

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
МИКОЛАЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет менеджменту

Кафедра готельно-ресторанної справи та організації бізнесу

Кваліфікаційна  
праця на правах рукопису

ВІННИК Даніл Геннадійович

УДК 338.488.2:640.43]:641.55/.56(477)

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

**КРАФТОВЕ ВИРОБНИЦТВО ТА РЕСТОРАННИЙ БІЗНЕС В УКРАЇНІ**

Спеціальність – 241 «Готельно-ресторанна справа»  
Галузь знань – 24 «Сфера обслуговування»

Подається на здобуття освітнього ступеня бакалавра

Кваліфікаційна робота містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело

\_\_\_\_\_ Д.Г. Вінник

Науковий керівник: Павлюк С.І., кандидат екон. наук, доцент

Завідувач кафедри: Червен І.І., доктор екон. наук, професор

Миколаїв – 2023

## АНОТАЦІЯ

*Вінник Д.Г.* Крафтове виробництво та ресторанний бізнес в Україні. – Кваліфікаційна праця на правах рукопису.

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавр за спеціальністю 241 «Готельно-ресторанна справа». – Миколаївський національний аграрний університет, Миколаїв 2023.

Нині спостерігається поступовий розвиток крафтового виробництва в Україні. У контексті ресторанного бізнесу в Україні, крафтові продукти вже здобули значну популярність. Споживачі все більше цікавляться локальними продуктами з унікальними властивостями. Водночас, бізнесу потрібно прагнути оптимізації, враховуючи конкурентне середовище і вимоги ринку.

Практика показує значну взаємодію крафтового виробництва та ресторанного бізнесу в Україні, визначає їх потенціал та перспективи розвитку, що є важливим для розуміння та реалізації можливостей цих галузей в сучасних умовах.

Метою даного дослідження є теоретичне обґрунтування крафтового виробництва як сучасного тренду, та формування перспектив його розвитку для потреб ресторанного бізнесу.

Об'єктом дослідження є теоретичні та практичні аспекти крафтового виробництва.

Предметом дослідження є сукупність загальнотеоретичних питань щодо розвитку крафтового виробництва для потреб ресторанного бізнесу.

У першому розділі «Теоретичні аспекти крафтового виробництва як тренду ресторанного бізнесу» розглянуто сутність крафтового виробництва та крафтового продукту; охарактеризовано креативні концепції сучасного ресторанного бізнесу, а також означено сутність та роль операторів крафтового виробництва.

У другому розділі «Стан розвитку ринку крафтових продуктів харчування в Україні» здійснено моніторинг сучасного стану ресторанного бізнесу та представлено кращі практики впровадження крафт-трендів.

У третьому розділі «Перспективи розвитку крафтового виробництва для потреб ресторанного бізнесу» узагальнено світовий досвід використання крафтового продукту в ресторанному бізнесі, а також представлено потенціал власного крафтового виробництва для ресторанного бізнесу в Україні.

За результатами проведеного дослідження зроблено відповідні висновки та надано пропозиції щодо формування перспектив його розвитку для потреб ресторанного бізнесу.

***Ключові слова:** крафт, виробництво, оператор крафтового ринку, унікальність, ресторанний бізнес, співпраця*

## ABSTRACT

Vinnyk D.G. Craft production and restaurant business in Ukraine. – Qualification work on manuscript rights.

Qualification work for obtaining a bachelor's degree in specialty 241 "Hotel and restaurant business". – Mykolaiv National Agrarian University, Mykolaiv 2023.

Currently, there is a gradual development of craft production in Ukraine. In the context of the restaurant business in Ukraine, craft products have already gained considerable popularity. Consumers are increasingly interested in local products with unique properties. At the same time, businesses need to strive for optimization, taking into account the competitive environment and market requirements.

The practice shows a significant interaction of craft production and the restaurant business in Ukraine, determines their potential and development prospects, which is important for understanding and realizing the possibilities of these industries in modern conditions.

The purpose of this study is the theoretical substantiation of craft production as a modern trend, and the formation of prospects for its development for the needs of the restaurant business.

The object of research is theoretical and practical aspects of craft production.

The subject of the study is a set of general theoretical questions regarding the development of craft production for the needs of the restaurant business.

The first chapter "Theoretical aspects of craft production as a restaurant business trend" examines the essence of craft production and craft product; creative concepts of the modern restaurant business are characterized, as well as the essence and role of craft production operators are defined.

In the second chapter, "The state of development of the craft food market in Ukraine", the current state of the restaurant business is monitored and the best practices for the implementation of craft trends are presented.

The third chapter "Prospects for the development of craft production for the needs of the restaurant business" summarizes the world experience of using craft products in the restaurant business, and also presents the potential of own craft

production for the restaurant business in Ukraine.

Based on the results of the research, relevant conclusions were drawn and suggestions were made regarding the formation of prospects for its development for the needs of the restaurant business.

**Keywords:** craft, production, craft market operator, uniqueness, restaurant business, cooperation

## ЗМІСТ

<b>АНОТАЦІЯ</b> .....	
<b>ВСТУП</b> .....	<b>9</b>
<b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ КРАФТОВОГО ВИРОБНИЦТВА ЯК ТРЕНДУ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ</b> .....	<b>11</b>
1.1. Сутність крафтового виробництва та крафтового продукту .....	11
1.2. Креативні концепції ресторанного бізнесу .....	18
1.3. Оператори крафтового виробництва.....	22
<b>РОЗДІЛ 2. СТАН РОЗВИТКУ РИНКУ КРАФТОВИХ ПРОДУКТІВ ХАРЧУВАННЯ В УКРАЇНІ</b> .....	<b>29</b>
2.1. Моніторинг сучасного стану ресторанного бізнесу .....	29
2.2. Кращі практики впровадження крафт-трендів у ресторанному бізнесі.....	37
<b>РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ КРАФТОВОГО ВИРОБНИЦТВА ДЛЯ ПОТРЕБ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ</b> .....	<b>43</b>
3.1. Світовий досвід використання крафтового продукту в ресторанному бізнесі.....	43
3.2. Потенціал власного крафтового виробництва для ресторанного бізнесу в Україні .....	48
<b>ВИСНОВКИ</b> .....	<b>57</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ</b> .....	<b>60</b>

## ВСТУП

Актуальність теми дослідження обумовлена багатьма факторами, притаманними сучасному соціально-економічному контексту країни. Нині спостерігається поступовий розвиток крафтового виробництва в Україні, особливо у сфері пивоваріння. У контексті ресторанного бізнесу в Україні, крафтові продукти вже здобули значну популярність. Споживачі все більше цікавляться локальними продуктами з унікальними властивостями. Водночас, бізнесу потрібно прагнути оптимізації, враховуючи конкурентне середовище і вимоги ринку.

Практика показує значну взаємодію крафтового виробництва та ресторанного бізнесу в Україні, визначає їх потенціал та перспективи розвитку, що є важливим для розуміння та реалізації можливостей цих галузей в сучасних умовах.

Теоретичною основою для вивчення крафтового виробництва та ресторанного бізнесу в Україні послужили роботи таких авторів як: Бабінян Л.Н., Балацька Н.Ю., Боліла С. Ю., Дудчик О.Ю., Жмур-Клименко, Б. В., Іонов А.В., Кириченко Н. В., Колодяжна В. О., Кубрак О.С., Ліщинська В.В., Осадчук І. В., Полотай, Б. Я., Яренчак М.В. та ін..

Метою даного дослідження є теоретичне обґрунтування крафтового виробництва як сучасного тренду, та формування перспектив його розвитку для потреб ресторанного бізнесу.

Відповідно до зазначеної мети було означено наступні завдання:

- розглянути сутність крафтового виробництва та крафтового продукту;
- виявити креативні концепції сучасного ресторанного бізнесу;
- означити сутність та роль операторів крафтового виробництва;
- здійснити моніторинг сучасного стану ресторанного бізнесу та представити кращі практики впровадження крафт-трендів;
- узагальнити світовий досвід використання крафтового продукту в ресторанному бізнесі;
- представити потенціал власного крафтового виробництва для

ресторанного бізнесу в Україні.

Об'єктом дослідження є теоретичні та практичні аспекти крафтового виробництва.

Предметом дослідження є сукупність загальнотеоретичних питань щодо розвитку крафтового виробництва для потреб ресторанного бізнесу.

Методологічною основою дослідження в кваліфікаційній роботі є: аналітичний метод (для оцінки статистичних даних про розвиток крафтового виробництва та ресторанного бізнесу в Україні, включаючи обсяги виробництва, рівні продажів, тенденції споживання); метод порівняльного аналізу (для оцінки конкурентоспроможності крафтових продуктів та ресторанів в Україні в порівнянні з іншими країнами); методи аналізу і синтезу (розкриття сутності крафтового виробництва та крафтового продукту); бібліографічний (вивчення ролі операторів крафтового виробництва для потреб бізнесу). Цей комплекс методів дозволить провести глибоке і всеосяжне дослідження, що включає як кількісну, так і якісну оцінку вивченого феномену.

Інформаційною базою дослідження слугували: статті та тези конференцій вітчизняних та зарубіжних авторів, тематичні Інтернет-ресурси.

Практичне значення одержаних результатів в тому, що основні практичні рекомендації щодо використання крафтового продукту для потреб ресторанного бізнесу можуть бути впровадженні на практиці.

Кваліфікаційна робота є самостійним науковим дослідженням, висновки та рекомендації якого отримані особисто автором.

Робота складається з вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел. Обсяг кваліфікаційної роботи складає 59 сторінки друкованого тексту, включає 7 таблиць, 4 рисунки. Список використаних джерел складається з 33 найменувань.



## РОЗДІЛ 1

# ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ КРАФТОВОГО ВИРОБНИЦТВА ЯК ТРЕНДУ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

### 1.1. Сутність крафтового виробництва та крафтового продукту

Крафтове виробництво характеризується наступними основними характеристиками [1] :

1. Ручна або обмежена автоматизація. Крафтові виробники зазвичай використовують традиційні методи та ручну працю, що дозволяє зберігати унікальність та якість продукту. Автоматизовані процеси, які використовуються, зазвичай є обмеженими і служать для полегшення рутинних завдань.

2. Обмежений обсяг виробництва. Крафтові виробники працюють у невеликому масштабі, порівняно з великими промисловими виробництвами. Це дозволяє зосередитися на деталях, контролю якості та індивідуальному підходу до виробництва.

3. Використання якісних інгредієнтів. Крафтові виробники звертають особливу увагу на використання високоякісних інгредієнтів. Вони можуть співпрацювати з місцевими постачальниками та фермерами для отримання свіжих, натуральних інгредієнтів.

4. Унікальність та індивідуальний підхід. Крафтові виробники ставлять собі за мету створювати унікальні продукти з власним характером та смаком. Вони можуть експериментувати зі складом, рецептурами та процесами виробництва для створення унікальних смакових відтінків та продуктів.

5. Локальність та сприяння місцевій економіці. Багато крафтових виробників спрямовують свою увагу на місцеву спільноту та підтримку місцевої економіки. Вони можуть використовувати місцеві інгредієнти, співпрацювати з місцевими партнерами та виробниками, що сприяє розвитку місцевого бізнесу та зайнятості.

Ці характеристики визначають унікальність та цінність крафтового

виробництва, яке надає альтернативу масовому виробництву та відповідає попиту на високоякісні, індивідуалізовані продукти.

Крафтове виробництво є процесом створення товарів або продуктів в обмеженому обсязі з використанням традиційних технологій та ручної праці. Воно відрізняється від масового виробництва своєю унікальністю, індивідуальним підходом та фокусом на якість.

Одна з головних характеристик крафтового виробництва полягає в обмеженому обсязі виробництва. Крафтові виробники зазвичай працюють в невеликому масштабі, що дозволяє їм зосередитися на деталях і забезпечити високу якість продукту. Вони можуть надавати перевагу ручній праці та обмеженій автоматизації, щоб зберегти унікальний характер своїх виробів.

Ще одна важлива характеристика крафтового виробництва – це використання якісних інгредієнтів. Крафтові виробники часто співпрацюють з місцевими постачальниками, фермерами або вирощують власні інгредієнти для забезпечення свіжості та натуральності продукту. Це дозволяє створювати продукти з вишуканим смаком та унікальними характеристиками [1].

Іншою важливою рисою крафтового виробництва є його унікальність та індивідуальний підхід. Крафтові виробники нерідко експериментують зі складом, рецептурами та процесами виробництва, щоб створити унікальний смак та стиль продукту. Кожен крафтовий продукт може мати свою унікальну історію та характер, що привертає увагу споживачів [2].

Враховуючи ці основні характеристики, крафтове виробництво можна визначити як процес створення унікальних, якісних та індивідуалізованих продуктів в обмеженому обсязі з використанням традиційних технологій та ручної праці.

Фактори, що впливають на крафтове виробництво, включають масштаб виробництва, використання технологій, якість інгредієнтів, унікальність та індивідуальний підхід.

Масштаб виробництва в крафтовому секторі зазвичай є невеликим, що дозволяє виробникам зосередитися на деталях та якості продукту. Вони можуть надавати перевагу ручній праці, зберігаючи традиційні методи виробництва.

Використання технологій в крафтовому виробництві може бути різноманітним – від традиційних методів до інноваційних рішень. Виробники можуть застосовувати автоматизацію в обмеженому обсязі, зберігаючи при цьому ручний характер та унікальність продукту [2].

Якість інгредієнтів є важливим фактором у крафтовому виробництві. Виробники намагаються використовувати високоякісні, натуральні або місцеві інгредієнти, що сприяє створенню продуктів зі свіжим смаком та унікальними характеристиками.

Унікальність та індивідуальний підхід – це також важливі аспекти крафтового виробництва. Виробники намагаються створити унікальні продукти з власним стилем, смаком та історією. Вони можуть експериментувати зі складом, рецептурами та процесами виробництва, щоб створити продукти, які відрізняються від масової пропозиції [3].

Ці фактори спільно формують крафтове виробництво, роблять його привабливим для споживачів, які шукають унікальні продукти зі спеціальними характеристиками та високою якістю. Крафтові виробники зосереджуються на цих аспектах, щоб задовольнити смакові вподобання споживачів та створити продукти, які викликають інтерес та задоволення.

Крім наведених факторів, ще декілька важливих аспектів впливають на крафтове виробництво:

1. Культурна спадщина та традиції. Крафтове виробництво часто пов'язане з культурною спадщиною та традиціями певного регіону або народу. Виробники можуть використовувати старовинні рецептури, виконувати роботу відповідно до стародавніх технік або відтворювати елементи місцевої культури в своїх продуктах.

2. Соціальна відповідальність. Багато крафтових виробників активно прагнуть бути соціально відповідальними. Вони можуть працювати з місцевими громадами, сприяти сталим практикам виробництва, підтримувати екологічну чистоту та відновлення регіональних ресурсів.

