СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА В УКРАЇНІ

С. Бугіль, к. е. н.

ORCID ID: 0000-0003-4863-5235

Львівський національний університет ім. Івана Франка

Р. Дудяк, к. е. н.

ORCID ID: 0000-0001-7934-8234

Х. Польнюк

ORCID ID: 0000-0002-6054-7361

Львівський національний аграрний університет

<https://doi.org/10.31734/economics2019.26.159>

Бугіль С., Дудяк Р., Польнюк Х. Сучасні тенденції розвитку ресторанного господарства в Україні

Поряд із традиційними повносервісними ресторанами почали активно розвиватися заміські ресторани, місце розташування яких переважно обирають поблизу автомобільних трас. Також в Україні з'явилися кафе нового формату, так звані креативні простори, які ще називають «коворкінгами». Такі заклади поєднують у собі кафе, офісні та освітні центри, магазини, велопрокати, кінозали, конференц-зали, дизайн-бутики, шоу-руми, лекторії та місця для відпочинку.

Активно розвиваються заклади з італійською та японською кухнею (є особливо популярними серед молоді), кав'ярні (зернова кава практично витіснила розчинну), кондитерські, булочні, паби (з власними міні-пивоварнями), фаст-фуди і стріт-фуди (ресторани вуличної їжі).

Останнім часом окреслилася стійка тенденція переміщення послуг з організації споживання продукції та обслуговування споживачів із залів закладів ресторанного господарства за адресою, вказаною споживачем. Ця послуга має назву у міжнародній індустрії гостинності «catering».

Для утримання постійних відвідувачів та залучення нових в умовах жорсткої конкуренції використовуються інноваційні підходи. Серед найпоширеніших інновацій у ресторанному бізнесі слід вказати такі, як Wi-Fi у закладах ресторанного господарства; приготування фірмової страви закладу перед публікацією; інтерактивне електронне меню; використання QR-кодів; інтерактивний стіл; інтерактивний бар.

Із кожним роком в Україні з'являються все новіші види громадського харчування, тому необхідно значну увагу приділяти особливостям розвитку вказаної сфери й стежити за тим, як реагують на той чи інший тип ресторанного господарства споживачі, розглядати у контексті їхніх уподобань.

Ключові слова: підприємство ресторанного господарства, ресторанний бізнес, індустрія гостинності, тенденції розвитку, заклади харчування.

Buhil S., Dudiak R., Polniuk Kh. Modern trends of restaurant business development in Ukraine

Nowadays, along with the traditional full-service restaurants one can observe active development of suburban restaurants, located primarily near the highways. In Ukraine, one can also find cafés of a new format, i.e. so-called creative spaces or "coworkings." Such establishments combine cafes, office and educational centers, shops, bicycle rentals, cinema halls, conference halls, design boutiques, showrooms, lectures and places for entertainment.

The establishments with Italian and Japanese cuisine are being actively developed (they are especially popular among young people); coffee houses (grain coffee has practically displaced instant one); confectionery, bakery; pubs (with their own mini-breweries); fast food and street food (Street Food Restaurants).

Recently, there has been a steady tendency to transfer the services of consumers' consumption of products and service from the halls of restaurant industry to the address, marked by the consumer. In the international hospitality industry, this service is called "catering".

The article describes the innovative approaches, which are used to keep regular visitors and engage new ones under conditions of rigid competition. The most common innovations in the restaurant business include Wi-Fi in restaurants, preparation of the house speciality in the public eye, interactive e-menu, use of QR codes, interactive table, interactive bar.

In Ukraine, new types of public catering appear every year. Thus it is necessary to pay considerable attention to the peculiarities of that industry development and to monitor consumers' response to new-emerged types of restaurants in terms of their preferences.

Key words: restaurant business enterprise, restaurant business, hospitality industry, development trends, food establishments.

Постановка проблеми. Сьогодні в Україні на заваді ефективному впровадженню інновацій на підприємствах ресторанного господарства, передусім стоять: низькі фінансові можливості підприємств, відсутність матеріальної мотивації, неналежна для реалізації інновацій кваліфікація персоналу та опір інноваціям з боку колективу підприємства [4]. Ресторанний бізнес найактивніше розвивається у великих містах, причому правила розвитку диктує економічний стан міста, традиції й менталітет, воля окремих рестораторів та мереж [3].

