

DOI: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2019-4-68-43>

УДК 330.341:640.43

Полстяна Н.В., Кононенко Т.П., Федак В.І.

Харківський державний університет харчування і торгівлі

**МОНОРЕСТОРАН ЯК НОВА КОНЦЕПЦІЯ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА В УКРАЇНІ**

**Анотація.** В статті подана характеристика монопродуктових ресторанів, як однієї з сучасних інноваційних та набираючої популярності на світовому ринку послуг концепції закладів ресторанного господарства. Наведена коротка історична довідка щодо виникнення та розповсюдження по світу «ресторанів однієї страви». Проведено аналіз впровадження подібного типу закладів в сфері ресторанного бізнесу України. Встановлені основні цілі впровадження та функціонування монопродуктових ресторанів. В статті надано характеристику головних притаманних ознак монопродуктових ресторанів. Розглянуто основні переваги та недоліки подібної концепції підприємств ресторанного господарства. Наведена коротка характеристика вже працюючих на території України закладів ресторанної сфери подібного формату.

**Ключові слова:** моноресторан, ресторан, інновації, ресторанне господарство.

Polstyanyaya Nadezhda, Kononenko Tat'yana, Fedak Viktoriya

Kharkiv State University of Nutrition and Trade

**MONO-RESTORAN AS A NEW CONCEPT RESTAURANT MANAGEMENT IN UKRAINE**

**Summary.** In the current growing competition in the Ukrainian restaurant business, there are a need to use modern, innovative methods of promotion of restaurant products, the introduction of services and concepts and models not involved in it on the local market. In this regard, new and unusual concepts of restaurants in the restaurant industry, which may become innovative or up-to-date for the market of these services in Ukraine deserve special attention. One of such concepts are mono-restaurants. Mono-restaurant is a specific type of restaurants. It is a little more complicated in an organization than an ordinary restaurant. The main plus of a mono restaurant is that the cuisine focuses on cooking dishes from one product, and the quality is brought to perfection. This type of the restaurants are an interesting concept and format that gains worldwide popularity, the essence of which is the specialization of the institution on single product or dish. The article describes the characteristics of monoistors, as one of the modern innovations and gaining popularity in the world market services of the concept of restaurant facilities. A brief historical background about the emergence and distribution of "one-dish restaurants" in the world is given. The analysis of the implementation of this type of institutions in the sphere of restaurant business of Ukraine was conducted. The main goals of the introduction and functioning of mono-food restaurants have been established. The article gives a description of the main peculiarities of mono-food restaurants. The main advantages and disadvantages of such a concept of restaurant enterprises are considered. A brief description of the restaurant-sector institutions of the similar format already operating on the territory of Ukraine is given.

**Keywords:** mono-restaurant, restaurant, innovation, restaurant management.

**Постановка проблеми.** Ресторанний бізнес є невід'ємною частиною та перспективним напрямком розвитку сфери гостинності. Сьогодні ресторанне господарство являє собою велику систему, підприємства що входять до складу якої виконують важливі завдання, пов'язані із задоволенням життєвих потреб населення у послугах з організації харчування та відпочинку і дозвілля. Основою цієї системи становлять як підприємства та заклади ресторанного господарства. В останні роки підприємства ресторанного господарства розвиваються швидкими темпами. У той же час сучасна сфера ресторанного бізнесу постійно видозмінюється та розширюється під впливом різних факторів внутрішнього та зовнішнього середовища.

Ринок ресторанних послуг України знаходиться на новому етапі свого розвитку, на тлі наявних підприємств, відкриваються сучасні формати організацій індустрії харчування. Культура харчування модернізується, багато запозичується з європейської культури харчування.

На Україні можна прослідкувати існування різноманітних концепцій організації ресторанного господарства на місцевому ринку послуг, що створює конкурентне середовище, яке сприяє підвищенню рівня якості, залученню більшої кількості

споживачів та, як результат, збільшенню прибутку. У свою чергу конкуренція змушує підприємців постійно знаходитись в пошуку нових інноваційних переваг на концепції [4]. В умовах зростаючої конкуренції в ресторанному бізнесі України виникла потреба у використанні сучасних, інноваційних методів просування ресторанної продукції, впровадження на місцевий ринок послуг не задіяних на ньому концепцій та моделей.