3. Залучення споживачів. Крафтові виробники можуть прагнути залучити споживачів до процесу виробництва. Це може включати відкриті

екскурсії по виробництву, дегустації продуктів, майстер-класи або залучення споживачів до вибору ідеального складу або дизайну продукту.

4. Маркетинг та орендування. Крафтовим виробникам важливо розвивати ефективні маркетингові стратегії та брендування. Вони можуть ставити акцент на історії бренду, унікальних характеристиках продукту, використанні місцевих інгредієнтів або взаємодії зі споживачами [4].

Крафтове виробництво має свої переваги та виклики, які варто враховувати. Переваги крафтового виробництва:

1. Унікальність і якість продукту. Крафтові виробники можуть створювати унікальні продукти з власним смаком, стилем та характером. Вони надають перевагу високій якості інгредієнтів та детальній увазі до деталей, що дозволяє отримати продукти вищої якості.

2. Культурна спадщина та традиції. Крафтове виробництво часто пов'язане з культурною спадщиною та традиціями певного регіону або народу. Виробники можуть відтворювати старовинні рецепти, використовувати традиційні технології та сприяти збереженню культурних цінностей.

3. Місцевий розвиток та економіка. Крафтове виробництво сприяє розвитку місцевих громад та економіки. Виробники часто співпрацюють з місцевими постачальниками, фермерами та ремісниками, забезпечуючи зайнятість та підтримуючи місцеву спільноту.

4. Споживацька свідомість. Крафтові виробники зазвичай надають перевагу сталим та екологічно чистим практикам виробництва. Це відповідає споживацькій свідомості, яка все більше спрямована на здорове харчування, етичне виробництво та підтримку місцевих виробників.

5. Контакт зі споживачем. Крафтові виробники нерідко підтримують прямий контакт зі своїми споживачами. Вони організують відкриті двері, дегустації, майстер-класи та інші події, що сприяють залученню споживачів до процесу виробництва та створюють особисту зв'язок між виробником і клієнтом [5].

Виклики, пов'язані з крафтовим виробництвом:

1. Обмеженість обсягу виробництва. Оскільки крафтове виробництво

зазвичай має невеликий масштаб, одним із викликів може бути забезпечення високої якості продукту при обмежених обсягах виробництва.

2. Конкуренція на ринку. Крафтове виробництво зазнає конкуренції з боку великих промислових виробників. Виробники повинні розробляти ефективні маркетингові стратегії та брендування, щоб залучати і утримувати клієнтів.

3. Доступність ресурсів. Отримання якісних інгредієнтів та ресурсів може бути викликом для крафтових виробників, особливо якщо вони прагнуть використовувати місцеві або рідкісні складники.

4. Фінансові обмеження. Ведення крафтового бізнесу може потребувати значних фінансових інвестицій, зокрема на обладнання, сировину, маркетинг та розширення виробництва. Отримання фінансування може бути викликом для підприємців у цій галузі.

5. Забезпечення стабільності якості. Оскільки крафтове виробництво часто залежить від ручної праці та традиційних методів, забезпечення стабільності якості може бути викликом. Виробники повинні ретельно контролювати процеси виробництва, навчати своїх працівників та забезпечувати відповідність стандартам якості [6].

Ці виклики вимагають від крафтових виробників уважності, планування та постійного покращення, щоб успішно функціонувати на ринку та задовольнити потреби своїх клієнтів.

Крафтовий продукт – це результат майстерності, старанної роботи та унікального підходу виробника. Він відрізняється від масового виробництва не лише в технології та процесі виготовлення, але й у самому способі мислення і філософії, що стоять за ним [1].

У крафтовому виробництві кожен виріб має свою історію, своє значення та особливості, які роблять його унікальним. Виробники звертають увагу на кожну деталь – від вибору інгредієнтів до оформлення упаковки, створюючи продукт, який несе в собі душу і стиль свого творця.

Крафтовий продукт нерідко є втіленням традиційних методів та культурних цінностей. Виробники можуть використовувати старовинні

рецепти, передавати майстерність від покоління до покоління і дотримуватися унікальних технологій, які збереглися протягом довгого часу.

Одна з основних відмінностей крафтового продукту від масового виробництва полягає в його індивідуальності та увазі до деталей. Виробники не масово виготовляють однотипні вироби, а намагаються передати свою унікальну бачення та стиль у кожному виробі. Це робить крафтові продукти особливими та бажаними для тих, хто цінує унікальність та автентичність [7].

Крафтовий продукт також підкреслює зв'язок між виробником та споживачем. Виробники активно взаємодіють зі своїми клієнтами, слухають їхні побажання та надають можливість виражати особисті уподобання. Цей прямий контакт дозволяє створювати продукти, які задовольняють конкретні потреби та очікування споживачів.

Отже, крафтовий продукт – це результат творчості, індивідуальності та пристрасті виробника. Він втілює унікальність, якість та особливий дух, що привертають тих, хто шукає більше, ніж просто товар - вони шукають враження та почуття, які передає крафтовий продукт.

Крафтовий продукт оцінюється за різноманітними критеріями, які враховують його унікальність, якість та задоволення споживачів. Ось деякі з найважливіших критеріїв, що використовуються для оцінки якості крафтових продуктів:

1. Смак та аромат. Цей критерій особливо важливий для харчових крафтових продуктів, таких як пиво, сир, шоколад, кава тощо. Якість продукту оцінюється за його багатогранним смаком, балансом інгредієнтів, глибиною аромату та насиченістю смакових відтінків.

2. Використання якісних інгредієнтів. Крафтові виробники звертають особливу увагу на якість використовуваних інгредієнтів. Вони віддають перевагу натуральним, свіжим та високоякісним складникам, які впливають на якість та смак продукту.

3. Унікальність та інноваційність. Крафтовий продукт оцінюється за його унікальними характеристиками та інноваційними рішеннями. Це може бути новаторський підхід до рецептури, використання нетрадиційних

інгредієнтів або непередбачуване поєднання смаків.

4. Ручна праця та майстерність. Враховується рівень ручної праці, вміння та майстерність виробника. Увага до деталей, точність виконання та особистий внесок виробника можуть бути важливими критеріями оцінки.

5. Дизайн та упаковка. Естетичний вигляд продукту, його дизайн та упаковка також мають значення. Привабливе оформлення може привернути увагу споживачів та створити позитивне враження про якість продукту.

6. Відгуки та репутація. Думки, відгуки та репутація виробника та його продукту відіграють важливу роль. Позитивні відгуки споживачів, рекомендації та визнання від інших експертів можуть свідчити про високу якість продукту [5].

Критерії оцінки якості крафтового продукту можуть варіюватись в залежності від конкретного виду продукту та ринкових вимог. Важливою є особиста пристрасть та задоволення споживачів від продукту, які підтверджують високу якість та вартість крафтових виробів.

Крафтові продукти мають великий вплив на ринок та споживачів. Вони створюють альтернативу масовому виробництву та розширюють вибір для споживачів. Крафтові виробники підтримують місцеві громади та сприяють розвитку малого підприємництва. Крім того, вони викликають стандарти та інновації на ринку, спонукаючи інші компанії до покращення своїх продуктів. Крафтові продукти також допомагають зберегти та передати традиції та культурну спадщину. Вони створюють особливе споживацьке досвід та зближують виробників і споживачів, створюючи особисті зв'язки та взаємодію [2].

Крафтові продукти привертають увагу споживачів завдяки своїй унікальності та особливості. Вони часто відзначаються високою якістю та ручною працею, що додає до них особливого значення. Крафтові вироби можуть мати неповторний смак, аромат та дизайн, що робить їх бажаними серед споживачів.

Ці продукти також впливають на ринок, створюючи нішевий сегмент, який задовольняє попит на унікальні, якісні та індивідуальні вироби. Вони

розширюють вибір для споживачів, дозволяючи їм відчутти себе особливими та виражати свою індивідуальність через вибір крафтових продуктів.

Крафтові виробники часто підтримують місцеві громади та малих підприємців. Вони стимулюють економічний розвиток, сприяючи росту місцевого господарства та створенню робочих місць. Вибір крафтових продуктів сприяє підтримці цих виробників та розвитку місцевих спільнот.

Крім того, крафтові продукти викликають стандарти та інновації на ринку. Вони виступають в якості каталізаторів для покращення якості та інновацій в індустрії, створюючи конкуренцію та спонукаючи інші компанії до покращення своїх продуктів.

Крафтові продукти також допомагають зберегти та передати традиції та культурну спадщину. Вони втілюють у собі місцеві рецепти, методи виробництва та цінності. Вибір крафтових продуктів дозволяє споживачам зберігати та підтримувати цю культурну спадщину.

Отже, крафтові продукти викликають емоційні реакції та задовольняють потреби споживачів у якісних, унікальних та екологічно чистих продуктах. Вони створюють споживацький досвід, який виходить за межі простого придбання товару, а додає важливість та цінність до самого акту споживання.

## **1.2. Креативні концепції ресторанного бізнесу**

Концепція ресторану є ключовим елементом, який є основою його успіху. Вона визначає унікальну ідентичність ресторану, його цілі та цільову аудиторію. Основна ідея концепції полягає в тому, щоб виділитися на ринку та залучити споживачів, пропонуючи щось особливе та відмінне від інших закладів.

Концепція ресторану передбачає визначення його стилю, атмосфери та характеру. Вона може базуватися на різних факторах, таких як кухня (національна, регіональна, фьюжн), тематика (історична, культурна, сучасна), особливості обслуговування (швидке, елегантне, неформальне) та багато інших аспектів [8].



Вдала концепція ресторану повинна бути відповідною до цільової аудиторії. Вона повинна враховувати їхні потреби, смакові уподобання та очікування. Наприклад, ресторан з орієнтацією на молоду та активну аудиторію може мати сучасний та експериментальний підхід до кухні, модний дизайн та розважальну атмосферу. У той же час, ресторан з орієнтацією на сімейні обіди може пропонувати комфортну атмосферу, розмаїтість меню та дитячі розваги.

Концепція ресторану також повинна бути цілісною та консистентною. Вона повинна пронизувати всі аспекти закладу – від меню та інтер'єру до обслуговування та маркетингових стратегій. Це допомагає створити унікальний та неповторний досвід для споживачів, що сприяє позитивному сприйняттю та розпізнаваності ресторану на ринку.

Успішна концепція ресторану також може стати основою для розвитку бренду та розширення бізнесу. Вона дозволяє створити впізнаваність та лояльність серед споживачів, що може призвести до збільшення популярності та прибутковості ресторану [2].

Нижче наведені приклади креативних концепцій ресторанів, які відзначаються своєю унікальністю та оригінальністю у світі:

1. The Jane (Антверпен, Бельгія). Розташований у відреставрованому колишньому каплиці, The Jane поєднує в собі вишукану гастрономію з архітектурою та дизайном, які відображають елементи минулого та сучасності.

2. Dinner in the Sky (різні локації у світі). Ця концепція ресторану пропонує унікальний досвід обіду або вечері у повітрі, де столи з гостями підіймаються на висоту за допомогою крана. Вона дозволяє насолоджуватися стравами та видами з висоти, створюючи незабутні враження.

3. The Rock Restaurant (Занзібар, Танзанія). Розташований на кам'яному витині у воді, The Rock Restaurant пропонує відвідувачам унікальну можливість насолоджуватися стравами при величному виді на океан. Цей ресторан став популярним через свою унікальну локацію та незабутній атмосферу.

4. El Diablo (Лансароте, Іспанія). El Diablo привертає увагу своєю незвичайною способом приготування страв. Кухарі використовують вулканічну

енергію для готування, використовуючи гарячі камені та геотермальну піч. Цей ресторан зближує гастрономію з природою та демонструє унікальність Лансароте.

5. Ultraviolet by Paul Pairet (Шанхай, Китай). Ultraviolet – це синергія між кулінарією та мультимедіа. Гості переносяться у іммерсивне кулінарне досвідження, де страви супроводжуються музикою, ароматами та візуальними ефектами. Кожна страву – це частина шоу, що відбувається під одним дахом.

6. Dans le Noir? (різні локації у світі). Dans le Noir? – це ресторанна концепція, в якій гості перебувають у повній темряві протягом всього обіду або вечері. Це створює незвичайний досвід, де споживачі повинні покластися на свої розуміння смаку та текстур, а також змінити свою сприйнятливості до їжі.

7. The Cereal Killer Cafe (Лондон, Велика Британія). The Cereal Killer Cafe – це ресторан, який спеціалізується на різноманітних видів сніданкових каш, зокрема на різних видів сніданкових пластівцях. Цей креативний концепт пропонує ностальгічність і відкриває світ сніданкових страв з усіма можливими поєднаннями і доповненнями.

8. The Disaster Cafe (Ллорет-де-Мар, Іспанія). The Disaster Cafe – це ресторан, який симулює досвід натурального стихійного лиха, зокрема землетрусу. Гості ресторану можуть насолоджуватися стравами під час підриву столиків і тривоги, що створює захоплюючу атмосферу та враження.

9. Dinner Time Story (різні локації у світі). Dinner Time Story – це ресторанна концепція, яка пропонує досвід обіду, розповіданого через проєкції та використання технологій розширеної реальності. Цей креативний підхід до гастрономії створює інтерактивний і казковий досвід для гостей [10].

Ці приклади демонструють, як креативність може бути втілена у концепціях ресторанів, створюючи непередбачувані, унікальні та захоплюючі споживацькі досвіди. Кожен з них відрізняється своєю унікальністю, атмосферою та підходом до гастрономії, що дозволяє привернути увагу та залишити незабутні враження у відвідувачів.

Успішна реалізація креативних концепцій у ресторанному бізнесі залежить від декількох факторів, серед яких можна виділити:

1. Розуміння цільової аудиторії. Важливо дослідити та розуміти свою цільову аудиторію, її потреби, смакові уподобання та очікування. Це дозволяє створити концепцію, яка буде привабливою для цільової групи споживачів.

2. Інноваційність та унікальність. Креативні концепції повинні бути інноваційними та унікальними, щоб виділитися на ринку. Вони можуть пропонувати нові підходи до кухні, обслуговування, атмосфери або взаємодії зі споживачами.

3. Витонченість та якість. Успішні креативні концепції ресторанів повинні мати витончений рівень якості. Якісна їжа, обслуговування та виконання деталей є важливими елементами, які допомагають зберегти репутацію та залучити задоволених споживачів.

4. Комунікація та маркетинг. Ефективна комунікація та маркетингові стратегії грають важливу роль у реалізації креативних концепцій. Необхідно залучити увагу і розповісти про свою унікальність та особливості, використовуючи різні канали комунікації та медіа.

