting the results of analysis of the Food Court format. Three consolidated segments of the restaurant services market are distinguished – premium segment, medium segment and economy segment. It has been asserted that the functioning of restaurant business facilities in the conditions of successful competition is impossible without the introduction of advanced technologies, which, first of all, consist in choosing a popular and effective format of a restaurant establishment. It was determined that one of these formats is the modern new format of the Food Court restaurant establishment offered to consumers, which is progressing in the market of restaurant services and generating an active increase in competition. The Food Court was considered as an integral part of the trade and entertainment center for the organization of food services. The model of participation in the Food Court organization of a shopping and entertainment center is summarized with a detailed consideration of each of its components: location; a feature of the institution's designation; the idea of Food Court; design of space; feature of service services; spatial planning. It was determined that the spatial planning is a characteristic component of the model of participation in the organization of the Food Court of the shopping and entertainment center and has linear, circular, island (or local) placement, which is based on the principles of the organization of the Food Court. It is proven that the provision of food services in the Food Court format is stylish, well-thought-out spaces; offers of trendy dishes of various cuisines; fast service. Prospective directions of further research are outlined, which can be aimed at: new concepts of the functioning of restaurant business facilities in modern business conditions based on the introduction of a popular and effective format of a restaurant business establishment; analysis of foreign experience in providing services in the Food Court format.

Keywords: restaurant establishment, formats of restaurant establishments, Food Court, shopping and entertainment center.

Постановка проблеми. В умовах глобалізаційних процесів, що відбуваються в сучасному світі, які зумовлені впровадженням нових інформаційно-комунікативних технологій, інтенсифікується розвиток нових форматів ресторанних закладів сфери гостинності, а сама вона перетворюється на потужний сегмент сервісної економіки.

Сучасні ринкові відносини в Україні характеризуються розвитком економічних реформ, створенням сучасних нових форматів закладів ресторанного господарства, що призводять до загострення конкуренції, зумовлюють необхідність підвищення якісних характеристик сервісного обслуговування споживачів продукції та послуг.

З метою пошуку шляхів організації ресторанних послуг харчування в сучасних нових форматах, наразі, існує потреба в ґрунтовному аналізі надання послуг формату Food Court в торговельно-розважальних комплексах.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивченню та дослідженню окремих аспектів проблеми організації ресторанних послуг харчування в ресторанних закладах та особливостей їх функціонування в сучасних умовах господарювання присвятили свої праці українські науковці: Архіпов В. В., Балацька Н. Ю., Басюк Т. П., Батченко Л. В., Гончар Л. О., Завадинська О. Ю., Неїленко С. М., П'ятницька Н. О., Пересічний М. І., Пересічна С. М., Русавська В. А., Рябенка М. О.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на наукові здобутки у дослідженні питання організації ресторанних послуг харчування, слід відзначити недостатність напрацювань саме щодо організації ресторанних послуг формату Food Court в торговельно-розважальних комплексах в мінливих умовах сьогодення, які б ґрунтувались на детальному аналізі цього процесу, що і формує необхідність у проведенні наукових досліджень в даному напрямку.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Питання організації ресторанних послуг формату Food Court є мало розвинутих та малодосліджених, особливо в торговельно-розважальних комплексах. Таким чином, завданням дослідження є проведення комплексного аналізу організації ресторанних послуг харчування формату Food Court в торговельно-розважальних комплексах. Методи дослідження: системний підхід для проведення комплексного аналізу нових сучасних форматів закладів ресторанного господарства; узагальнення, порівняння, групування інформації щодо нових сучасних форматів; графічний метод для представлення отриманих результатів аналізу формату Food Court.

Виклад основного матеріалу дослідження. Ресторанний бізнес початку ХХІ ст. робить вагомий внесок в соціально-економічний розвиток України та стає домінуючим еле-

ментом системи як національних, так і загальносвітових господарських зв'язків.

Ринок ресторанного бізнесу, як сфера господарської діяльності, яка завжди відзначалась динамічним розвитком, високим рівнем конкурентного середовища функціонування, чутливістю до впливу економічних, соціальних, державних чинників, також характеризується не менш важливим фактором, як задоволення потреб споживачів.