У зв'язку з цим особливої уваги заслуговують нові та незвичайні концепції закладів ресторанного господарства, які можуть стати інноваційними або новітніми для на ринку цих послуг в Україні. Тим самим зайнявши нову не зайняту нішу послуг ресторанного бізнесу [1].

Одна з таких концепцій має назву «ресторану однієї страви», «моно ресторан» або «монопродуктовий ресторан» [3]. Всупереч усталеній моді на високу кухню заклади ресторанного господарства при цій концепції спеціалізуються на приготуванні однієї-єдиної страви. Вони здавалося б, приречені на провал, однак при правильній реалізації забезпечують сталу популярність та прибуток.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідженнями питань та проблем теоретичного та практичного характеру розвитку та інновацій ринку ресторанних послуг в Україні займається

багато науковців. Також вивченню основних сегментів на ринку ресторанних послуг та проблем розвитку даного ринку присвячені роботи багатьох вітчизняних авторів. У той же час наукові публікації присвячені саме тематичі монопродуктових ресторанів на ринку послуг як України так й світу у вітчизняних наукових виданнях цілком відсутні. Цей факт зумовлює актуальність даної наукової роботи. Також слід зазначити, що особливий інтерес представляє розвиток обслуговування та перспективні інновації в такій різноманітній та складній сфері, як громадське харчування та ресторанне господарство.

**Мета статті.** Провести аналіз переваг, недоліків, сучасного стану та перспектив розвитку концепції монопродуктового ресторану на ринку послуг ресторанного господарства в Україні, у зв'язку з необхідністю подальшого впровадження інноваційних концепцій в діяльність закладів ресторанного господарства для підвищення їхньої конкурентоспроможності.

**Виклад основного матеріалу.** Моніторинг змін, що відбуваються на вітчизняному та світовому ринках ресторанного бізнесу, виявляє успішність у вирішенні завдань інноваційного розвитку підприємств ресторанного сервісу з акцентом на основні тенденції розвитку. Успіх розвитку ресторанного бізнесу залежить від спрямованості на той чи інший сегмент.

Монопродуктові ресторани – це цікава концепція та формат, що набирає в світовому масштабі популярності, суть яких полягає в спеціалізації закладу на одному продукті або блюді. Тобто у подібних ресторанах однієї страви в меню представлено або одна позиція, або кілька страв, що виготовляються з одного інгредієнта.

Концепція монопродуктового ресторану не є новим трендом у загальному світовому масштабі, бо подібні ресторани відомі ще з XIX століття. Найвідоміший моно-ресторан у світі – це французький «L'Entrecote» у містечку Бордо. В цьому закладі подається лише фірмовий антрекот з секретним соусом, рецепт якого тримається в таємниці та передається у спадок між членами сім'ї. З 1959 року було відкрито 4 філії в інших великих містах Франції.

Найстаріший в'єтнамський ресторан «Cha Sa La Vong» з 1871 року готує тільки смажену рибу одним-єдиним способом. Філе касаткового сома смажать в шафрановому олії з імбиром і прямими травами, подають прямо на сковорідці. Як гарнір пропонують паровий рис і локшину. «The Avocado Show» в Амстердамі є першим в світі авокадо-баром, де всі страви готуються з цього фрукта. Причому, презентації та подачі страви в закладі настільки гарні, що залучають в нього фуд-фотографів і любителів з усього світу. Китайський ресторан «Quanjudu Roast Duck Restaurant» працює в Пекіні з 1864 року, та спеціалізується на готуванні і подачі качки по-пекінськи. Ресторан за зміну приймає до двох тисяч гостей, а одночасно в ньому можуть смакувати стравою 600 людей. На сезонних грибах спеціалізується бельгійський ресторан «Café Des Spores». Деякі заклади одного інгредієнта спеціалізуються на солодоцях – маса римських їдалень, де коником стало тірамісу, або щось на зразок названого на ім'я творця «Pierre Hermé» з паризькими тістечками макаронами.