5. Управління та знання бізнесу. Креативні концепції потребують ефективного управління та глибоких знань про ресторанний бізнес. Важливо мати стратегічне планування, управлінські навички та розуміння фінансових аспектів для успішної реалізації концепції.

6. Адаптація та інновації. Креативні концепції повинні бути готовими до адаптації та інновацій. Ресторанний бізнес постійно змінюється, і успішні концепції повинні бути готові до впровадження нових ідей, побажань споживачів та ринкових тенденцій [1, 2].

Ці фактори впливають на успішну реалізацію креативних концепцій у ресторанному бізнесі. Успіх залежить від збалансованості між інноваціями, витонченістю, якістю, ефективною комунікацією та управлінням.

Розробка концепції та брендингу креативного ресторану – це процес, який вимагає уваги до деталей, творчості та стратегічного мислення. Перш за все, важливо визначити місію та цілі ресторану. Це допоможе зрозуміти, який досвід харчування ви хочете надати своїм гостям та які цінності ви хочете втілити через ваш ресторан [9].

Для успішного реалізації концепції необхідно врахувати цільову аудиторію. Вивчіть її потреби, смакові уподобання та тенденції, щоб створити привабливий інтерес до вашого ресторану. Розуміння цільової аудиторії допоможе вам налаштувати меню, дизайн інтер'єру та комунікаційні стратегії таким чином, щоб вони відповідали їхнім потребам та очікуванням.

Унікальність є важливим елементом креативного ресторану. Ви повинні знайти свої унікальні особливості, які виділять вас на ринку та зроблять ваш ресторан особливим. Це можуть бути особливі кулінарні техніки, нестандартний підхід до сервірування, використання місцевих та органічних інгредієнтів або створення унікальної атмосфери.

При розробці бренду ресторану, важливо визначити його основні елементи, такі як назва, логотип, кольори та шрифти. Вони повинні відображати концепцію ресторану і створювати відчуття єдності та цілісності бренду. Крім того, розробка ефективних маркетингових стратегій та комунікаційних каналів допоможе привернути увагу цільової аудиторії та залучити нових клієнтів.

Розробка концепції та брендингу креативного ресторану є творчим процесом, який вимагає уваги до деталей та глибокого розуміння цільової аудиторії. Вона включає в себе розробку унікальної концепції, створення сильного бренду та ефективних маркетингових стратегій. Успішна реалізація концепції та брендингу може допомогти вашому ресторану виділитися на ринку та стати популярним серед споживачів.

### **1.3. Оператори крафтового виробництва**

Поява та розвиток крафтового виробництва відображають зміни в споживацьких звичках та попиті на харчові продукти. Крафтове виробництво зародилося як реакція на масове виробництво та стандартизацію, які характеризують індустріальну гастрономічну систему.

Оператори крафтового виробництва ставлять акцент на ручну працю, традиційні методи та використання натуральних інгредієнтів. Вони прагнуть до

створення унікальних продуктів з вишуканим смаком та відмінною якістю. Це означає, що вони можуть використовувати різні рецептури, інгредієнти та процеси виробництва, щоб надати своїм продуктам неповторний характер [8].

Крафтове виробництво не обмежується лише однією галуззю харчування, воно охоплює різноманітні сегменти, такі як пивоварні, виноробні, спиртові дистилярні, малі харчові виробники та інші. Кожен з цих сегментів має свої особливості, але спільним для них є підхід, спрямований на створення унікальних продуктів, які задовольняють специфічні потреби та вимоги споживачів.

Розвиток крафтового виробництва має великий вплив на гастрономічну культуру. Він стимулює інтерес споживачів до більш різних, якісних та автентичних продуктів. Крафтові оператори сприяють збереженню традиційних методів виробництва, використанню місцевих інгредієнтів та розвитку стосунків з місцевими постачальниками. Вони також створюють можливості для споживачів досліджувати нові смаки та відкривати нові гастрономічні враження [2].

Оператори крафтового виробництва є не просто виробниками харчових продуктів, вони створюють спільноту, яка об'єднує схильних до нових смакових вражень споживачів. Це сприяє зміні у свідомості споживачів, збільшенню попиту на якісні та унікальні продукти та сприяє розвитку локальної економіки.

У світі крафтового виробництва велика кількість незалежних операторів, які розвиваються та прогресують. Вони створюють неповторні продукти, які виходять за рамки масового виробництва, та додають нові виміри у гастрономічний ландшафт [3].

Пивоварні є одним з основних сегментів крафтового виробництва і відіграють важливу роль у світі крафтового пива. Вони відрізняються від великих промислових пивоварень своїм підходом до виробництва, який базується на традиційних методах, використанні якісних інгредієнтів та створенні різноманітних сортів пива.

Оператори крафтових пивоварень зазвичай працюють в невеликих

масштабах та високо цінують якість своєї продукції. Вони нерідко володіють незалежними пивоварнями або сімейними бізнесами, що дозволяє їм зберігати контроль над кожним етапом виробництва.

Оператори крафтових пивоварень дотримуються різних стилів пивоваріння та експериментують зі смаками, ароматами та інгредієнтами. Вони можуть використовувати спеціальні сорти хмелю, додавати різноманітні приправи чи фруктові добавки, щоб створити унікальні смакові комбінації.

Крафтові пивоварні часто співпрацюють з місцевими фермерами та постачальниками інгредієнтів, щоб забезпечити якісні та свіжі компоненти для своїх пив. Вони також активно співпрацюють зі споживачами, організовуючи дегустації, екскурсії та інші заходи, які сприяють популяризації крафтового пива [6].

Крафтові пивоварні є символом інновації та розмаїття у пивній культурі. Вони впливають на розвиток гастрономічного туризму, створюючи нові пивні маршрути та привабливість для туристів. Крім того, вони сприяють популяризації місцевої культури та гастрономічних традицій через унікальні смаки та історії, що пов'язані з крафтовим пивом.

Виноробні є ще одним важливим сегментом крафтового виробництва і відіграють значну роль у світі крафтового вина. Вони відрізняються від великих промислових виноробень своїм підходом до виробництва, фокусом на високій якості та унікальному смаковому профілі своїх вин.

Оператори крафтових виноробень зазвичай мають власні виноградники або укладають угоди з місцевими фермерами для постачання якісного винограду. Вони віддають перевагу ручній роботі та традиційним методам виробництва, забезпечуючи високу якість кожної партії вина.

Крафтові виноробні працюють з різними сортами винограду та використовують різні технології, щоб створити унікальні смакові профілі. Вони можуть експериментувати з процесами ферментації, витримкою вина в дубових бочках, сумішами різних сортів винограду та впливом місцевого клімату на смакові характеристики [4].

Крафтові виноробні також активно співпрацюють зі споживачами та

організують винні дегустації, винні вечори та тури по виноградникам, де люди можуть насолоджуватися їхніми винами, дізнаватися більше про процес виробництва та гастрономічні відповідності.

Крафтові виноробні впливають на гастрономічну культуру та туризм, привертаючи увагу до місцевих винних регіонів та сприяючи розвитку гастрономічного туризму. Вони також вносять важкий внесок у збереження традиційного виноробного ремесла та культурного спадку через свої унікальні сорти вин та історії, пов'язані з кожним пляшкою [5].

Спиртові дистилярні є ще одним сегментом крафтового виробництва, який спеціалізується на виробництві різних видів алкогольних напоїв шляхом дистиляції. Ці оператори створюють унікальні та високоякісні алкогольні напої з використанням спеціальних методів та інгредієнтів.

Спиртові дистилярні можуть спеціалізуватися на виробництві різних видів спиртних напоїв, включаючи гін, водку, ром, текілу, віскі, бренді, лікери та інші. Вони використовують різноманітні сировинні матеріали, такі як зерно, фрукти, трави, ягоди або навіть мед, щоб створити унікальні смакові профілі та аромати [4].

Оператори спиртових дистилярень зазвичай працюють в невеликих масштабах, дозволяючи їм зосередитись на якості та увагу до деталей. Вони контролюють кожен етап дистиляційного процесу, від вибору сировини до витримки та розливу, щоб забезпечити високу якість та унікальність своїх продуктів.

Крафтові спиртові дистилярні також можуть експериментувати зі складанням рецептур, використовуючи різні комбінації інгредієнтів та методів дистиляції для досягнення певного смаку, аромату та характеру. Вони можуть використовувати традиційні методи дистиляції, такі як купажування та витримка в дубових бочках, або впроваджувати нові технології для створення сучасних інтерпретацій класичних напоїв.

Крафтові спиртові дистилярні впливають на гастрономічну культуру, привертаючи увагу до високоякісних алкогольних напоїв та створюючи нові відчуття та досвіди для споживачів. Вони часто співпрацюють з барменами,

коктейльними бари та ресторанами, щоб створити унікальні коктейлі та гастрономічні комбінації, які поєднуються з їхніми алкогольними напоями.

Малі харчові виробники є важливою складовою крафтового виробництва і відіграють велику роль у гастрономічній індустрії. Ці оператори спеціалізуються на виробництві різних харчових продуктів, таких як сир, шоколад, хліб, джеми, мед, десерти, м'ясні вироби та інші.

Малі харчові виробники відрізняються від великих промислових підприємств своїм підходом до виробництва. Вони зазвичай працюють в невеликих масштабах, що дозволяє їм зосередитись на якості та увагу до деталей. Вони використовують натуральні та свіжі інгредієнти, ручну працю та традиційні методи виробництва для створення високоякісних та унікальних продуктів [8].

Малі харчові виробники зазвичай мають близькі відносини з постачальниками сировини, часто співпрацюють з місцевими фермерами та виробниками, щоб отримувати якісні та свіжі інгредієнти. Вони можуть працювати в межах місцевих гастрономічних екосистем, сприяючи розвитку місцевого сільського господарства та сталому споживанню.

Оператори малих харчових виробництв можуть також експериментувати зі смаками, текстурами та інгредієнтами, створюючи унікальні рецептури та продукти. Вони можуть використовувати традиційні рецепти, спадщину культури та інноваційні підходи, щоб задовольнити смакові вподобання споживачів та вирішити різноманітні дієтарні потреби.

Малі харчові виробники мають великий вплив на гастрономічну культуру та розвиток стосунків між споживачами та їжею. Вони пропонують унікальні, недоступні у масовому виробництві продукти, які підкреслюють смакові якості, традиції та ремісництво.

Ручне виробництво та обмежена автоматизація є ключовими особливостями крафтового виробництва. Цей підхід ставить акцент на ручну працю, уважність до деталей та особисту участь в кожному етапі виробництва.

У крафтовому виробництві, оператори нерідко працюють в малих командах або навіть самотійно, що дозволяє їм бути ближче до процесу та



контролювати якість кожного виробу. Вони часто використовують ручні інструменти та традиційні техніки, щоб створити продукт з унікальним характером та відмінною якістю.

Обмежена автоматизація означає, що крафтові оператори не використовують повністю автоматизовані процеси виробництва. Вони намагаються зберегти традиційні методи та ремісництво, використовуючи ручний підхід для керування якістю та унікальністю своїх продуктів. Це може означати виконання ручної роботи на кожному етапі, від підготовки інгредієнтів до виробництва та фінального оформлення продукту [8].

Ручне виробництво та обмежена автоматизація дозволяють крафтовим операторам бути більш гнучкими, творчими та інноваційними. Вони можуть експериментувати зі складанням рецептур, пристосовувати процеси виробництва та використовувати унікальні техніки для створення продуктів з вишуканим смаком, текстурою та ароматом.

Ручне виробництво також сприяє взаємодії зі споживачами. Крафтові оператори можуть відкрито спілкуватися зі своїми клієнтами, ділитися історіями про виробництво та відповідати на запитання. Це створює особисте зв'язок та відчуття спільноти між виробником та споживачем.

Усе це робить ручне виробництво та обмежена автоматизація невід'ємною частиною крафтового виробництва, підкреслюючи його унікальність, індивідуальність та великий внесок у гастрономічну культуру.

Використання високоякісних інгредієнтів є однією з ключових характеристик крафтового виробництва. Оператори крафтового виробництва покладають велику увагу на якість і походження своїх інгредієнтів, оскільки це має пряму вплив на смак, аромат і якість кінцевого продукту.

Оператори крафтового виробництва шукають натуральні, свіжі і невироблені інгредієнти. Вони можуть використовувати органічно вирощені продукти, місцевий виноград, сезонні фрукти та овочі, трави та спеції з власного саду або з постачальників, які дотримуються високих стандартів якості.

Крафтові оператори можуть також співпрацювати з місцевими

фермерами, виноградарями, пасічниками та іншими постачальниками, щоб забезпечити доступ до свіжих інгредієнтів прямо з джерела. Це допомагає зменшити відстань між виробником і постачальником, забезпечує підтримку місцевих господарств та сприяє сталому розвитку.

Використання високоякісних інгредієнтів в крафтовому виробництві підкреслює пріоритет на якість та натуральність продукту. Це створює можливість для споживачів насолоджуватися унікальними, свіжими і високоякісними продуктами, які виділяються від масового виробництва та мають свою власну історію та характер.

Контроль якості та збереження традиційних методів є важливими аспектами крафтового виробництва. Крафтові оператори покладають велику увагу на забезпечення високої якості своїх продуктів і дотримання стандартів, що дозволяє їм підтримувати відмінну репутацію та задовольняти вимоги своїх споживачів [3].

Контроль якості починається з відбору інгредієнтів. Крафтові оператори використовують високоякісні інгредієнти, проводять тестування та оцінку їх якості перед використанням. Вони також встановлюють власні стандарти, які дозволяють контролювати і підтримувати високу якість на кожному етапі виробництва.

Збереження традиційних методів виробництва є важливою складовою крафтового виробництва. Воно дозволяє зберегти унікальність та характер крафтових продуктів, підтримати спадковість традицій та відтворити відчуття старовинності та майстерності [4].

Контроль якості та збереження традиційних методів є основою крафтового виробництва, забезпечуючи стабільну якість, неповторність та вищу цінність крафтових продуктів.

## РОЗДІЛ 2

# СТАН РОЗВИТКУ РИНКУ КРАФТОВИХ ПРОДУКТІВ ХАРЧУВАННЯ В УКРАЇНІ

### 2.1. Моніторинг сучасного стану ресторанного бізнесу

Протягом останніх двадцяти років світові національні економіки стикалися з численними кризовими ситуаціями, починаючи з терористичних актів і закінчуючи стихійними лихами та вірусними епідеміями. Проте жодна з них не мала такого глобального негативного впливу, як остання пандемія COVID-19. Галузі сфери послуг, зокрема ресторанне господарство, постраждали найбільше внаслідок COVID-19 та впроваджених протиепідемічних заходів через їх тісні комунікативні зв'язки у системі "виробництво – споживання". Нові умови на ринку перетворили вітчизняний ресторанний сектор і змусили всіх господарюючих суб'єктів шукати способи і інструменти для збереження клієнтської лояльності та виживання бізнесу. Нажаль, значна кількість закладів була змушена закритися назавжди, не витримавши випробування зниження підприємницької активності та скорочення доходів [11].