Без стимулювання розвитку рекреації й туризму загалом, освіти в галузі ресторанного бізнесу та сприяння держави подальший розвиток ресторанного бізнесу буде неможливим, а він є суттєвим чинником формування потенціалу туристичної сфери.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вагомий внесок у розвиток вітчизняного ресторанного ринку зробили такі дослідники, як М. Мальська, А. Афагонова, О. Завадинська, В. Сірий. У багатьох наукових працях цих авторів приділено увагу розвитку індустрії гостинності (в тому числі ресторанній справі) та представлено результати досліджень розвитку підприємств ресторанного бізнесу. Окремі аспекти інноваційного розвитку ресторанного господарства викладено у працях О. Борисової, Г. П'ятницької, О. Григоренко.

Постановка завдання. Основними завданнями нашого дослідження є проведення аналізу стану й визначення сучасних тенденцій розвитку ресторанного господарства України, з'ясування їхніх позитивних і негативних наслідків, виділення нових напрямів сучасної кулінарії.

Виклад основного матеріалу. Основою ресторанного господарства є підприємства, які характеризуються єдністю форм організації виробництва й обслуговування споживачів, їх розрізняють за типами й спеціалізацією.

Поряд із традиційними повносервісними ресторанами з'явилися спеціалізовані підприємства зі скороченим набором пропонованих послуг і страв. Ресторани такого типу, як правило, спеціалізуються на приготуванні національних страв, вечерь, сніданків.

З появою традиції повноцінного сімейного відпочинку почали активно розвиватися заміські ресторани. Місце розташування заміських ресторанів переважно обирають поблизу автомобільних трас. Такий комплекс містить: готель на 15–25

номерів (одна будівля або будиночки), ресторан, мангал, дитячий майданчик, звіринець, басейн, автостоянку.

Деякі заклади починають роботу зі 6–7 ранку, оскільки все більше поширюється, особливо у великих містах, мода снідати у ресторані. Пропонуються як окремі страви, так і комплексні сніданки різних культур (українська, французька, англійська, німецька, італійська, американська кухні) [7].

Також формуються демократичні ресторани, які поєднують «швидкі» технології фаст-фуду з якістю національної (або змішаної) кухні. Такий формат закладів називається Quick&Casual і відзначається високою якістю й традиційністю у приготуванні страв і високим рівнем обслуговування, що характерне для класичних ресторанів. Вплив фаст-фуду проявляється у скороченні кількості позицій в меню, демократичних цінах та обстановці [5].

Близько 55 % серед усіх брендів, які розвивають франчайзинг в Україні, займає ресторанний бізнес [6]. Франчайзинг – це форма підприємництва, за якої компанія (франчайзер) надає право іншій компанії або підприємцю діяти від свого імені, тобто відкривати кафе чи ресторан під своїм брендом. Найприбутковішими й найактивнішими є компанії, які розвивають іноземні франшизи, тому деякі українські оператори ресторанного бізнесу розглядають можливості купівлі іноземних франшиз для посилення власного портфеля бізнесу та збільшення капіталізації.

Побудова мережі ресторанів є гарантією розвитку в майбутньому. Поодиноким незалежним закладам важко конкурувати з маркетинговими стратегіями крупних операторів ринку, оскільки вони не мають переговорної сили з постачальниками сировини, продуктів і напоїв, а тому змушені купувати дорожче, що позначається на рентабельності їхнього бізнесу.

З'явилися такі нові напрями сучасної кулінарії, як фьюжн і молекулярна кулінарія [2]. У кулінарії напряму «fusion» («фьюжн» означає злиття, сплав) гармонійно поєднуються смаки, стилі, традиції Сходу і Заходу, старого і нового; екзотичні інгредієнти вміло замінюються місцевими продуктами, а чужі кулінарні традиції адаптуються до звичних місцевих смаків.

Суть молекулярної кулінарії полягає в тому, що в процесі приготування використовуються новітні технології і досягнення молекулярної хімії, що дає змогу отримати страви незвичної консистенції та оригінальних смакових якостей. Основні прийоми цієї кухні: обробка продуктів рідким азотом, емульсифікація (змішування

нерозчинних речовин), сферифікація (створення рідких сфер), карбонізація або збагачення вуглекислотою, вакуумна дистиляція. Особливістю молекулярної кулінарії є те, що завдяки їй можна суттєво розширити смакові якості продукту.

Останніми десятиліттями в розвитку закладів ресторанного господарства можна виділити такі основні особливості світової ресторанної кухні:

- облаштування ресторанів у несподіваних місцях (вокзали, аеропорти, музеї тощо);
- поширення спеціалізованих ресторанів, які обслуговують певний контингент споживачів (наприклад, вегетаріанців);
- поява «моноресторанів» – ресторанів одного продукту;
- орієнтація невеликих кафе і ресторанів європейського стилю на приготування традиційних страв різних країн;
- визначення курятини основним видом м'яса для ресторанної кухні завдяки швидкому приготуванню;
- заміна високовартісних морепродуктів і делікатесних сортів риби на прийнятніші;
- поява у меню ресторанів місцевих вин, живого пива, натуральних соків, молочних коктейлів замість міцних спиртних напоїв;
- розробка цікавіших приправ і добавок;
- оцінювання ресторану як повноцінного твору мистецтва. Важливим є не тільки майстерність шеф-кухаря, а й інтер'єр та дизайн закладу.