Наразі, між закладами ресторанного господарства України відбувається боротьба за позицію на ринку ресторанних послуг в його найперспективніших сегментах, що використовуються для пошуку нових споживачів та збереження існуючих: «Ресторатори усього світу, для яких ресторанний бізнес має цінність, сьогодні вимушені задіяти всі ключові ресурси. В таких умовах на перший план виносяться питання гнучкості та швидкості реакції закладів ресторанного бізнесу, що передбачають адекватну трансформацію бізнес-моделі їх діяльності відповідно до змін умов ведення бізнесу» [2, с. 117–118].

В сучасних економічних умовах господарювання для успішної конкурентоздатності та ефективного функціонування закладів ресторанного господарства України на ринку ресторанних послуг постає необхідним систематичне впровадження новітніх інноваційних розробок та перспективних форматів організації виробничих процесів та сервісного обслуговування споживачів: «Постійні зміни, що відбуваються у сфері гостинності України, викликані турбулентністю економічних, соціальних та ринкових чинників, військовим конфліктом на території України, а також пандемією COVID-19 у світі» [3, с. 15].

Розвиток ринкових відносин у сфері ресторанного бізнесу супроводжується посиленням конкуренції серед закладів ресторанного господарства, що зумовлює необхідність адаптації традиційних та впровадження інноваційних підходів щодо вибору формату ефективної діяльності останніх.

Тому, функціонування та успішне конкурсування об'єктів ресторанного бізнесу в даний час неможливо без впровадження передових технологій, що перш за все полягають у виборі популярного та ефективного формату закладу ресторанного господарства, який в умовах конкуренції надасть змогу досягти успіху.

Традиційний формат закладів ресторанного господарства існує на ринку ресторанних послуг досить довго і нікуди з нього не зникне, але його ринкова частка та ємність скорочу-

ється щороку, на користь нових, більш прогресивних сучасних форматів закладів ресторанного господарства.

В результаті проведеного комплексного аналізу нових сучасних форматів закладів ресторанного господарства виділено три укрупнені сегменти ринку ресторанних послуг – преміум-сегмент, середній сегмент та економ-сегмент (табл. 1).

Відповідно аналізу представленої таблиці можна стверджувати, що ресторанний ринок України наповнений різноманітністю форматів закладів ресторанного господарства: *fine dining, slow food, casual dining, free flow, fast casual, quick restaurant service, food court, street food, fast food, drive-thru*. Кожен з них відрізняється можливостями закладу та потребами і ціннісними орієнтаціями споживачів. На сучасному етапі спостерігається тенденція з характерною ознакою того, що ресторатори поступово переходять на нові сучасні формати – середній сегмент та економ-сегмент споживачів, які характеризуються як масові формати, а послуги харчування таких закладів ресторанного господарства стають доступними для всіх соціальних верств населення. Ресторани переходять на поєднання «швидкий та демократичний», що займає проміжне положення між ресторанами швидкого обслуговування та демократичними ресторанами, прагнучи зберегти якісну кухню та максимально пришвидшити процес обслуговування.

Таким чином, в умовах поступового переходу на нові сучасні формати заклади ресторанного господарства змінюють свою роль та функції, що зумовлює їх прискорений розвиток на основі наповнення сучасними новими форматами.

Одним із таких форматів є запропонований споживачам унікальний продукт – сучасний новий формат закладу ресторанного господарства Food Court, який прогресує на ринку ресторанних послуг та генерує активне зростання конкуренції.

На сьогодні Food Court – невід'ємна частина будь-якого торговельно-розважального центру, оскільки зона харчування має ключове значення для залучення та утримання відвідувачів, які також зацікавлені у можливості задовольнити потребу в харчуванні, не залишаючи торговельно-розважальний центр. Поширення торговельно-розважальних центрів у містах вплинуло на поширення сучасного нового формату закладу ресторанного господарства як Food Court.