Для проведення всебічного аналізу сучасного стану розвитку ресторанного господарства необхідно розглянути вплив кризових умов пандемії на кількість закладів у цій сфері. Для аналізу були використані дані Державної служби статистики України та Державного інфо-сервісу Start Business Challenge [10]. Була розглянута кількість юридичних осіб і фізичних осіб - підприємців, які не перебувають у процесі припинення, відповідно до видів економічної діяльності: 56.10 - Діяльність ресторанів, надання послуг мобільного харчування (КВЕД-2010). Динаміку змін кількості закладів у ресторанному бізнесі наведено на рис. 2.1.

Як показано на рис. 2.1, кризові умови, спричинені пандемією, мали негативний вплив на кількість ресторанних закладів в Україні. У 2019 році їх було 48398, а в 2020 році – 41139 закладів. Це означає, що 7259 закладів

припинили своє існування, що становить 15% від показника 2019 року і навіть менше, ніж у 2018 році. Загальна динаміка кількості закладів ресторанного господарства в Україні з 2012 по 2014 рік мала позитивний характер, але через нестабільну політичну та економічну ситуацію дещо сповільнилася, але залишалася на приблизно одному рівні - близько 38 тисяч закладів протягом 2014-2017 років. У 2018 році кількість закладів збільшилася до майже 42 тисяч, а 2019 рік був рекордним з приростом у 7 тисяч закладів [11]. Зробивши висновок, можна сказати, що пандемія COVID-19 суттєво змінила кількісний склад ресторанного господарства України.

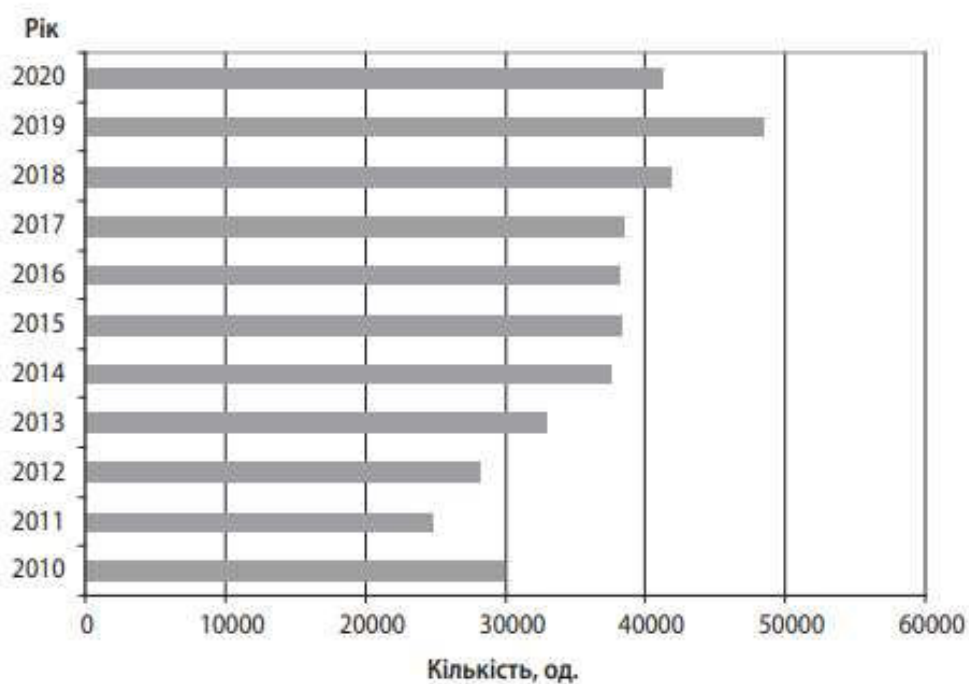


Рисунок 2.1 – Динаміка кількості закладів ресторанного господарства України за період 2010–2020 рр.

Джерело: складено за даними [10,11]

Також розглянемо збитки, зазанані на ринку у сфері громадського харчування. Для аналізу будемо використовувати дані від консалтингової компанії СІД-Консалтинг груп. Внаслідок кризової та проблемної ситуації, що виникла в 2020 році в усій галузі гостинності, обсяг ринку громадського харчування становив приблизно 18,6 млрд грн, або приблизно 674,8 млн доларів США. Цей показник практично на 48% нижчий від показників

ресторанної індустрії за 2019 рік і свідчить про зменшення обсягу ресторанного ринку на понад 17 млрд грн. Найбільші збитки в 2020 році понесли заклади в першому і другому кварталах, коли обсяг ринку стрімко скорочувався більше, ніж на 40% щокварталу порівняно з попереднім періодом: понад 48% у першому кварталі та понад 42% у другому.

Ситуація стала дещо стабільною після послаблення карантинних обмежень, що призвело до майже 94% зростання торгових надходжень у третьому кварталі та незначного скорочення на рівні трохи більше 2% у четвертому кварталі 2020 року [10].

Протягом 2020 року найбільша кількість закладів ресторанного господарства зосереджена у таких регіонах:

- м. Київ і Київська область (10 705);
- Одеська область (3 622);
- Львівська область (3 506);
- Харківська область (2 999);
- Дніпропетровська область (2 977);
- Закарпатська область (2 655);
- Донецька область (2 390) [11].

Тобто, у цих 7 регіонах України знаходиться 28 854 закладів ресторанного господарства, що становить 70% від загальної їх кількості в країні.

Отже, більшість закладів знаходиться у столиці, а також у регіонах з великою кількістю населення та в туристично привабливих регіонах. Ці регіони були лідерами і в попередні роки, що свідчить про те, що пандемія COVID-19 майже не вплинула на географічну концентрацію закладів ресторанного господарства в Україні.

Далі розглянемо структуру різновидів закладів вітчизняної ресторанної сфери (рис. 2.2). За даними рис. 2.2 можна побачити, що у структурі закладів ресторанного бізнесу 52% становлять ресторани, кафе та бари, майже 20% представлені закладами швидкого харчування, 16% - заклади з надання кейтерингових послуг, 7% - паби та нічні клуби, 3% - заклади харчування при

готелях і 2% - заклади харчування при АЗС [12].

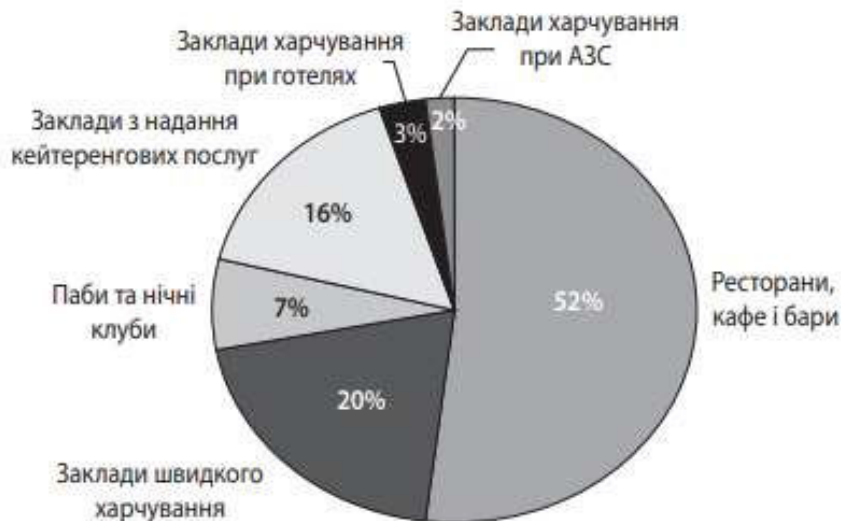


Рисунок 2.2 – Структура закладів ресторанного господарства України, %  
Джерело: розроблено за даними [12].

Якщо розглянути цю структуру з погляду впливу пандемії COVID-19, то сегмент продажу їжі на вулиці залишився у відносно сприятливих умовах. Цей бізнес є набагато компактнішим і мобільнішим, що робить його більш гнучким у порівнянні з традиційними ресторанами. Власникам закладів streetfood набагато простіше адаптуватися до змін на ринку та швидко реагувати на ситуацію.

Також варто зазначити, що розмова йде саме про "заклади ресторанного господарства", а не "підприємства ресторанного господарства", оскільки майже 90% закладів ресторанного господарства зареєстровані як фізичні особи - підприємці, тоді як лише близько 10% є юридичними особами.

З початку ринкової перебудови в Україні частка фізичних осіб - підприємців серед загальної кількості суб'єктів господарювання ресторанного господарства України практично не змінюється, навіть у період кризових років [13].

Війна мала надзвичайно негативний вплив на гостинність через повний хаос, що виник на фінансових, енергетичних і продовольчих ринках, а також через нестримну світову інфляцію. У Центральній, Східній та Південній Україні ресторанний бізнес частково або повністю припинив свою діяльність.

Соціально-культурні потреби стали незадоволені, оскільки безпека була порушена, багато людей втратили житло і дохід. Єдиний регіон, де гостинність не зазнала значних збитків, - Західна Україна.

Якщо під час карантинних обмежень люди уникали відвідування закладів через ризик захворіти на COVID-19, то під час повномасштабної війни в Україні відвідування ресторанів взагалі припинилося, незалежно від ризику зараження. Сотні тисяч українців перестали займатися їхньою повсякденною практикою через постійні обстріли, відтік населення, зниження заробітної плати та відсутність роботи. Сьогодні ці фактори перешкоджають українцям повернутися до попереднього способу життя, включаючи відвідування закладів. Це створює складнощі для рестораторів заробляти гроші і відкривати нові заклади [14].

У ресторанному бізнесі під час війни з'явилися численні проблеми, серед яких паніка, відтік кадрів, проблеми з логістикою, розрив договорів поставки товарів та потреба в комунікаційній підтримці в усіх точках. Після перших тижнів шоку ресторанний бізнес переструктурувався, фокусуючись на приготуванні простих і найпопулярніших страв. Зокрема, це стосувалося випічки, хліба та хлібобулочних виробів.

Поки що не згадується про заклади, що знаходяться в окупованих територіях, оскільки більшість з них припинили свою роботу, а деякі намагаються продовжити функціонування. Деякі міста, зокрема Харків, яке відоме своєю ресторанною культурою, сильно постраждали, і там практично весь ресторанний бізнес зупинився. В Києві з початку війни третина ресторанів закрилася, оскільки багато киян не повернулися до міста після російської агресії. Проте, не відбулося масового перенесення ресторанного бізнесу на Західну Україну. Одесити та жителі Харкова виявляють бажання відновити свій бізнес у своїх містах. Західні області спостерігають позитивну динаміку, зокрема у Львові та області кількість ресторанів та кафе зросла приблизно на 30%, а в Закарпатській, Чернівецькій і Івано-Франківській областях відмічено зростання на 20%. Найбільш активно розвивається ресторанний ринок у Львові, де з початку війни з'явилося понад 500 нових закладів. За дослідженнями за

травень, найкращі показники доходів були у закладів Закарпатської області (рис.2.3). Найнижчі показники відзначені на сході та півдні України, де тривають бойові дії [15].

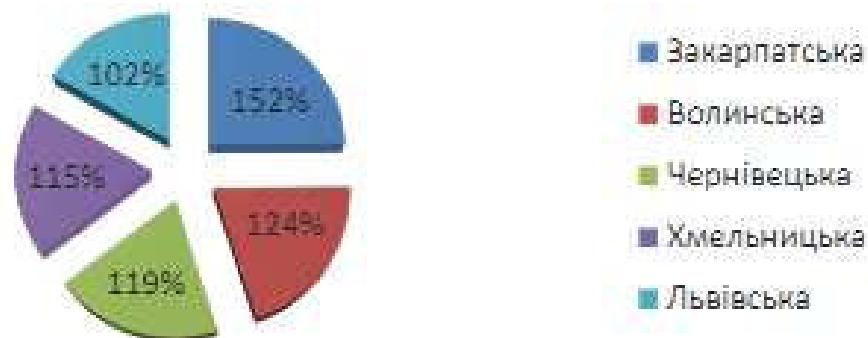


Рисунок 2.3 – Показники виручки ресторанів за травень 2022 року

Джерело: розроблено за джерелом [15]

Ефективність функціонування ресторанного господарства негативно впливає наступні чинники:

- пошкодження та руйнування майна, будівель і товарних запасів;
- розкрадання майна на тимчасово окупованих територіях;
- перебої з поставками сировини, матеріалів і товарів з-за кордону;
- зростання курсу валют і девальвація гривні;
- вимушене переселення громадян;
- скорочення доходів українців та зменшення їх купівельної спроможності.

Деякі ресторани заклади і мережі ресторанів вирішили стати волонтерами та надають допомогу бійцям Збройних сил України, територіальній оборони, переселенцям та всім, хто цього потребує. До таких закладів належать мережа Kyiv Food Market, "Люди Купера", "Goodwine", "Сім'я ресторанів Дмитра Борисова", "Холдинг емоцій !FEST", ресторанна компанія "First Line Group", ресторанна мережа "Mafia", "Штаб Созановського", ресторанна мережа "Tarantino Family" та інші. Багато ресторанних закладів переобладнані під військово-польові кухні [17].

Всі ресторани, які змогли відновити свою діяльність і продовжують



працювати в своєму профільному напрямку, зіткнулися з однаковими проблемами. Основні з них включають:

- недостатність персоналу внаслідок міграції або мобілізації.
- зменшення обсягу виручки через скорочення кількості клієнтів - в середньому на 50% порівняно з попереднім періодом.
- зростання вартості або недоступність деяких продуктів, що призводить до скорочення позицій у меню. Ціни на деякі складові зросли на 20-30%, особливо це стосується дорогих рибних і морепродуктів, екзотичних фруктів та специфічних приправ, зокрема для азійських кухонь, логістика яких ускладнена.
- непотрібність деяких форматів ресторанів, таких як корпоративні вечірки, дні народження, дитячі свята, дівич-вечори, а також знижений попит на кейтерингові послуги.
- скорочення годин роботи ресторанів через комендантську годину, що негативно позначилося на найприбутковішій складовій ресторанного бізнесу - вечерях.
- обмеження або заборона на продаж алкоголю та введення суворох часових обмежень. Це не дозволило відкритися закладам, які головним чином заробляли на барній складовій.

Однак, щоб забезпечити стабільність хоча б у частині економіки та забезпечити прибуток державі через сплату податків, деякі ресторатори вже на початку конфлікту вирішили відкрити свої заклади на заході країни.

