

**УДК: 658.64**

**О. Маслійчук**

*канд. тех. наук,*

*викладач кафедри готельно-ресторанного бізнесу,*

*Львівський державний університет фізичної*

*культури імені Івана Боберського*

## **ФОРМАТ РЕСТОРАНУ «DARK KITCHEN»: АДАПТАЦІЯ В УМОВАХ КАРАНТИНУ**

Під час карантину заклади ресторанного бізнесу вимушені швидко реагувати на нові умови на ринку сфери послуг. Закладам ресторанного господарства необхідно шукати нові формати і шляхи функціонування.

Метою дослідження є аналіз адаптації ресторанного господарства під час карантину через упровадження нового формату діяльності.

Формат «Dark kitchen» («темна кухня») – не нове явище для світового ресторанного бізнесу – заклади займаються тільки доставлянням готової їжі [1]. Переваги «dark kitchen» полягають в оптимізації витрат на оренду і персонал.

Західні експерти вважають, що «dark kitchen» є вигідним форматом не тільки з погляду оптимізації витрат. Без великих початкових інвестицій ресторатори можуть перевірити свій бренд і створити клієнтську базу в середовищі з низьким рівнем ризику перш ніж відкрити приміщення. Співпраця з агрегаторами доставляння дасть змогу швидко організувати сервіс і тестувати попит на певні види страв [2].

Експоненціальне зростання онлайн-замовлень у світовому громадському харчуванні свідчить про те, що «темні кухні» з'явилися, щоб залишитися надовго, і що трансформація традиційного ринку громадського харчування буде прискорюватися. Крім того, «dark kitchen» не є фірмовими торговими точками, що дає їм більше гнучкості в можливості пропонувати широкий спектр стилів кухні і, отже, обслуговувати ширше коло клієнтів [1]. Джон Гласс, американський ресторанный аналітик «Morgan Stanley», вважає, що онлайн-замовлення їжі

додому будуть збільшуватися на 16 % щорічно протягом наступних п'яти років. Ці цифри не враховували появу коронавірусу, який скоректує частку в більшу сторону. Ринок онлайн-замовлень буде рости більш високими темпами, ніж традиційне споживання. Так, експерт «Morgan Stanley» вважає, що в 2021 році частка онлайн замовлень перевищить традиційне споживання у двічі [2].

Україна не відстає від загальносвітового тренда розвитку фудтіч-сервісів. Коронавірус і вимушена ізоляція дали життя новому закладу, яке з'явилося в цих непростих умовах у Львові. «КуркаGO» пропонує великий вибір страв із курки і працює за системою «dark kitchen», тобто тільки на доставляння. Цей формат передбачає такі особливості: обмежений асортимент страв; використання сетів; активне просування онлайн; співпраця зі службами доставляння; вузька географія доставляння [3].

У центрі столиці під час кризи розпочав роботу перший ресторан формату «dark kitchen» – «Кухня», замовити їжу в якому можна за допомогою смартфона, а замість офіціанта її доставить кур'єр [1].

Концепція «dark kitchen» дає змогу випускати продукцію під різними брендами в приміщеннях одного закладу, наприклад, піцу і страви кухні для здорового харчування, що важко зробити в ресторані з єдиною ідеєю.

Використання в меню різних концепцій і готових простих комбо-наборів допомагає налагодити потокове виробництво і змінювати його залежно від попиту на ті чи ті страви.

Технологічний процес складається з таких стадій: оброблення сировини; приготування напівфабрикатів; приготування готових страв після отримання замовлення; упакування замовлення; передавання замовлення кур'єрові і доставляння клієнтові.

Обов'язковим є використання якісного одноразового упакування, що має сертифікати. В Україні є фірма «Naturpack», що реалізує компостований одноразовий посуд та пакувальні матеріали для їжі «Vegware» [4].

Компанія «Glovo» оголосила про запуск першої «хмарної кухні» або «dark kitchen» в Україні. У «Glovo» ця модель дістала назву «Cook Room». Першими партнерами дебютної «хмарної кухні» в Києві стали «Kitaika», «3B Cafe», «Torisho», «Menya Musashi», мережі «Berliner Döner» і «Foodz Ukrain» [3].

Більшість закладів, що продовжили свою роботу в умовах карантину, обрали найбільш вигідний для підприємства формат – налагодження співпраці з сервісом доставляння і паралельна організація послуги «take away» – «узяти з собою». Проте створення таких умов для функціонування підприємств ресторанного бізнесу вимагає суттєвих фінансових затрат, тому для 60% закладів оптимальним є рішення припинити діяльність на період карантину, аніж організувати сервіс доставляння [5]. У разі грамотної організації процесу «dark kitchen» працює не для оренди приміщення, а для власного прибутку.

Формат ресторану «dark kitchen» – це адаптаційний кейс у тренді створення нових закладів в умовах карантину, які змогли б працювати на прибуток та задоволення послуг клієнта у харчуванні.

*Ключові слова:* ресторан, адаптація, dark kitchen, карантин, ресторанний бізнес

### Список використаних джерел

1. Без офіціантів і посадкових місць: у Києві відкрили перший ресторан у форматі dark kitchen [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.the-village.com.ua/village/food/food-promo/291523-dark-kitchen> (дата звернення: 04.11.2020).
2. Dark kitchen – ресторани будущего или костыль в кризис? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://f.partnerkin.com/blog/allinfo/dark\\_kitchen](https://f.partnerkin.com/blog/allinfo/dark_kitchen) (дата просмотра: 04.11.2020).
3. Dark Kitchen и онлайн-доставка еды: инструкция по выживанию для рестораторов [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://brabagency.com/insights/dark-kitchen> (дата просмотра: 04.11.2020).
4. Офіційна сторінка Naturpack [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.naturpack.com.ua](http://www.naturpack.com.ua) (дата звернення: 04.11.2020).
5. Адаптація готельно-ресторанного бізнесу в умовах карантину / Доценко В. Ф., Цирульнікова В. В., Тищенко О. М., Різник А. О. // Інноваційні технології в готельно-ресторанному бізнесі : матеріали ІХ Всеукраїнської науково-практичної конференції 19–20 травня 2020 р. – Київ : НУХТ. – С. 32.