У сучасному вигляді мода на одне блюдо почалася з того, що ресторатори почали спрощувати життя і вибір клієнтові: вони скорочували кількість позицій в меню. Так справа дійшла до концепцій з однією або двома стравами. Монопродуктові ресторани сучасного часу користуються економічними принципами та філософією все ж таки високої кухні. Серед ресторанів даної категорії немає закладів, що працюють по франчайзингу, оскільки в таких закладах є свій елемент унікальності, який неможливо тиражувати.

Монопродуктові заклади ресторанного господарства в Україні зараз стають все популярнішими. Нові ресторани відкриваються, з'являються свіжі страви та ідеї.

«Rooster Grill Restaurant» – один з перших монопродуктових ресторанів в Україні, який не тільки вивів кухню на новий рівень, а й успішно працює в сучасних реаліях.

В Україні у даний час також функціонує декілька інших моноресторанів. Так, в Києві працює «Маца та Устриці», в якому основним продуктом є устриці. Існує багато прикладів популярних в останні 5-10 років бургер-кафе, наприклад одеський «Фарш» має досить широкий асортимент бургерів, навіть з котлетами з м'яса страуса. З березня 2017 року в Києві працює моно продуктовий ресторан «Chicken Kuiv» – заклад в якому відвідувачам пропонують блюда високої кухні з курки. Київський ресторан Caliber 10 являє абсолютно новий для України формат моно-ресторану зі спеціалізацією на смаженій картоплі. Подібний фуд-тренд прийшов в Україну з Бельгії. «Call me Casa» – одне з перших моно-закладів в Україні та єдине моно-кафе, в якому готують виключно какао та варіації на його тему. Заклад позиціонує себе як какао-варня, перша та поки що єдина в Україні.

Основними цілями моноресторану є [5]:

- запропонувати споживачеві краще блюдо;
- привчити споживача до нового алгоритму: коли він, знаючи яке блюдо хоче сьогодні спробувати, вибирає той ресторан, де його готують бездоганно, а не навпаки – спочатку вибирає ресторан, а потім із запропонованого меню – блюдо;
- зробити ресторан відомим і популярним за рахунок чудової якості приготування страви;
- скласти конкуренцію мультипродуктовим ресторанам;
- створити конкуренцію серед самих монопродуктових ресторанів і сприяти розвитку цього формату.

В цілому, концепція монопродуктового ресторану є досить специфічною, але у той же час має свої переваги. До головних переваг концепції «ресторану однієї страви» відносяться [5]:

- ресторан концентрується навколо однієї страви. Інші страви (гарніри, десерти) служать тільки обрамленням;
- якість приготування цієї страви максимально наближене до ідеалу;
- процес приготування страви та інші технології доведені до досконалості;
- атмосфера (інтер'єр, офіціанти) сприяє максимальній концентрації на задоволенні від їжі;
- фінансова модель гранично стійка: скорочується споживання електроенергії, знижуються витрати на персонал, а поділ праці дозволяє підвищити його продуктивність.

Монопродуктові ресторани дозволяють економити власникам на кожному етапі роботи, від закупівлі обладнання до витрат на електроенергію [5].

Що стосується розташування «ресторану однієї страви», який акцентує увагу на конкретному продукті, то воно не є таким важливим, як у звичайного ресторанного об'єкту, бо для нього характерна інша специфіка залучення клієнтів – вони спеціально відвідують подібний ресторан, щоб скуштувати певні страви [5].

При приготуванні моноблюду в ресторані легше контролювати якість інгредієнтів, при цьому скорочується площа складських приміщень; виробничий персонал проходить навчання з приготування обмеженого кількості страв, тому якість страв буде завжди максимально стабільним, а втрати прагнуть до нуля [4].