Зокрема, в Львові Євген Клопотенко відкрив ресторан під назвою "Інші" протягом першого місяця війни. У цьому закладі пропонується два меню: основне і безкоштовне меню №2, яке доступне для тих, хто не може собі дозволити платити. Це меню включає основну страву, салат і чашку кави. Крім того, трохи пізніше у Івано-Франківську було відкрито заклад швидкого харчу зі світовою вуличною їжею. В майбутньому власник планує продавати франшизу нової мережі, щоб розповсюдити українські смаки через гастрономічну індустрію у всьому світі [18].

Літньою порою було відкрито мережу "Biblioteca", де бренд-шефом є

Вадим Бжезинський, переможець кулінарного шоу "Мастер-шеф" та випускник французької кулінарної школи Le Cordon Bleu. Це сучасне кафе, що пропонує італійську та європейську кухню з якісним обслуговуванням та доступними цінами для середнього класу. Меню кафе поєднує найпопулярніші кулінарні традиції Європи та Італії. Особлива увага приділяється інтер'єру кафе з великою кількістю книжок та оригінальним дизайном стін. Варто зазначити, що в перший день відкриття закладу він був повністю заповнений [19].

Також варто відзначити ресторан "УТАТІ", який також відкрився під час війни. Цей заклад пропонує "авангардну азійську кухню". Власники описують концепцію УТАТІ як створення авторських страв з азійськими смаками, а не просто реконструкцію азійських рецептів. Кухня в ресторані відкрита, щоб кожен відвідувач міг спостерігати за процесом приготування страв. За місяць роботи цей заклад став популярним завдяки двом видам рамену на рибному та м'ясному бульйоні, а також додаткам, закускам з риби, м'яса та овочів [20].

Також варто зазначити, що під час війни ресторани, спеціалізовані на морепродуктах та суші, сильно постраждали. Це пов'язано зі значним зростанням вартості імпортованих продуктів. Одним з основних трендів стане зниження використання іноземних інгредієнтів та перепрофілювання на більш традиційну кухню.

У сучасних умовах ресторанам необхідно бути гнучкими та адаптованими до воєнного періоду. Власникам ресторанного бізнесу слід щонайменше один раз на тиждень переглядати концепції, намагатися привернути нову аудиторію, оптимізувати меню, переглядати складники страв, прибирати дорогі позиції або ті, які потребують рідкісних продуктів. Знаходити ці продукти зараз складно, а доставка також ускладнена. Крім того, слід пам'ятати, що найціннішим ресурсом для ресторанів є люди. Багато співробітників вирушили на фронт, а деякі отримують військову підготовку та готуються захищати нашу країну. Оскільки команда маркетингу наразі складається з жінок, більшість з них перебуває за кордоном. Тому необхідно змінювати формат роботи, підтримувати зв'язок між колегами, щоб мати змогу працювати разом [21].

За даними журналу Forbes, світ об'єднався в підтримці України,

проявивши загальний обсяг фінансової та гуманітарної допомоги у більше ніж 16 мільярдів доларів. Цю допомогу надали дружні країни, міжнародні фонди та приватні особи, з найбільшим внеском від США (5,5 мільярда доларів), Європейського банку реконструкції та розвитку (ЄБРР) (2,2 мільярда доларів), Міжнародного валютного фонду (МВФ) (1,4 мільярда доларів) та Європейського Союзу (1,3 мільярда доларів). Українські інституції, що виділили значний обсяг фінансування, включають Національний банк України, якому надійшло півмільярда доларів, та Міністерство цифрової трансформації, яке залучило понад 71 мільйон доларів за допомогою криптовалютних гарантів [22].

Експерти також виявили кілька ринкових тенденцій в галузі готельно-ресторанного бізнесу (HoReCa), які стали актуальними після початку воєнних дій. Серед них:

- збереження попиту на домашню їжу, фастфуд та напівфабрикати, а також на швидке харчування в закладах громадського харчування;
- вплив правил воєнного часу, таких як комендантська година та дотримання норм повітряної тривоги;
- потреба у налагодженні швидкої логістики доставки їжі;
- вплив місця розташування ресторанного бізнесу, зокрема його наближення до зон бойових дій та розташування внутрішньо переміщених осіб.

## **2.2. Кращі практики впровадження крафт-трендів у ресторанному бізнесі**

В сучасному ресторанному бізнесі впровадження крафт-трендів є однією з ключових стратегій для привернення та утримання клієнтів. У цьому розділі будуть розглянуті приклади успішних ресторанів, які успішно впроваджують крафт-тренди. Для кращого розуміння, будуть наведені таблиці з основними характеристиками кожного ресторану, а також пояснення та висновки, щодо їхньої успішності та впровадження крафт-трендів.

В Україні триває запізнене сприйняття глобальних ресторанних трендів,

зазвичай затримка становить 5-6 років. Це обумовлено економічними факторами та проблемами з кадровим забезпеченням. Ресторанний бізнес є динамічною галуззю, де постійно шукають нові напрямки, а модні тенденції швидко змінюються. Тепер популярною є молекулярна кухня, але завтра може бути інший стиль, наприклад, постмодерна фьюжн, слоуфуд, вулична їжа або крафтові заклади. Тренди, формати та естетичні та технологічні нововведення продовжуються, поки їжа залишається смачною. Однак головним стійким трендом на найближчі роки є пошук оригінальних поєднань смаків та інтерпретацій у подачі та оформленні страв [23].

Пошук нових або старих, але забутих форматів – загальний стійкий тренд останніх років. Ресторатори думають, яким чином привернути увагу до своїх закладів, як виграти боротьбу за клієнта. У країнах, де економіка зростає, клієнти вже вимагають різноманіття та нестандартної новизни. Відвідувачі втомилися від однотипності та не завжди смачної та корисної їжі, яку їм пропонують великі мережі ресторанів та фастфудів.

З'являється мода на крафтові заклади. Цей тренд особливо добре відслідковується у Кремнієвій долині. Розпечені великими зарплатами програмісти шукають крафтові ресторани з незвичайною атмосферою, наприклад, ретро заклади неподалік від дому з пляшкою вина за \$80.

Смакові пошуки в Україні орієнтуються на довготривалу світову моду на китайську, в'єтнамську та індійську кухні, які ще не досить популярні в країні. З ними знайомі здебільшого люди, які вже побували в Індії та Китаї, або в гастрономічних центрах світу, таких як Лондон, Нью-Йорк або Гонконг. Тренд на японську їжу в Україні потроху затихає. А от на індійську та китайську кухню чекає бум. Також перспективна мексиканська кухня з її традиційними тако та буріто з різними начинками [24].

В ресторанному бізнесі дуже перспективні SaaS-технології, коли весь облік та системи управління здійснюються у хмарах. Ці нові технології вже на повну працюють в США та Європі. В Україні поки що складні технологічні нововведення, інтерактив чи якісь віртуальні штуки – скоріше виняток, але хвиля змін прийде дуже швидко. В той же час в українських закладах не

прижився, наприклад, iPad. Не набула популярності і технологія інтерактивної поверхні столу, до речі, не тільки в Україні [24].

В Україні є перспектива розвитку форматів слоуфуду, які досить популярні в Європі. Оскільки наша країна має добрі аграрні традиції. Частина ресторанів, що працює в цьому форматі, пропонують органічну їжу, вирощену поряд із закладом. Такий слоуфуд можливий у нас лише у провінційних містечках або селах. Але я не можу уявити достатню кількість людей у Києві, або в інших великих містах, які спеціально поїдуть шукати ресторан у невеличкому містечку, що запровадив слоуфуд формат. Можливо це станеться пізніше, коли економіка стабілізується, і населення акумулює більшу масу особистих коштів. Друга частина ресторанів слоуфуду – це ті, які використовують органічну сировину локального походження. Але цей формат складно запропонувати сучасним мешканцям українських мегаполісів, бо клієнту важко буде довести, що сировина для страв дійсно вироблена за органічними стандартами в конкретній місцевості. Це наслідок кризи довіри в нашому суспільстві, який, на жаль, не є безпідставним [24].

Тренд на вегетаріанську кухню лише набирає обертів в Україні та буде розвиватися. Причини дві: молодь дбає про здоров'я та відчуває жаль до тварин. Ну і на Заході зараз це просто модно. Такий філософсько-концептуальний підхід. У Києві з'являються нові вегетаріанські заклади. У Львові цього року відкрилося одразу три таких ресторани. Ми спочатку скептично ставилися до рослинної кухні, але, відвідавши з дружиною Індію, зрозуміли, що вегетаріанство може бути смачним. В Україні динаміку розвитку вегетаріанських ресторанів можна порівнювати з розвитком стрітфудів, які вже зовсім скоро вдало конкуруватимуть з фастфудами. [24].

Перспективні в Україні й невеличкі ресторанчики з доброю їжею. Бургерні вже дійшли піку й треба шукати щось нове. Оскільки до нас американські та сучасні європейські тренди доходять із запізненням, років за 5-6 України дістанеться тренд на стрітфуди та якісну смачну їжу швидкого приготування. У Лондоні популярним є стрітфуд з дорогими інгредієнтами. В Україні це можуть бути більш дешевші складові.

Наприклад, у класичного ресторатора одна кавоварка коштує близько 10 000 євро. А в стрітфудів будуть стояти воки, холодильник, плита і все. З одного боку технологічне спрощення дає низький поріг входу у цей бізнес та потребує відносно невисокого стартового капіталу. Єдиний дороговартісний пункт видатків – це оренда приміщень під ресторан, якщо він не на колесах. Власникам практично дуже важко віддавати \$70-100 за квадратний метр у Києві. Стрітфуди мають право на існування у спальних районах Києва, в обласних центрах і, можливо, дійдуть до районних центрів [24].

Кожне десятиліття у кулінарному світі відрізняється певними характерними стравами, які вподобали клієнти цього покоління. Прикладом таких кулінарних шедеврів можна назвати фондю 70-х років. Які ж страви користуються популярністю у сучасних клієнтів ресторанного бізнесу? [24].

Більшість сучасних закладів пропонують клієнтам страви з додаванням таких інгредієнтів як лимон чи апельсин. Урізноманітнити смак можна за допомогою таких екзотичних цитрусових культур як помело, кумкват чи юзу. Використання цих продуктів у кулінарії додасть їжі оригінальну кислинку та неповторний аромат, що буде сюрпризом для багатьох клієнтів [25].

Бізнес у харчовій сфері багато у чому залежить від обраного меню та запропонованих відвідувачам страв. Намагайтеся використовувати у приготуванні спеції з усього світу. Філіппінські, східні та африканські аромати вже декілька років користуються попитом у більшості гурманів. Також популярними залишаються страви української національної кухні [25].

Відвідувачі українських ресторанів із задоволенням замовляють оригінальні страви з морепродуктів. Особливим попитом користуються кальмари, устриці та ікра у поєднанні з популярними міжнародними інгредієнтами.

Багато українців відмовляються від вживання страв з м'яса, прагнучи приєднатися до прихильників вегетаріанської кухні. Розробляючи меню для власного ресторану, створіть розділ, де представлена їжа на основі овочів, бобових культур і альтернативних джерел білка [25].

Оскільки крафтова їжа зазвичай виготовляється на невеликих

підприємствах або в домашніх умовах, її можна придбати, як правило, у сімейних магазинах, кафе або безпосередньо на фермах:

- фермерські господарства, що спеціалізуються на козиному молоці та молочних продуктах, продають натуральне козяче молоко.
- екологічно чисте кроляче м'ясо можна придбати на кролячих фермах.
- сирні ферми пропонують різноманітні смачні сири, такі як качотта, скаморца і моцарелла.
- домашні хлібопекарні готують хліб і булочки за авторськими рецептами.
- міні-заводи, що займаються солінням, закаткою та варінням, пропонують різноманітні смаколики, а деякі майстри використовують нестандартні інгредієнти, наприклад, варять варення з шишок.
- домашні м'ясокомбінати виробляють сирокочену ковбасу власного виробництва та сільські ковбаски з натуральної яловичини і свинини.

20 грудня Асоціація місцевих рад Ради Львівщини презентувала каталог крафтових виробників регіону. До першого промоційного видання увійшли 79 крафтовиків зі Львівщини, які виготовляють продукцію у різних напрямках, як-от сироваріння, м'ясні продукти, бджільництво, солодощі, випічка, переробка ягід, броварство. Видання стало промоційною збіркою, що максимально популяризуватиме унікальні малі виробництва регіону, яким на сьогодні цього бракує [26].

Сільськогосподарський обслуговуючий кооператив «Ягідний рай» з села Залісці, що на Хмельниччині, розпочав переробку ягід і фруктів, виготовляючи пастилу та іншу сушену продукцію. Наразі це крафтове виробництво, адже виготовляють цю продукцію кілька людей в домашніх умовах [27].

Stakhovsky wines — виноробня легендарного українського тенісиста Сергія Стаховського. Одного разу скуштувавши вино у Франції, Сергій вирішив розвивати виноробство в Україні. Він узяв в оренду 20 гектарів землі на Закарпатті та почав вирощувати мерло, сапераві й трамінер рожевий. У 2018-му новоспечений винороб зібрав свій перший урожай [28].

«Мі-Ло-Ко» — маленька сімейна ферма в селі Любимівка на Київщині, яка відроджує культуру споживання натуральних продуктів. До війни господарі

варили сир, пекли хліб, готували власний конфітур та морозиво.

Сімейна ферма StreKoza у селищі Брусилів на Житомирщині є учасницею руху Slow Food (англ. «повільна їжа»). До війни господарі тримали власних тварин, обирали спеціальні породи, бо, як стверджує власниця ферми Катерина Приходько, сир починає створюватися ще у корові [28].

«Мірина майстерня сиру» розташована у селі Троїця на Івано-Франківщині. Це біодинамічна ферма: альпійські кози тут живуть на волі майже весь рік, а сир господарі варять тільки з сирого молока в чані на вогні: часто без заквасок, використовуючи лише ферменти. Всього виготовляють до 30 видів сирів. Це не просто ферма чи сироварня, а саме майстерня, бо це комплексний екоцентр, куди можна приїхати: подивитися, покуштувати та навіть спробувати щось витворити [28].

«Далекі Гори» — сироварня, розташована на висоті 940 метрів над рівнем моря, у селі Снідавка Косівського району. Сироварня використовує для виробництва високогірне молоко, яке купують у місцевих жителів, тим самим забезпечують їм заробіток. Працюють на сироварні також місцеві [28].

«Українські медовари» у Дрогобичі. Тут виготовляють медівку, себто медове вино, і медак — міцний бальзам. Наразі лінійка напоїв складається з 14-ти сортів. За основну сировину використовують різні види натурального меду та питну воду. Технологія виробництва питних медів схожа на винну, але тут використовують не виноградний сік, а мед або мед із додаванням соку ягід [28].