Таблиця 1

Нові сучасні формати закладів ресторанного господарства

Формат закладу	Особливості	Категорії споживачів
Преміум-сегмент (Індивідуалізований підхід, ексклюзивний сервіс, широкий асортимент страв)		
Fine dining	Заклади, які класифікуються як преміальні, з великою винною картою, вишуканими стравами та дорогими меблями. Також для них характерна високий сервісний рівень обслуговування	Заможні споживачі, іноземні туристи
Slow food	Заклади, які використовують у приготуванні страв лише екологічно чисту продукцію (свіжу, без консервантів та ГМО) і мають на меті популяризацію здорового харчування, збереження регіональної та традиційної кухні	
Середній сегмент (Широкий асортимент страв, самообслуговування, висока швидкість обслуговування)		
Free flow	Заклади, які мають відкриту кухню, приготування страв на очах у споживачів і самообслуговування	Представники середнього класу
Casual dining	Заклади, які передбачають вільну, невимушену атмосферу. У таких закладах забезпечується обслуговування за столом, за винятком шведського столу, є великий асортимент алкогольних напоїв	
Fast casual	Заклади, які використовують мережевий формат із можливим використанням франчайзингу, який відрізняють обмежене меню, швидкість обслуговування, невисока ціна, демократична атмосфера, стандартизація процесів, меню та деталей інтер'єру. Це середній варіант між фаст-фудом та демократичним рестораном	
Quick restaurant service	Заклади, що мають назву ресторанів швидкого обслуговування, що базуються на якісних власних напівфабрикатах. Особливістю цих ресторанів є те, що асортимент продукції невеликий, але швидкість обслуговування вище, ніж в інших закладах	
Food court	Сукупність закладів ресторанного господарства, зібраних в одному місці, як правило, у торговельних центрах	
Економ-сегмент (Масовий підхід, самообслуговування, економія грошових та тимчасових витрат)		
Street food	Заклади, що спеціалізуються переважно на монопродукті (млинці, чебуреки, пиріжки, гамбургери, шаурма, хот-доги) і є невеликими павільйонами на вулицях з гарною прохідністю	Споживачі, які користуються послугами ЗРГ за місцем навчання, роботи, відпочинку, а також категорії, які віддають перевагу перекусу на ходу
Fast food	Заклади, які передбачають наявність обмеженого набору послуг та швидке обслуговування, а також економію за рахунок невисоких цін. Як правило, фаст-фуди використовують напівфабрикати, остаточна обробка або розігрів яких проводяться безпосередньо перед видачею клієнту	
Drive-thru	Обслуговування клієнтів, які не виходять зі своїх автомобілів	

Джерело: складено авторами на підставі даних: [1; 4; 5; 6]

У такому контексті, узагальнена модель участі в організації Food Court торговельно-розважального центру, яка передбачає наступний перелік її складових: місце розташування; особливість означення закладу;

ідея Food Court; оформлення простору; особливість сервісних послуг; просторове планування. Розглянемо кожну зі складових моделі участі в організації Food Court торговельно-розважального центру.

Місце розташування – це безпосередньо розташування у відомих торговельно-розважальних центрах, що дозволяє закладам ресторанного господарства використовувати вже сформовані потоки споживачів, а наявність кінотеатру, дитячих ігрових кімнат та інших розважальних послуг також надає можливість ресторанним закладам розраховувати на їх додаткову кількість. Таке розміщення Food Court для операторів ресторанних послуг є найбільш перспективним і найменш капіталомістким шляхом розвитку мережі та закріплення в ринковій ніші.

Особливість означення закладу є важливою складовою моделі участі в організації Food Court, оскільки у зоні Food Court свої послуги надають одразу декілька закладів ресторанного господарства. У кожного – оригінальне меню, ціни, рівень сервісного обслуговування та імідж. Кожен Food Court обов'язково забезпечується дизайнерськими лайтбоксами (англ. *lightbox*) – рекламний щит з внутрішнім підсвічуванням рекламних картинок, як ефективний рекламний носій, що приваблює споживачів до послуг харчування.

Ідея Food Court передбачає лаконічне поєднання затишку та комфорту з функціональністю та естетичністю. Особливістю цієї складової моделі участі в організації Food Court – є загальна зала, де класичний Food Court має таку структуру: у центрі зали – майданчик із посадковими місцями, по периметру простору – кухні та прилавки операторів ресторанних послуг Food Court. Учасники розділяють не тільки технологічний простір, а й візуально єдину посадкову зону – на кожного оператора доводиться від двадцяти до сорока столиків ресторанного дворика для споживачів, які відрізняються дизайнерським оформленням відповідно бренду Food Court.