Протягом останніх років в Україні з'явилися так звані креативні простори, які ще називають «коворкінгами» або «некафе». Загалом коворкінг (англ. co-working) – це свого роду колективний офісний простір, де працюють люди з різними професіями, інтересами, які належать чи мають різні компанії. Багато коворкінгів працюють цілодобово та відіграють роль міських суспільних просторів. Працюють такі заклади за системою «все включено» (відвідувач платить не за їжу та напої, а за час, проведений там). Тут можна влаштовувати ділові зустрічі, семінари, майстер-класи, перегляди кінофільмів і концертів та просто спілкуватися або відпочивати. Тобто вони поєднують у собі кафе, офісні та освітні центри, магазини, велопрокати, кінозали, конференц-зали, дизайн-бутіки, шоу-руми, лекторії та місця для відпочинку.

Найбільш затребуваними в Україні є заклади у середньому та низькому ціновому сегменті, які пропонують страви української кухні. Активно розвиваються заклади з італійською та японською кухнею (є особливо популярними серед молоді); кав'ярні (зернова кава практично витіснила

розчинну); кондитерські, булочні; паби (з власними міні-пивоварнями); фаст-фуди і стріт-фуди (ресторани вуличної їжі).

Уже не перше десятиліття в Україні розвивається культура їжі на вулицях, цей ринок щороку зростає в середньому на 20–30 %. Так званий стріт-фуд в Україні представляють близько 20 крупних мережевих і сотні дрібних локальних компаній [5]. Сьогодні цей сектор ринку демонструє різноманітність закладів (кіоски, мобільні кав'ярні та піцерії тощо), нові тематичні концепції, кулінарне розмаїття, різні цінові рівні.

Проте ринок ресторанів швидкого обслуговування далекий від насичення. Практично відсутні заклади рибного та курячого фаст-фудів, слабо поширені снєк-бари, гриль-бари і китайські ресторани.

Останнім часом окреслилася стійка тенденція переміщення послуг з організації споживання продукції та обслуговування споживачів із залив закладів ресторанного господарства до робочих місць (офіси, установи), місць відпочинку, місць святкування ювілеїв та інших офіційних і неофіційних святкових подій або ж додому. Ця послуга має назву у міжнародній індустрії гостинності «catering». Послугу з кейтерингу здійснюють не тільки заклади ресторанного бізнесу (ресторани, кафе, бари), а й фірми, створені на базах ресторанів.

Для утримання постійних відвідувачів та залучення нових в умовах жорсткої конкуренції використовують інноваційні підходи як в організації обслуговування клієнтів, приготуванні їжі, так і в маркетингу. Саме сервіс, оперативний зв'язок, оптимізація відвідуваності, on-line замовлення, доставка додому, бізнес-інструменти лояльності, розвиток у соціальних мережах та адаптація мобільних гаджетів стали сьогодні основним чинником успішних концепцій.

Серед найпоширеніших інновацій у ресторанному бізнесі слід виокремити такі:

- 1) безкоштовний Wi-Fi у закладі;
- 2) приготування фірмової страви закладу перед публікою;
- 3) інтерактивне електронне меню, яке позбавляє клієнта від великої кількості паперових сторінок і окремих алкогольних карт. Електронне меню (e-Menu) – це інтерактивне меню, що реалізується за допомогою сенсорного дисплею, який розміщують біля столу або на столі, за яким сидить гість. Електронне меню дає змогу споживачам: візуально ознайомитися з меню закладу та наочно побачити фото й детальний опис кожної страви; робити замовлення, не викликаючи офіціанта; під час очікування

скористатися такими функціями в інтерактивному меню, як ігри, гороскопи, анекдоти, відео, музика та ін.;

4) використання QR-кодів. Їх можна розмішувати на будь-яких носіях, починаючи від касових чеків і меню та закінчуючи вивісками й столиками. Сканувати QR-код можна мобільним телефоном або відеокамерою ноутбука. У QR-коді можна закодувати безліч інформації – історію закладу, меню з детальною інформацією про страви, проведення акцій, влаштовувати інтерактивні опитування та голосування, отримувати відгуки про ресторан від клієнтів. Використання QR-кодів відкриває нові необмежені можливості для on-line взаємодії компаній зі своїми споживачами [1].