## РОЗДІЛ 3

### ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ КРАФТОВОГО ВИРОБНИЦТВА ДЛЯ ПОТРЕБ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

#### 3.1. Світовий досвід використання крафтового продукту в ресторанному бізнесі

Розглянемо приклади ресторанів у різних країнах, які успішно використовують крафтовий продукт у своєму бізнесі. Висвітлення таких прикладів дозволить зрозуміти різноманітність та потенціал крафтового продукту у ресторанній галузі:

1. "The Crafty Canteen" – цей ресторан знаходиться у Лондоні, Великобританія. Він спеціалізується на крафтових пивах та стравах, які гармонійно поєднуються з пивом. Ресторан акцентує увагу на місцевих крафтових пивоварнях та використанні сталих, екологічно чистих інгредієнтів у своїх стравах.

2. "Le Petit Bistro" – знаходиться в Парижі, Франція. Він відомий своїми автентичними французькими стравами, виготовленими з використанням крафтових інгредієнтів. Ресторан акцентує увагу на регіональних продуктах та традиційних методах готування.

3. "Crafted Kitchen" (Сідней, Австралія). Він спеціалізується на крафтових коктейлях та стравах, виготовлених з місцевих, сезонних інгредієнтів. Ресторан пропонує ексклюзивні комбінації смаків та відмінну якість продуктів.

4. "The Crafty Rooster" – знаходиться в Австралійському Сідней, та спеціалізується на крафтовому пиві й курятині. Ресторан поєднує смачні крафтові пива зі смаженою куркою та унікальними соусами.

5. "Craft and Co" (Мельбурн, Австралія). Заклад володіє власною крафтовою пивоварнею, виноробнею та пекарнею. Ресторан виробляє свій власний крафтовий продукт і акцентує увагу на місцевому виробництві та використанні свіжих інгредієнтів [29].

Аналіз прикладів ресторанів, які успішно використовують крафтовий продукт, демонструє різноманітність та потенціал цього напрямку у ресторанній галузі. Використання крафтового продукту надає ресторанам можливість виділитися на ринку, привернути увагу клієнтів та створити унікальний досвід. Приклади ресторанів, які успішно впроваджують крафтовий продукт, вказують на значення якісних інгредієнтів, регіональних продуктів, унікальних комбінацій смаків та аутентичного досвіду для споживачів.

Вивчення їх підходів допоможе зрозуміти різні способи використання крафтового продукту та ефективні стратегії його просування:

- стратегія фокусу на місцевих продуктах – деякі ресторани акцентують увагу на використанні місцевих інгредієнтів та продуктів. Вони співпрацюють з місцевими фермерами, пивоварнями та виноробнями для забезпечення якісних та унікальних продуктів. це дозволяє створити аутентичний та екологічно чистий досвід для клієнтів;

- концепція крафтових пар – деякі ресторани створюють спеціальні пари, де крафтові страви та напої гармонійно поєднуються. Наприклад, крафтове пиво може бути рекомендовано до певних страв, що доповнює та підкреслює смакові відтінки. це створює унікальний досвід та сприяє збільшенню продажів.

- експерименти зі смаками та комбінаціями – деякі ресторани активно експериментують зі смаками та комбінаціями крафтових продуктів. Вони створюють унікальні страви, де поєднуються неочікувані інгредієнти та смаки. це дозволяє створити відмінний досвід для споживачів та привернути їх увагу;

- інтерактивність та залучення споживачів – деякі ресторани ставлять акцент на інтерактивних елементах, де клієнти можуть самі брати участь у процесі створення крафтових страв або напоїв. Наприклад, клієнти можуть створювати свої комбінації смаків або брати участь у дегустаціях. це створює взаємодію та позитивний досвід для споживачів [30].

Вивчення стратегій, концепцій та підходів до використання крафтового продукту у ресторанах показує різноманітність та креативність цього напрямку.

Використання місцевих продуктів, створення унікальних комбінацій смаків, акцент на взаємодію зі споживачами – це лише декілька прикладів ефективних підходів. Ресторани, які успішно впроваджують крафтовий продукт, забезпечують клієнтам унікальний досвід, високу якість та розширені можливості вибору.

Розглянемо оцінку позитивних результатів та викликів, з якими ресторани стикаються при впровадженні крафт-трендів. Для більш зрозумілого порівняння будуть використані таблиці, які відображатимуть переваги та виклики (табл.3.1-3.2).

Таблиця 3.1 Позитивні результати впровадження крафт-трендів

Позитивні результати	Значення
1. Розширення аудиторії	Використання крафтового продукту може привернути нових клієнтів, таких як любителі крафтових страв та напоїв.
2. Виділення на ринку	Ресторани, які впроваджують крафт-тренди, можуть виділятися серед конкурентів, привертаючи увагу споживачів своїми унікальними пропозиціями.
3. Підвищення прибутку	Висока якість крафтових продуктів та унікальний досвід можуть дозволити ресторану збільшити ціну та отримати більший прибуток.

Джерело: складено автором

Аналіз позитивних результатів та викликів, з якими ресторани стикаються при впровадженні крафт-трендів, вказує на потенціал та складнощі цього процесу. Позитивні результати включають розширення аудиторії, виділення на ринку та підвищення прибутку. Однак, виклики включають забезпечення якісних інгредієнтів, зміну робочих процесів та високі витрати. Ресторани, які прагнуть впровадити крафт-тренди, повинні бути готові до цих викликів та розробляти стратегії для їх подолання з метою забезпечення успішного впровадження та комерційного успіху.

Таблиця 3.2 Виклики впровадження крафт-трендів

Виклики	Значення
1. Забезпечення інгредієнтів	Завданням ресторану є постійне забезпечення якісними та унікальними інгредієнтами, що може бути складним у деяких випадках.
2. Зміна робочих процесів	Впровадження крафт-трендів може вимагати змін у процесах виробництва, сервісу та управління, що потребує часу та зусиль.
3. Високі витрати	Використання якісних інгредієнтів та ручного виробництва може призвести до зростання витрат на продукцію та обслуговування.

Джерело: складене автором

Дослідження цих аспектів дозволить краще розуміти важливість крафтового продукту у ресторанному бізнесі та його вплив на споживачів.

#### 1. Вибір ресторану:

– уподобання споживачів: споживачі, які цінують якість, унікальний смак та аутентичність продуктів, можуть віддавати перевагу ресторанам з крафтовим продуктом. Вони шукають нові та цікаві досвіди, і крафтовий продукт може задовольнити їх потреби;

– розмаїтість вибору: ресторани з крафтовим продуктом часто пропонують широкий вибір страв, напоїв та комбінацій смаків, що дозволяє споживачам знайти щось під свої уподобання;

– репутація ресторану: ресторани з доброю репутацією у галузі крафтового продукту можуть залучати споживачів, які довіряють їх якості та унікальності.

#### 2. Вплив на уподобання споживачів:

– натуральність та якість: крафтовий продукт зазвичай виготовляється з використанням натуральних та якісних інгредієнтів (це може привертати споживачів, які прагнуть здорового харчування та якісних продуктів);

– унікальний смак та комбінації: крафтовий продукт може пропонувати нові та нестандартні комбінації смаків, які зацікавлюють споживачів і дозволяють їм відкривати нові гастрономічні враження;

– сприятливий досвід: ресторани, які використовують крафтовий продукт, можуть створювати сприятливий та незабутній досвід для споживачів (відчуття унікальності та особливості може позитивно впливати на їх сприйняття ресторану) [31].

Крафтовий продукт має вплив на споживачів, їх уподобання та вибір ресторану. Його натуральність, якість, унікальний смак та комбінації смаків можуть привертати та задовольняти споживачів, які шукають нові та цікаві гастрономічні враження.

Задоволення потреб сучасних споживачів у натуральних, унікальних та якісних продуктах стало важливим фактором у виборі ресторану. Споживачі

все більше звертають увагу на походження та якість продуктів, які вони споживають. Вони шукають натуральні інгредієнти, які не містять шкідливих добавок та хімічних речовин.

Унікальність також є важливим аспектом для сучасних споживачів. Вони прагнуть відкривати нові смаки, комбінації та гастрономічні враження. Крафтовий продукт, зі своїми унікальними рецептами та стилями виробництва, задовольняє цю потребу на унікальність та новизну [32].

Висока якість продуктів також має значення для сучасних споживачів. Вони очікують, що ресторани будуть використовувати тільки якісні інгредієнти та процеси виробництва. Крафтовий продукт, як правило, піддається більш контрольованому процесу виробництва, що сприяє досягненню вищої якості.

Сучасні споживачі також більш усвідомлені щодо свого здоров'я та довкілля. Вони шукають продукти, які відповідають принципам сталості, екологічної чистоти та відповідального виробництва. Крафтовий продукт, зазвичай, покликаний задовольняти ці потреби, використовуючи натуральні та сталі інгредієнти, з мінімальним впливом на довкілля.

Задоволення потреб сучасних споживачів у натуральних, унікальних та якісних продуктах стало необхідністю для ресторанів, які прагнуть привернути та утримати клієнтів. Крафтовий продукт, зі своєю унікальністю, високою якістю та натуральними складовими, стає перевагою для споживачів, що допомагає ресторанам зайняти позицію на ринку та задовольнити їхні вимоги.

Маркетинг та брендинг відіграють важливу роль у просуванні крафтового продукту в ресторанному бізнесі. Вони сприяють залученню уваги споживачів, створенню позитивного сприйняття та відмінності на ринку. Розглянемо роль маркетингу та брендингу у просуванні крафтового продукту.

1. Розробка унікальної ідентичності бренду. Маркетинг та брендинг допомагають створити унікальну ідентичність бренду крафтового продукту. Це включає визначення цінностей, місії, вигід та обіцянок бренду. Чітко визначена ідентичність допомагає привернути увагу споживачів та створити постійну базу фанатів.

2. Розробка стратегії маркетингу. Маркетингова стратегія визначає

способи просування крафтового продукту. Вона включає в себе вибір цільової аудиторії, розробку позиціонування, вибір каналів комунікації та просування продукту. Спрямованість стратегії на унікальність, якість та цінність крафтового продукту допомагає привернути і утримати клієнтів.

3. Комерціалізація унікальності. Маркетинг та брендинг допомагають комерціалізувати унікальність крафтового продукту. Це означає передачу унікальних характеристик та цінностей продукту споживачам через ефективну комунікацію та просування. Рекламні кампанії, упаковка, логотипи та інші маркетингові елементи допомагають виділити продукт серед конкурентів та залучити споживачів.

4. Залучення споживачів. Маркетингові стратегії допомагають залучити споживачів до бренду крафтового продукту. Це може включати проведення різноманітних заходів, які залучають споживачів до процесу виробництва, дегустацій, участі у конкурсах та інших активностях. Взаємодія зі споживачами сприяє побудові довіри, лояльності та підтримці бренду.

5. Моніторинг та аналіз. Маркетингові дослідження та аналіз даних допомагають оцінити ефективність маркетингових стратегій та адаптувати їх у майбутньому. Це дозволяє підтримувати рівень задоволення споживачів, вдосконалювати стратегії та впроваджувати нові ідеї [233].

Маркетинг та брендинг відіграють важливу роль у просуванні крафтового продукту. Вони допомагають створити унікальну ідентичність бренду, розробити маркетингову стратегію, комерціалізувати унікальність продукту, залучити споживачів та аналізувати результати. Ефективне маркетингове просування крафтового продукту сприяє його популяризації, залученню клієнтів та позиціонуванню на ринку.

### **3.2. Потенціал власного крафтового виробництва для ресторанного бізнесу в Україні**

Переваги власного виробництва для ресторанного бізнесу:

1. Контроль якості. Власне виробництво дозволяє ресторану забезпечити контроль якості продуктів, використовуваних у стравах. Це

означає, що ресторан може вибирати найкращі інгредієнти та гарантувати, що вони відповідають стандартам якості.

2. Унікальність продукту. Виробництво власного крафтового продукту дозволяє ресторану створювати унікальні страви та напої, які неможливо знайти в інших закладах. Це додає конкурентної переваги та привертає увагу споживачів.

3. Аутентичність. Власне виробництво допомагає ресторану підкреслити свою аутентичність та унікальну кухню. Він може використовувати традиційні рецепти, регіональні інгредієнти та методи приготування, що підсилює унікальний характер закладу.

4. Гнучкість та інновації. Власне виробництво дає ресторану можливість бути гнучким та інноваційним. Він може швидко адаптуватися до змін у смаках та попиті споживачів, впроваджувати нові рецепти, експериментувати зі смаками та створювати нові продукти.

5. Економічна вигода. Власне виробництво може призвести до економічної вигоди для ресторану. Він може зменшити витрати на закупівлю готових продуктів, оптимізувати процеси виробництва та збільшити маржу на продукції.

Виклики власного виробництва для ресторанного бізнесу:

1. Високі витрати. Власне виробництво вимагає значних фінансових вкладень. Ресторан повинен інвестувати в обладнання, сировину, приміщення та професійний персонал. Це може бути фінансово навантажливим для деяких закладів.

2. Складність управління. Власне виробництво вимагає вміння ефективно управляти виробничим процесом, контролювати запаси, забезпечувати якість та керувати персоналом. Це може бути викликом для ресторанів, які не мають досвіду в цій галузі.

3. Залежність від ресурсів. Виробництво власного продукту вимагає наявності відповідних ресурсів, таких як сировина, енергія, вода тощо. Ресторан повинен забезпечити сталі постачання цих ресурсів, що може бути складним у випадку обмежених ресурсів або нестабільного постачання.

4. Ризик зміни смакових переваг. Крафтовий продукт часто пов'язаний зі смаковими тенденціями та трендами. Якщо смакові переваги споживачів зміняться, ресторану може бути важко адаптуватися та підтримувати попит на власний крафтовий продукт.

5. Конкуренція. Зростаюча популярність крафтового виробництва призводить до збільшення конкуренції на ринку. Ресторанам потрібно бути конкурентоспроможними із іншими закладами, що також пропонують крафтовий продукт.

Враховуючи переваги та виклики, ресторани повинні ретельно оцінювати потенціал власного виробництва та приймати інформовані рішення щодо впровадження його в свою діяльність.

Ринкові умови для крафтового виробництва в Україні є сприятливими, а перспективи розвитку цього сегмента виробництва є обіцяючими. Деякі ключові фактори, що впливають на ринкові умови та перспективи, включають:

1. Зростаючий попит. Споживачі все більше цінують якість, унікальність та автентичність продуктів. Крафтовий виробник може задовольнити цей попит, пропонуючи натуральні, ручної роботи продукти з унікальними смаковими характеристиками.