Оформлення простору Food Court є візуально різноманітним, використовуючи при цьому яскраві, життєрадісні кольори – відтінки зеленого, жовтого, помаранчевого, червоного кольорів, що викликають апетит. Якщо в традиційному ресторані споживач, чекаючи на замовлення, може оцінити деталі оформлення, то у Food Court часу для цього замало, оскільки всі ресторани, представлені на Food Court, об'єднані принципами організації швидкого обслуговування. При цьому, оформлення кожного Food Court відрізняється від загальної атмосфери, акцентує на собі увагу, приваблюючи та запрошуючи, а їх дизайнерське оформлення всього простору об'єднане єдиним стилістичним рішенням.

Особливістю сервісних послуг є самообслуговування. В основі цієї складової моделі участі в організації Food Court – принцип роботи таких закладів ресторанного господарства, заснований на самообслуговуванні самих споживачів. Зазвичай, на Food Court у великих торговельно-розважальних центрах використовують кілька варіантів обслуговування відвідувачів. Це може бути класичний fast food, де замовлення страв та його оплату споживач здійснює на касі з наступним збиранням замовлення та видачі його споживачеві тут же, на касі, або в окремому вікні. Також популярне обслуговування у форматі free flow, де приготування страв відбувається на відкритій кухні і споживач має можливість проходити лінію роздачі з вибором страв за своїм вподобанням та рухатись до каси.

Тому, успіх закладу Food Court залежить не тільки від якості та смаку страв, а й від якості сервісного обслуговування, чіткості роботи персоналу та організації всього бізнес-процесу в цілому, враховуючи, що конкуренція на Food Court достатньо висока.

Food Court в торговельно-розважальному центрі насамперед залежить від складу операторів та запропонованої ними концепції обслуговування. Чим більше і кардинальніше відрізняються концепції операторів, тим більш привабливим буде Food Court для відвідувачів торговельно-розважального комплексу.

Просторове планування є характерною складовою моделі участі в організації Food Court торговельно-розважального центру. Food Court розташовується, як правило, на останньому поверсі торговельно-розважального центру, куди споживач може дістатися, мотивуючи іноді лише бажанням перекусити. Важливо, щоб доступ до Food Court був вільним і після закриття більшої частини butikів торговельно-розважального комплексу продовжував роботу Food Court, обслуговуючи відвідувачів кінотеатру чи боулінгу. Тому, при проектуванні зони Food Court важливо врахувати схему переміщення відвідувачів у торговельно-розважальному центрі.

В торговельно-розважальних центрах має місце лінійне, кругове, острівне (або локальне) просторове планування, яке базується на принципах організації Food Court.

Лінійне планування – зони Food Court розташовані в одну лінію, витягнуту вздовж усієї зали. Такий принцип планування застосований у торговельно-розважального центрі «Lavina mall» Києва (рис. 1).

Кругове планування зони Food Court – це П-подібна, кругова або дугоподібна форма, яка досить часто використовується. За таким принципом організовано Food Court закладів ресторанного господарства у торговельно-розважальних центрах «Квадрат» та «Метроград» Києва (рис. 2).

Острівне (або локальне) планування зони Food Court використовується в разі, коли через складне планування самої будівлі немає можливості сформувати єдину залу для Food Court, тому розташування хаотичне та без помітного принципу розміщення. За таких умов, загальна зала може не мати єдиної виділеної території і розділена на кілька невеликих окремих ділянок. Такої схеми часто вдаються у разі розширення зони Food Court за рахунок сусідніх вільних зон, які спочатку не були передбачені, як зона харчування, що представлена в торговельно-розважальних центрах «River Mal», «Ocean Plaza» Києва (рис. 3).

Попит на Food Court останніми роками виріс із низки причин: зручність зібрання одній локації та різноманітність послуг харчування різних кулінарних концепцій; можливість отримати гастрономічний досвід нових смаків; послуги харчування за доступними цінами; короткий час швидкого обслуговування; невимушена атмосфера; комфортне середовище для спілкування з друзями; особливі та незвичні враження.