5) інтерактивний стіл – допомагає клієнту обрати страву: прочитати про неї всю необхідну інформацію, зробити замовлення, яке одразу ж відправляється на кухню, та увімкнути трансляцію приготування страви. Інтерактивні столи також є своєрідними посередниками між відвідувачами – можна знайомитися, обмінюватися цікавою інформацією, грати в шахи з відвідувачами за сусідніми столиками;

6) інтерактивний бар – це інформаційно-розважальна система, вбудована в барну стійку. По суті, це інтерактивний екран, який відображає відеоефекти, характер та інтенсивність яких залежить від наявності предметів на стійці (склянка, ключі, мобільний телефон – усе буде освітлюватися). Призначення такої технології – розважати клієнта й утримувати його в барі якомога довше [2].

За даними розробників проекту «100 кращих ресторанів України», який щороку визначає найкращі заклади країни за результатами реального тестування – 44/100 кращих ресторанів розташовуються в Києві [9]. Епіцентром розвитку ресторанного бізнесу є Львів – місто, яке має старовинні ресторани традиції (закладів, які були створені у XVIII–XIX ст. та працюють зараз, налічується близько 20). Згідно зі стратегією конкурентоспроможності міста кластер туризму був визначений пріоритетним, а однією з основних складових туристичного кластера є ресторани. У львівському туризмі вже чітко простежується новий напрям – ресторанний туризм.

Саме у Львові у 2007 р. була заснована сучасна мережа концептуальних ресторанів «Локаль» з не менш відомою назвою «!ФЕСТ». Заклади цієї мережі задають ресторанний тон сучасному Львову. Кожен заклад унікальний за своєю кухнею, оформленням меню, назвами страв, інтер'єром, анімаційним обслуговуванням, звуковим супроводом, тематичними атрибутами і суве-

нірами, подарунками для клієнтів, ціновою політикою, фірмовим одягом, зовнішнім виглядом і поведінкою офіціантів, незвичним прийомом відвідувачів та цікавим способом замовлення страв [8].

Висновки. Позитивними наслідками розвитку ресторанного господарства в Україні є те, що завдяки раціональному використанню матеріалів, сировини й техніки відбуваються: істотна економія суспільної праці; надання гарячої та свіжої їжі відвідувачам протягом усього робочого дня; можливість організації збалансованого харчування в дитячих і навчальних закладах. Підприємства ресторанного господарства є комерційними (піцерії, ресторани, бістро та ін.), але поряд із цим розвивається також громадське харчування (студентські та шкільні їдальні тощо).

Із кожним роком в Україні з'являються все новіші види громадського харчування, починаючи від фаст-фудів і закінчуючи тематичними і високоелітними ресторанами, тому необхідно значну увагу приділяти особливостям розвитку окресленої сфери, зокрема динаміці, стежити за тим, як реагують на той чи інший тип ресторанного господарства споживачі, розглядати у контексті їхні уподобання.

Бібліографічний список

1. Інновації в ресторанному бізнесі. URL: <http://nippondom.com/innovatsii-v-restorannom-biznese> (дата звернення: 22.05.2019).
2. Інновації в ресторанному світі. URL: <http://reston.com.ua/topics/8> (дата звернення: 22.05.2019).
3. Количество ресторанов растет. URL: <http://www.kiev-rus.org/?p=944> (дата звернення: 22.05.2019).
4. Найдюк В. С. Інновації в системі управління підприємствами ресторанного господарства. *Сталій розвиток економіки*. 2010. № 2. С. 228–233. URL: http://tourlib.net/statti_ukr/najdjuk.htm (дата звернення: 22.05.2019).
5. О Компании Fast Food Systems. URL: <http://www.nbs.com.ua/about/clients/about-ffs.html> (дата звернення: 22.05.2019).
6. Розвиток франчайзинга в Україні. URL: <https://retailers.ua/news/management/6827-restorannyiy-biznes--drayver-razvitiya-franchayzinga-v-ukraine> (дата звернення: 22.05.2019).
7. Становлення та розвиток ресторанного бізнесу в Україні / Р. П. Дудяк та ін. *Вісник ЛНАУ: економіка АПК*. 2018. № 25. С. 114–118.
8. !Фест. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/!ФЕСТ> (дата звернення: 22.05.2019).
9. 100 кращих ресторанів України. URL: <http://organic.ua/ru/lib/1113-100-krashhyh-restoraniv-ukrainy-lidyrujut-kyiv-odesa-ta-lviv> (дата звернення: 22.05.2019).

Стаття надійшла 16.07.2019