2. Зміна у споживацьких звичках. Сучасні споживачі все більше орієнтуються на здоровий спосіб життя та ставлять перевагу до натуральних та органічних продуктів. Крафтовий виробник може задовольнити цей попит, пропонуючи продукти без штучних добавок та хімічних речовин.

3. Підтримка місцевої спільноти. Багато споживачів прагнуть підтримувати місцеві підприємства та виробників. Крафтове виробництво, зазвичай, має місцеву спрямованість, використовуючи місцеві інгредієнти та співпрацюючи з місцевими постачальниками.

4. Культурна спадщина та туризм. Україна має багату культурну спадщину та туристичний потенціал. Крафтове виробництво може використовувати ці унікальні характеристики, пропонуючи продукти, які відображають національну культуру та традиції.

5. Розвиток ринку HoReCa. Готельно-ресторанна галузь постійно



розвивається в Україні, збільшуючи попит на якісні та унікальні продукти. Ресторани та кафе можуть залучати клієнтів, пропонуючи крафтові продукти як складову частину своєї пропозиції.

Перспективи для крафтового виробництва в Україні включають:

- збільшення свідомості споживачів про крафтові продукти та їх цінність;
- розширення мережі ресторанів та кафе, які використовують крафтові продукти;
- розвиток місцевих спільнот виробників та споживачів;
- підтримка держави та створення сприятливого регуляторного середовища для крафтового виробництва.

Однак, важливо враховувати конкуренцію на ринку та необхідність підтримки якості та інновацій для забезпечення успіху власного крафтового виробництва.

Ресурсна база та інфраструктура є важливими складовими для успішного власного виробництва в ресторанному бізнесі. Нижче наведена таблиця, яка відображає основні ресурси та інфраструктурні елементи, необхідні для власного виробництва (табл.3.3).

Таблиця 3.3. Ресурсна база та інфраструктура для власного виробництва

Ресурси	Пояснення
Сировина	Власне виробництво вимагає якісних сировинних матеріалів. Ресторан повинен забезпечити постійний доступ до необхідної сировини
Обладнання	Ресторан має мати відповідне обладнання для виробництва продукції, таке як кухонне обладнання, пекарська апаратура, бродильне обладнання тощо.
Робоча сила	Наявність кваліфікованого персоналу для виробництва продукції власними силами
Приміщення	Ресторан повинен мати відповідні приміщення для облаштування виробництва, які відповідають санітарним та гігієнічним стандартам
Логістична інфраструктура	Наявність ефективної логістичної системи, яка забезпечує постачання сировини, вивезення готової продукції та управління запасами

Джерело: складено автором

Дані наведені в табл.3.3 свідчать про важливість наявності необхідних ресурсів та інфраструктури для власного виробництва в ресторанному бізнесі. Якщо ресторан має доступ до якісної сировини, відповідного обладнання,

кваліфікованої робочої сили, відповідних приміщень та логістичної інфраструктури, це дозволяє забезпечити ефективну виробничу діяльність.

Ресурсна база та інфраструктура є важливими факторами для успішного власного виробництва в ресторанному бізнесі. Забезпечення доступу до якісних сировинних матеріалів, наявність відповідного обладнання, наявність кваліфікованої робочої сили, відповідні приміщення та ефективна логістична інфраструктура допоможуть ресторану забезпечити стабільне та якісне виробництво своїх крафтових продуктів.

Критерії вибору продуктів для виробництва включають наступне:

1. Якість продукту. Виробництво повинно вибирати продукти високої якості, які відповідають стандартам та вимогам компанії. Це може включати якість сировини, безпеку та стандарти гігієни, технологічні вимоги до продукту.

2. Доступність сировини. Виробництво повинно мати доступ до необхідних сировинних матеріалів у необхідних обсягах та якості. Важливо враховувати локальну наявність сировини, сезонність її постачання та можливості постачальників.

3. Споживчі вимоги. Виробництво повинно аналізувати споживчі вимоги та тенденції на ринку для вибору продуктів, які популярні серед споживачів. Це може включати популярні смаки, дієтичні обмеження, популярні кулінарні тенденції тощо.

4. Цінова конкурентоспроможність. Виробництво повинно аналізувати вартість сировини та вартість виробництва, щоб забезпечити конкурентоспроможну ціну для своїх крафтових продуктів. Важливо враховувати співвідношення якості та ціни.

5. Локальний та сталі постачальний ланцюг. Виробництво повинно враховувати можливості співпраці з локальними постачальниками та створювати сталі постачальні ланцюги. Це сприятиме забезпеченню свіжості та якості сировини, а також сприятиме розвитку місцевої економіки.

Ці критерії вибору продуктів допоможуть виробництву ресторанного бізнесу забезпечити якість, доступність та відповідність споживчим вимогам

своїх крафтових продуктів.

Виробнича стратегія та план дій є важливими кроками для успішного впровадження крафтового виробництва в ресторанному бізнесі. Нижче наведена таблиця, яка відображає основні етапи розробки виробничої стратегії та плану дій (табл.3.4).

Таблиця 3.4. Основні етапи розробки виробничої стратегії та плану дій

Етапи	Сутність
Аналіз потреб	Вивчення ринку та споживацьких потреб для визначення популярних продуктів і сегментів ринку
Вибір продуктів	Визначення крафтових продуктів, які відповідають ринковим потребам та компетенціям ресторану
Визначення процесів	Розробка оптимальних виробничих процесів для забезпечення якості та ефективності виробництва
Забезпечення ресурсів	Визначення необхідних ресурсів, таких як сировина, обладнання, приміщення та робоча сила
Установлення стандартів	Встановлення якісних та безпечних стандартів для забезпечення високої якості крафтового продукту
Розробка плану дій	Розробка детального плану дій з урахуванням виробничих процесів, ресурсів та стандартів
Впровадження та моніторинг	Виконання розробленого плану дій та запуск виробництва, а також систематичний моніторинг та оцінка продукції та процесів виробництва

Джерело: складене автором

В табл.3.4 відображено основні етапи розробки виробничої стратегії та плану дій для впровадження крафтового виробництва. Кожен етап має свою важливість та визначену послідовність, що допоможе ресторану забезпечити успішне впровадження крафтового виробництва.

Розробка виробничої стратегії та плану дій є ключовими елементами для впровадження крафтового виробництва в ресторанному бізнесі. Визначення потреб ринку, вибір продуктів, розробка виробничих процесів, забезпечення ресурсів та встановлення стандартів допоможуть ресторану ефективно виробляти крафтові продукти високої якості. Розроблений план дій та систематичний моніторинг допоможуть контролювати процес виробництва та забезпечувати його успішне впровадження.

Організація виробничого процесу та контроль якості є важливими елементами для успішного крафтового виробництва (табл.3.5).

Таблиця 3.5. Аспекти організації виробництва та контролю якості

Аспекти	Сутність
Виробниче обладнання	Вибір та придбання відповідного обладнання для виробництва крафтового продукту
Робочий персонал	Навчання та підготовка робочого персоналу для виконання виробничих операцій та контролю якості
Виробничі процеси	Розробка ефективних та стандартизованих процесів виробництва, включаючи рецептури, технології та порядок виконання
Сировинна база	Забезпечення стабільного постачання якісної та відповідної сировини для виробництва продукту
Система контролю якості	Встановлення процедур та стандартів для контролю якості в процесі виробництва, включаючи дегустацію, аналізи та оцінку
Логістика	Організація ефективної логістичної системи для постачання сировини, відправки готової продукції та управління запасами

Джерело: складене автором

Кожен відображений аспект організації виробничого процесу та контролю якості для крафтового виробництва має свою важливість та визначену роль, що допомагає забезпечити якість та ефективність виробництва.

Фінансові аспекти та бюджетування виробництва є важливими елементами для ефективного крафтового виробництва в ресторанному бізнесі. Нижче наведена таблиця, яка відображає основні фінансові аспекти та бюджетування виробництва (табл.3.6).

Таблиця 3.6. Фінансові аспекти та бюджетування виробництва

Аспекти	Сутність
Вартість сировини	Оцінка вартості придбання сировини для виробництва крафтових продуктів
Витрати на обладнання	Розрахунок витрат на придбання та обслуговування виробничого обладнання
Заробітна плата	Розрахунок витрат на оплату праці персоналу, включаючи заробітну плату, податки та соціальні виплати
Витрати на енергію	Оцінка витрат на електроенергію, воду, газ та інші енергетичні ресурси
Маркетингові витрати	Розрахунок витрат на маркетинг та рекламу для просування крафтових продуктів
Управлінські витрати	Врахування витрат на управління виробництвом, включаючи адміністративні витрати, консультації та інші витрати
Бюджетування	Розробка детального бюджету для виробництва, включаючи всі фінансові аспекти

Джерело: складено автором

Кожен фінансовий аспект та бюджетування виробництва для крафтового виробництва дозволяє ресторану врахувати витрати та розрахувати фінансові показники, що допоможе планувати та контролювати фінансову ефективність

виробництва.

Фінансові аспекти та бюджетування виробництва є важливими для крафтового виробництва в ресторанному бізнесі. Оцінка вартості сировини, витрат на обладнання, заробітну плату, енергію, маркетинг та управлінські витрати допомагають визначити загальну вартість виробництва та контролювати фінансову ефективність. Розробка детального бюджету дозволяє планувати та управляти фінансовими ресурсами виробництва.

Оцінка витрат та прибутковості власного виробництва є важливим кроком для ресторанного бізнесу. Нижче наведена таблиця, яка відображає основні аспекти оцінки витрат та прибутковості власного виробництва (табл.3.7).

Таблиця 3.7. Аспекти оцінки витрат та прибутковості власного виробництва

Аспекти	Сутність
Витрати на сировину	Оцінка вартості придбання сировини для виробництва крафтових продуктів
Витрати на обладнання	Розрахунок витрат на придбання та обслуговування виробничого обладнання
Заробітна плата	Розрахунок витрат на оплату праці персоналу, включаючи заробітну плату, податки та соціальні виплати
Витрати на енергію	Оцінка витрат на електроенергію, воду, газ та інші енергетичні ресурси
Маркетингові витрати	Розрахунок витрат на маркетинг та рекламу для просування крафтових продуктів
Управлінські витрати	Врахування витрат на управління виробництвом, включаючи адміністративні витрати, консультації та інші витрати
Прибутковість	Розрахунок прибутку шляхом порівняння доходів від власного виробництва з витратами

Джерело: складене автором

Кожен аспект оцінки витрат та прибутковості власного виробництва дозволяє ресторану розрахувати загальні витрати на сировину, обладнання, заробітну плату, енергію, маркетинг та управління, а також порівняти ці витрати з доходами, що дозволяє оцінити прибутковість власного виробництва.

Оцінка витрат та прибутковості власного виробництва є важливими фінансовими аспектами для ресторанного бізнесу. Розрахунок витрат на сировину, обладнання, заробітну плату, енергію, маркетинг та управління

допомагає ресторану оцінити загальні витрати виробництва. Порівняння цих витрат з доходами визначає прибутковість власного виробництва та допомагає ресторану приймати стратегічні рішення щодо оптимізації виробництва та фінансового успіху.

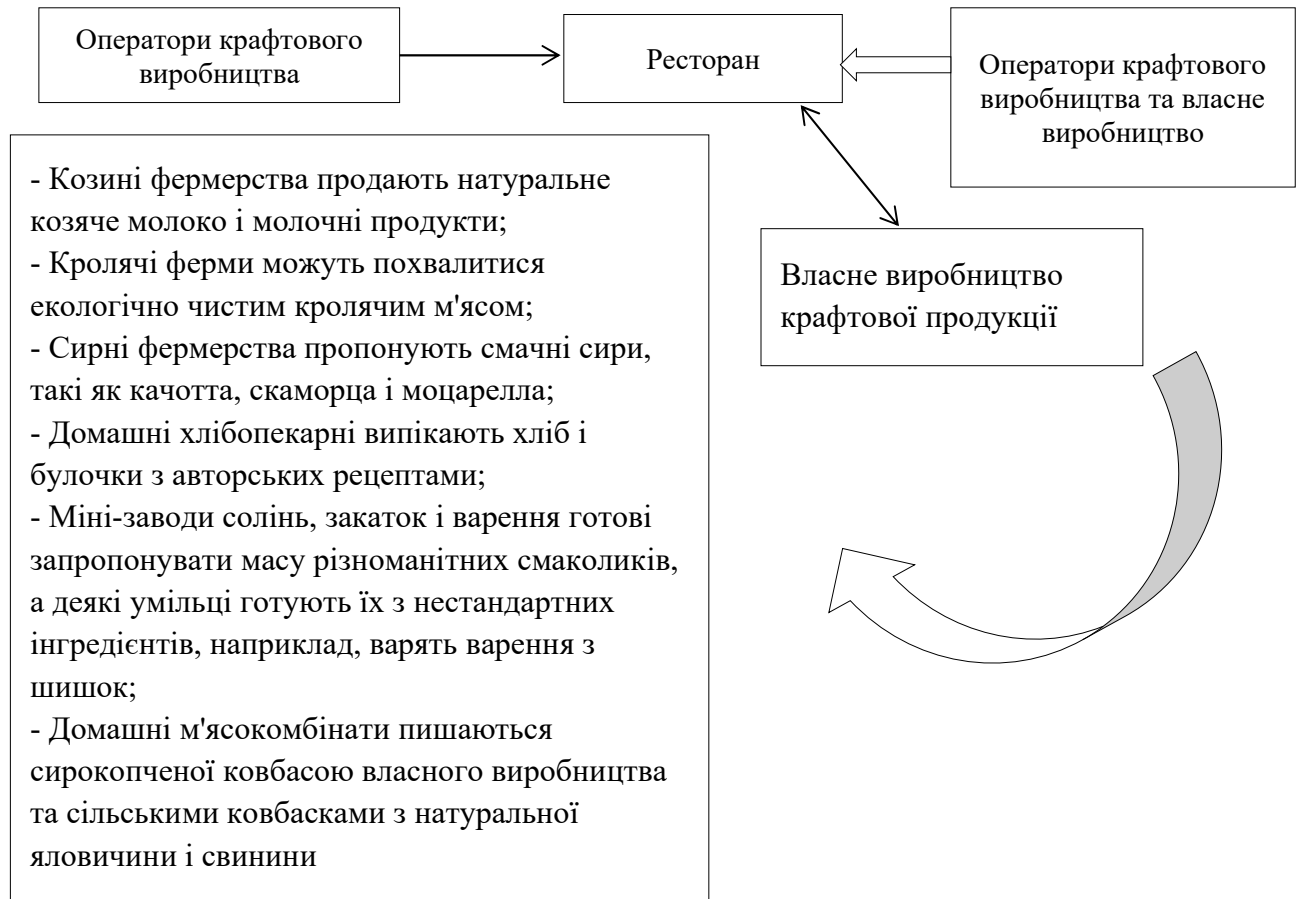


Рисунок 3.1 – Модель співпраці між постачальниками крафтової продукції та ресторанним бізнесом

Джерело: розроблено автором

Розглянемо варіанти співпраці між постачальниками крафтової продукції та рестораном (рис.3.1).