Тому, сьогодні Food Court – це набагато більше, ніж можливість перекусити, обравши їжу в одному або кількох закладах такого формату, об'єднаних спільною метою в єдиній посадковій зоні загальної зали обслугову-

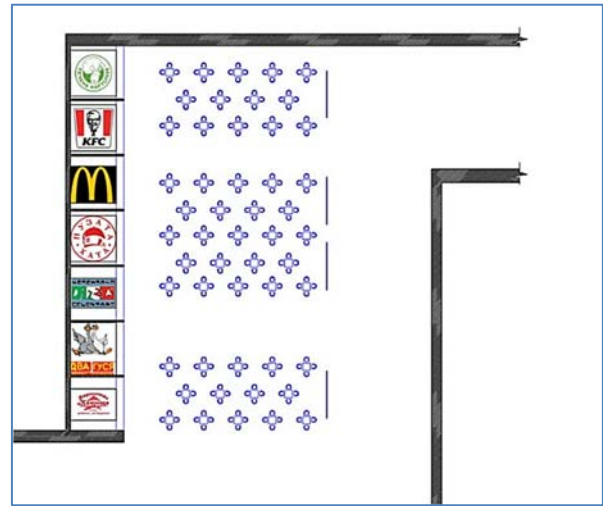


Рис. 1. Лінійне планування зони Food Court

вання. В основі функціонування Food Court лежить насамперед конкуренція та економічний ефект, що адресовані кожному ресторану, серед представлених на Food Court, і самому торговельно-розважальному центру, де розташований цей Food Court.

Отже, надання послуг харчування формату Food Court – це стильні, продумані простори; пропозиції трендових страв різних кухонь; швидке сервісне обслуговування. Тому, наразі, кількість Food Court невпинно зростає.

Як стверджено, традиційно Food Court найчастіше розташовуються у торговельно-розважальних центрах. Крім того, сьогодні творці модних Food Court шукають для них і нетрадиційні локації, такі як занедбані історичні чи сучасні локації, здатні стати рекламною фішкою концепції Food Court.

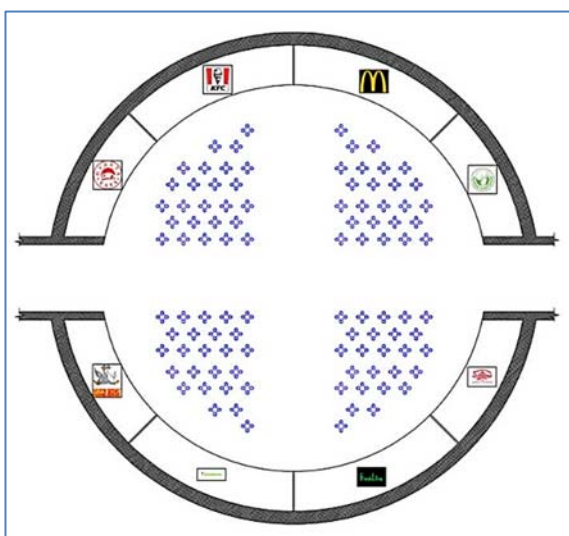


Рис. 2. Кругове планування зони Food Court

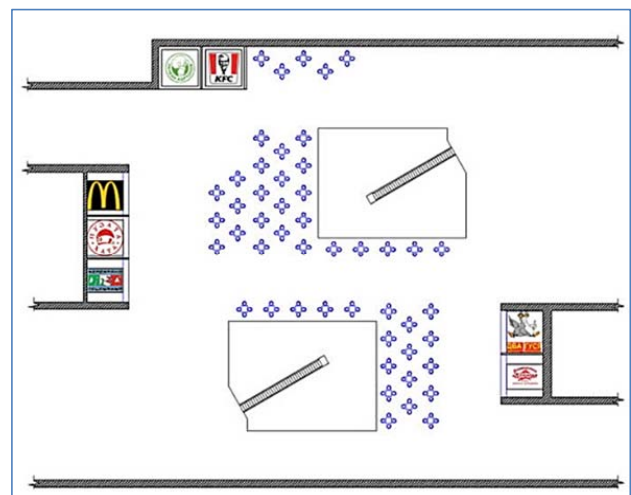


Рис. 3. Острівне планування зони Food Court

Висновки. Проведене дослідження дозволяє стверджувати, що активне зростання торговельно-розважальних центрів вплинуло на поширення сучасного нового формату закладу ресторанного господарства Food Court, як невід'ємну частину торговельно-розважального центру по організації послуг харчування. Узагальнено модель участі в організації Food Court торговельно-розважального центру з детальним розглядом кожної з її складових. Визначено, що просторове планування є характерною складовою моделі участі в організації Food Court торговельно-розважального центру і базується на принципах організації Food Court.