У той же час ресторани подібної концепції мають ряд недоліків: не всі ресторатори готові до відкриття подібних закладів, оскільки не завжди кількості гостей, готових прийти заради одного продукту, досить, щоб ресторан зміг існувати та приносити прибутки [3].

Моноресторани можна віднести до закладів з нішевою стратегією розвитку, яка є типовою для закладів сфери ресторанного господарства, що встали на шляху вузької спеціалізації. Свої товари та послуги вони адресують тим споживачам, кого не влаштує звичайна продукція та послуги.

**Висновки.** Таким чином, «ресторан однієї страви» – це специфічний вид закладу ресторанного господарства. Він трохи складніше в організації, ніж звичайний ресторан. Головний плюс монопродуктового ресторану – то, що кухня зосереджена на приготуванні страв з одного продукту, а якість доведена до досконалості.

Концепція монопродуктових ресторанів – це відображення на конкретному ринку абсолютно загальних, глобальних процесів, які мають відношення до різних областей. Чим вища конкуренція на ринку і ступінь його розвитку, тим доцільніше застосовувати цю стратегію при відкритті закладу та займати конкретну вузьку нішу. Для того, щоб розвиватися в конкурентному ринковому середовищі, ринкові суб'єкти повинні вміти формувати власні конкурентні переваги, які здебільшого досягаються завдяки впровадженню інновацій. Тому все частіше у великих містах України з'являються ресторани, що пропонують своїм клієнтам меню, засновані на стравах з одного головного інгредієнта або продукту. Залишаючись на даний момент нішевим сегментом, такі заклади набирають популярність серед споживачів, та можуть бути перспективними при правильній організації їх роботи, позиціонуванні та просуванні на ринку послуг ресторанного бізнесу.

## Список літератури:

1. Воловельская И.В. Анализ ресторанного бизнеса в мире и Украине. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2017. № 59. С. 265–270.
2. Зайцева Т.Н., Рябова В.Ф., Тепомес К.Е. Бережливое производство на предприятиях общественного питания. *Актуальные проблемы современной науки, техники и образования*. Т. 2. Магнитогорск, 2017. С. 33–35.
3. Парабеллум А., Кондрашин А., Еланцев А. Ресторан. Миллион за стойкой. Москва : Омега, 2016. 160 с.
4. Туватова В.Е. Повышение конкурентоспособности предприятий ресторанного бизнеса за счет внедрения инноваций. *Инновационная наука*. 2016. № 4-2(16). С. 65–67.
5. Чеснокова Ю. Рестораны одного блюда. *Ресторатор*. 2018. № 1–2. С. 61–70.

## References:

1. Volovelskaya I.V. (2017). Analyz restorannoho byznesa v myre y Ukrainy [Analysis of restaurant business in the world and Ukraine]. *Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti [Bulletin of the Economy of Transport and Industry]*, no 59, pp. 265–270.
2. Zaitseva T.N., Ryabova V.F., Tepomes K.Ye. (2017). Berezhlivoye proizvodstvo na predpriyatiyakh obshchestvennogo pitaniya [Lean manufacturing at catering establishments]. *Aktual'nyye problemy sovremennoy nauki, tekhniki i obrazovaniya [Actual problems of modern science, technology and education]*, vol. 2, p. 33–35.
3. Parabellum A., Kondrashin A., Elantsev A. Restoran (2016). Million za stoykoy [Restaurant. Million behind the counter]. Moscow : Omega, 160 p. (in Russian)
4. Tuvatova V.E. (2016). Povysheniye konkurentosposobnosti predpriyatiy restorannogo biznesa, za schet vnedreniya innovatsiy. [Increasing the competitiveness of the restaurant business enterprises through the introduction of innovations]. *Innovatsionnaya nauka [Innovative science]*, no. 4-2(16). pp. 65–67.
5. Chesnokova Yu. (2018). Restorany odnogo blyuda [Restaurants one dish]. *Restorator [Restaurateur]*, no. 1-2, pp. 61–70.