- I варіант – закупівля продукції від операторів крафтового виробництва;
- II варіант – власне виробництво крафтової продукції структурними підрозділами ресторану;
- III варіант – поєднання співпраці з операторами крафтового виробництва та власне виробництво.

## ВИСНОВКИ

В даній роботі було проведено аналіз крафтового виробництва та його роль у ресторанному бізнесі в Україні. Було визначено, що крафтове виробництво є важливим трендом, який набуває все більшої популярності серед споживачів та ресторанних закладів. Воно відрізняється від масового виробництва своєю унікальністю, ручною працею, використанням високоякісних інгредієнтів та збереженням традиційних методів.

Оцінка переваг крафтового виробництва в ресторанному бізнесі показала, що воно сприяє створенню унікального та відмінного від конкурентів продукту, залученню уваги споживачів, підвищенню репутації ресторану та збільшенню доходів. Однак, впровадження крафтового виробництва також поставляє виклики, такі як високі витрати на обладнання та інгредієнти, нестабільність постачання сировини, складнощі у плануванні та управлінні виробництвом.

Дослідження світового досвіду використання крафтового продукту в ресторанному бізнесі показало, що існує багато прикладів успішного впровадження крафт-трендів у ресторанних закладах різних країн. Стратегії та підходи цих ресторанів розроблені з урахуванням потреб споживачів, унікальних концепцій та культурних особливостей.

Вивчення позитивних результатів та викликів, з якими стикаються ресторани при впровадженні крафт-трендів, підкреслило значимість внимати до якості, інноваційності та конкурентоспроможності продукту. Крафтовий продукт може привернути нових клієнтів та задовольнити вимоги сучасних споживачів, але вимагає постійного контролю якості та вдосконалення.

Результати аналізу показали, що впровадження крафтового виробництва в ресторанний бізнес в Україні має значний потенціал. Крафт-тренди пропонують ресторанам нові можливості для відмінності та конкурентоспроможності. Залученням якісних інгредієнтів, ручної праці та унікальних рецептур ресторани можуть створити унікальний продукт, який приверне споживачів та забезпечить успішний розвиток бізнесу.

Узагальнюючи, крафтове виробництво має великий потенціал для

ресторанного бізнесу в Україні. Воно дозволяє ресторанам створювати унікальні, якісні та інноваційні продукти, привертати нових клієнтів та підвищувати репутацію. Однак, для успішного впровадження крафтового виробництва необхідно ретельно вивчити ринкові умови, розробити ефективну стратегію та забезпечити контроль якості.

Також, успішне впровадження крафтового виробництва вимагає належної уваги до фінансових аспектів. Оцінка витрат на сировину, обладнання, заробітну плату та інші фактори допомагає ресторанам зрозуміти фінансову ефективність виробництва і планувати свої бюджети. Оптимальне управління ресурсами, розробка ефективної стратегії та контроль над витратами є ключовими факторами для забезпечення успішності крафтового виробництва.

Нарешті, ресторани, що впроваджують крафт-тренди, повинні активно взаємодіяти зі споживачами та враховувати їхні вподобання та потреби. Ефективний маркетинг та брендинг допомагають просунути крафтовий продукт на ринку, створити позитивне сприйняття та забезпечити лояльність клієнтів. Розуміння та аналіз реакції споживачів дозволяють ресторанам вдосконалювати свою стратегію та пристосовуватися до змінних потреб ринку.

Однак, при впровадженні крафтового виробництва в ресторанний бізнес в Україні, ресторани також стикаються з рядом викликів. Наприклад, висока вартість інгредієнтів та обладнання може ставити питання щодо фінансової ефективності та збалансованості витрат. Постачання якісної сировини може бути нестабільним, особливо якщо вона має локальне походження. Крім того, забезпечення постійного контролю якості та дотримання традиційних методів виробництва може вимагати додаткових зусиль та ресурсів.

Враховуючи ці виклики, ресторани, що прагнуть впровадити крафтове виробництво, повинні ретельно розробляти стратегію та план дій. Важливо визначити свої цілі та об'єктиви, враховуючи ринкові умови та споживчі вподобання. Розробка ефективної виробничої стратегії, включаючи вибір інгредієнтів, обладнання та технологій, є ключовим етапом. Додатково, важливо забезпечити контроль якості виробництва, використовуючи методи тестування, оцінки смакових якостей та забезпечення відповідності стандартам.



Фінансовий аспект також відіграє важливу роль у впровадженні крафтового виробництва. Ресторани повинні визначити свій бюджет та розрахувати витрати на сировину, обладнання, персонал та маркетинг. Додатково, необхідно розробити стратегію збуту та маркетингу, щоб залучити споживачів та розширити свою аудиторію. Забезпечення фінансової стійкості та прибутковості є ключовими факторами успіху у впровадженні крафтового виробництва.

Впровадження крафтового виробництва в ресторанний бізнес в Україні відкриває нові можливості для створення унікальних та високоякісних продуктів, залучення нових клієнтів та підвищення конкурентоспроможності. Однак, це вимагає ретельного планування, стратегічного підходу та управління фінансовими ресурсами. Ресторани, які успішно впроваджують крафтове виробництво, мають можливість відзначитися на ринку та задовольнити зростаючі потреби споживачів у якісних та унікальних продуктах.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Осадчук І. В., Боліла С. Ю., Кириченко Н. В. Розвиток крафтового органічного сімейного фермерства – шлях до подолання безробіття на селі. *Ефективна економіка*. 2020. № 4. – URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7772> (дата звернення: 05.05.2023). DOI: 10.32702/2307-2105-2020.4.61
2. Колодяжна, В. (2023). Маркетинговий аналіз вітчизняного ринку крафтової аграрної продукції. *Bulletin of Sumy National Agrarian University*, (1 (93), 22-27. <https://doi.org/10.32782/bsnau.2023.1.5>
3. Від безіменного «домашнього» до брендового «крафтового». <http://agro-business.com.ua/agro/idei-trendy/item/20009-vid-bezimennoho-domashnoho-do-brendovoho-kraftovoho.html>. (дата звернення: 05.05.2023).
4. 5 напрямків майбутнього їжі і 4 майстрині SheFarms — як розвивається українське крафтове виробництво. <https://www.seeds.org.ua/5-napryamkiv-majbutnogo-izhi-i-4-majstrini-shefarms-yak-rozvivayetsya-ukrainske-kraftove-virobnictvo/>. (дата звернення: 05.05.2023).
5. Крафтове виробництво: бути чи не бути? Пошук шляхів вирішення проблемних питань для мсб у сфері виробництва харчових продуктів. <https://uccr.org.ua/events/roundtables/kraftove-virobnitstvo-buti-chi-ne-buti-poshuk-shliakhiv-virishennia-problemnikh-pitan-dlia-msb-u-sferi-virobnitstva-kharchovikh-produktiv>. (дата звернення: 05.05.2023).
6. Сімейні молочні ферми почали крафтове виробництво сиру. <https://harch.tech/2022/04/26/kraftovujvirobnuk/>. (дата звернення: 05.05.2023).
7. Кубрак О. Виробництво крафтової продукції як соціальна компонента розвитку гастрономічного туризму. <https://sportscience.ldufk.edu.ua/index.php/trends/article/view/975>. (дата звернення: 05.05.2023).
8. Ковбаса О.М. Місце аграрного підприємництва в розвитку територіальних громад. *Інфраструктура ринку*. 2022. Випуск 66. <https://repo.snau.edu.ua/bitstream/123456789/10028/1/23.pdf>. (дата звернення:

05.05.2023).

9. Державна служба статистики України. URL: [http:// ukrstat.gov.ua/](http://ukrstat.gov.ua/). (дата звернення: 05.05.2023).

10. Державний інфо-сервіс Start Business Challenge. URL: <https://sbc.regulation.gov.ua/>. (дата звернення: 05.05.2023).

11. Об'єм ресторанного ринку в Україні за 2020 рік. URL: <https://horeca-ukraine.com/obem-restorannogo-rynka-v-ukraine-za-2020-god/> . (дата звернення: 05.05.2023).

12. Антошкова Н. А. Аналіз сучасного ринку ресторанних послуг в Україні // Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Сучасні напрями розвитку економіки, підприємництва, технологій та їх правового забезпечення» (м. Львів, 18–19 червня 2020 р.). Львів, 2020. С. 203–205. URL: [https://tourlib.net/statti\\_ukr/antoshkova.htm](https://tourlib.net/statti_ukr/antoshkova.htm) . (дата звернення: 05.05.2023).

13. Кучечук Л. В. Види та особливості ефективної Інтернет-реклами закладів ресторанного бізнесу // Гостинність, сервіс, туризм: досвід, проблеми, інновації : тези доповідей VIII Міжнар. наук.-практ. інтернетконф. (м. Київ, 8–9 квітня 2021 р.). Київ, 2021. С. 50–54.

14. Балацька Н. Ю. Ресторанний бізнес в умовах пандемії коронавірусу: проблеми та напрями трансформації моделей розвитку. *Інфраструктура ринку*. 2020. Вип. 42. С. 117–122. DOI: <https://doi.org/10.32843/infrastruct42-20>. (дата звернення: 05.05.2023).

15. Полотай, Б. Я., & Жмур-Клименко, Б. В. (2022). Ресторанний бізнес під час війни. *Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі*, (7), 37-42. <https://doi.org/10.32782/tourismhospsee-7-5>. (дата звернення: 05.05.2023).

16. Балацька Н.Ю. Ресторанний бізнес в умовах пандемії коронавірусу, проблеми та напрями трансформації моделей розвитку. *Інфраструктура ринку*. 2020. Вип. 42. С. 117–122. URL: <https://doi.org/10.32843/infrastruct42-20> (дата звернення: 05.05.2023). 17. Босовська М., Бовш Л., Антонюк І. Ресторанні тактики: антипандемічний кейс. *Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. Серія «Економічні науки»*. 2021. № 2. С. 113–132. (дата звернення: 05.05.2023).

18. Ресторан «Інші» з безкоштовним меню від Євгена Клопотенка та Інни Поперешнюк у Львові. <https://www.the-village.com.ua/village/food/new-place/324593-restoran-inshi-z-bezkoshtovnim-menyu-v-tsentri-lvova-vid-evgena-klopotenka-ta-inni-popereshnyuk>. (дата звернення: 05.05.2023).

19. Мережа Biblioteka resto bar . <https://biblioteka.vn.ua/about/>. (дата звернення: 05.05.2023).

20. Ресторан Utati з «авангардною азійською кухнею» у Львові. <https://www.the-village.com.ua/village/food/food-news/329655-restoran-utati-iz-avangardnoyu-aziyskoju-kuhneju-u-lvovi>. (дата звернення: 05.05.2023).

21. Кіш Г.В. Методи антикризового маркетингу закладів ресторанного господарства в умовах пандемії COVID-19. Modern science: problems and innovations : праці 4-ї міжнар наук.-практ. конф., м. Стокгольм, Швеція, 28–30 червня, 2020. С. 356–360.

22. Воєнний номер журналу Форбс. URL: <https://forbes.ua/company/bogifandreyzingu-khto-zaluchiv-naybilshe-groshey-dlya-ukraintsiv-ta-armii-pid-chas-viynirenkig-vid-forbes-07042022-5327>. (дата звернення: 05.05.2023).

23. Іванова Л., Вовчанська О. Вплив пандемії COVID-19 на кон'юнктуру ринку ресторанних послуг. Сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності : праці міжнар. наук.-практ. конф., м. Львів, 26–27 листопада 2020 р. Львів, 2020. С. 45–50.

24. Іонов Андрій. Стрітфуд, крафт і кадровий голод: чим живе ресторанний бізнес в світі та Україні: <https://rau.ua/novyni/restorannyj-biznes/>. (дата звернення: 05.05.2023).

25. Головні тренди у ресторанному бізнесі: обслуговування споживачів, сучасні технології, кулінарні вподобання. <https://artofcooking.com.ua/blog/golovni-trendi-u-restorannomu-biznesi>. (дата звернення: 05.05.2023).

26. Асоціація рад Львівщини створила перший каталог крафтових виробників у регіоні. [https://tvoemisto.tv/news/na\\_lvivshchyni\\_stvoryly\\_pershyu\\_katalog\\_kraftovyh\\_vyro](https://tvoemisto.tv/news/na_lvivshchyni_stvoryly_pershyu_katalog_kraftovyh_vyro)

bnykiv\_u\_regioni\_126203.html. (дата звернення: 05.05.2023).

27. Кооператив з Хмельниччини переробляє ягоди на крафтову продукцію. <https://zemliak.com/news/biznes-u-seli/4313-kooperativ-z-hmelnichchini-pereroblyaye-yagodi-na-kraftovu-produkciyu>. (дата звернення: 05.05.2023).

28. Крафтові продукти. <https://theheartofwine.com/kraftovi-produkty/>. (дата звернення: 05.05.2023).

29. Стан та перспективи розвитку туристичного та готельно-ресторанного бізнесу : колективна монографія [Електронний ресурс] / за ред. д.і.н., проф. Чепурди Г.М.; Черкас. держ. технол. ун-т. Черкаси : ЧДТУ, 2019. 157 с

30. Ліщинська В.В. Вплив бізнес-об'єднань на розвиток крафтового виробництва в Україні. Стратегія бізнес-організації в умовах невизначеності : зб. матеріалів міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ, 10 листоп. 2021 р. / М-во освіти і науки України, Київ. нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана ; [орг. ком.: М. Сагайдак (голова) та ін.]. – Електрон. текст. дані. – Київ : КНЕУ, 2021. – С. 44–48. <https://ir.kneu.edu.ua/handle/2010/38059> (дата звернення: 05.05.2023).

31. Колодяжна В. О. Теоретико-методичні основи дослідження крафтового виробництва аграрної продукції. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2022. Випуск 42. [http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/42\\_2022ua/33.pdf](http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/42_2022ua/33.pdf). (дата звернення: 05.05.2023).

32. Дудчик О.Ю., Яренчак М.В., Бабінян Л.Н. Роль малого та середнього бізнесу в економіці України. *Економіка та управління підприємствами*. 2019. № 6(74). С. 65–70.

33. Корнілова В.В., Корнілова Н.В. Сучасні тенденції розвитку гастрономічного туризму. *Ефективна економіка*. 2018. № 2. URL: [www.economy.nauka.com.ua](http://www.economy.nauka.com.ua). (дата звернення: 05.05.2023).