В умовах глобалізаційних процесів, що відбуваються в сучасному світі, які зумовлені впровадженням нових інформаційно-комунікативних технологій, інтенсифікацією розвитку нових форматів ресторанних закладів сфери гостинності, перспективні напрямки подальших досліджень можуть бути спрямовані на нові концепції функціонування об'єктів ресторанного бізнесу в сучасних умовах господарювання на основі впровадження ефективних форматів закладів ресторанного господарства, аналіз зарубіжного досвіду надання послуг харчування формату Food Court, що дозволить проаналізувати розвиток закладів формату Food Court в інших країнах світу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Андрєєва С., Гринченко О. Сучасні формати закладів ресторанного господарства. *Scientific Collection «InterConf»*. 2022. № 124. С. 166–172.
2. Балацька Н. Ю. Ресторанний бізнес в умовах пандемії коронавірусу: проблеми та напрями трансформації моделей розвитку. *Економіка та управління підприємствами*. 2020. № 42. С. 117–122. DOI: <https://doi.org/10.32843/infrastruct42-20>.
3. Батченко Л. В., Гончар Л. О., Беяк А. О. Формування механізму фінансової стійкості підприємств сфери гостинності: організаційно-економічний аналіз. *Підприємництво і торгівля*. 2020. № 27. С. 13–20. DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1256-2020-27-02>.
4. Прогресивні технології обслуговування. URL: https://pidruchniki.com/1486011045029/turizm/progresivni_tehnologiyi_obsługovuvannya.
5. П'ятницька Г. Т., Найдюк В. С. Сучасні тренди розвитку ресторанного господарства в Україні. *Економіка та держава*. 2017. № 9. С. 66–73.
6. Рябенка М. Перспективи розвитку нових форматів закладів ресторанного господарства. *Економіка та суспільство*. 2021. № 24.
7. Тренди 2022. Українські реалії: Олександр Йоурз. URL: <https://www.restorator.ua/post/trendy-2022-ukrainski-realii-oleksandr-yourz-1>.
8. Hendriks B., Lagendijk A. Slow Food as one in many a semiotic network approach to the geographical development of a social movement. *Environment and Planning E: Nature and Space*. 2022. Т. 5. № 1. С. 169–188.

REFERENCES:

1. Andreeva S., Grynchenko O. (2022) Modern formats of restaurants. *Scientific Collection "InterConf"*. No. 124. P. 166–172.
2. Balatska N. Yu. (2020) Restaurant business in the conditions of the coronavirus pandemic: problems and directions of transformation of development models. *Economics and enterprise management*. No. 42. P. 117–122. DOI: <https://doi.org/10.32843/infrastruct42-20>.
3. Batchenko L. V., Gonchar L. O., Belyak A. O. (2020) Formation of the mechanism of financial stability of enterprises in the field of hospitality: organizational and economic analysis. *Entrepreneurship and trade*. No. 27. P. 13–20. DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1256-2020-27-02>.
4. Progressive service technologies. URL: https://pidruchniki.com/1486011045029/turizm/progresivni_tehnologiyi_obsługovuvannya.
5. Pyatnytska G. T., Naydyuk V. S. (2017) Modern trends in the development of the restaurant industry in Ukraine. *Economy and the state*. No. 9. P. 66–73.
6. Ryabenka M. Prospects for the development of new formats of restaurant establishments. *Economy and society*. 2021. No. 24.
7. Trends 2022. Ukrainian realities: Oleksandr Yourz. URL: <https://www.restorator.ua/post/trendy-2022-ukrainski-realii-oleksandr-yourz-1>.
8. Hendriks B., Lagendijk A. (2022) Slow Food as one in many a semiotic network approach to the geographical development of a social movement. *Environment and Planning E: Nature and Space*. Vol. 5. No. 1. P. 169–188.