

О. Ю. Давидова, д-р екон. наук, професор

e-mail: davydova_oks@ukr.net

<https://orcid.org/0000-0003-3045-9464>

Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця

С. І. Сисоєва, канд. з держ. управління, доцент

e-mail: svitlanasysoieva@gmail.com

<http://orcid.org/0000-0003-0790-0581>

Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця

НОВІТНІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА ТРЕНДИ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

Обґрунтовано теоретичні, науково-методичні та прикладні питання ресторанної галузі. Розроблено практичні рекомендації щодо застосування новітніх трендів у галузі ресторанного бізнесу та здорового харчування. Методологічною основою дослідження є сукупність методів наукового пізнання, а саме логічних, системно-структурних та інших. Сфера ресторанного господарства є галуззю економіки, що постійно розвивається. Оскільки ця сфера торкається інтересів майже всього населення, вона вимагає до себе особливої уваги та підходу, і з метою максимального задоволення інтересів споживачів необхідно поступово проводити модернізацію бізнесу та впроваджувати інновації та технології, необхідні для подальшої життєдіяльності ресторанів. Стаття спрямована на вивчення технологій і трендів у сфері ресторанного господарства, описує тренди, що використовують у ресторанах та інших закладах ресторанного господарства. Доведено, що правильне харчування не просто тренд, а невід'ємна частина сучасної культури харчування. У статті представлено найбільш пріоритетні тренди, виявлено позитивне і негативне значення та розглянуто технології, що найчастіше використовують у ресторанному бізнесі. Розглянуто класифікацію інновацій і виділено кілька основних груп, на які вони поділяються. Виявлено ознаки, що визначають рівень використання трендів. Тому актуальним залишається завдання з розроблення та впровадження нових видів технологій, що сприяють подальшому розвитку ресторанної сфери нашої країни. Доведено, що інновації дозволяють підприємству ресторанного господарства покращувати якість обслуговування та технологію приготування страв. А їх застосування є одним з факторів, що підвищують конкурентоспроможність підприємства ресторанного господарства на ринку.

Ключові слова: тренд, технологія, ресторанний бізнес, екологія, здорове харчування, споживач, страви.

Формулювання проблеми в загальному вигляді. Ресторанне господарство є провідною галуззю народного господарства, основу якого складають підприємства, що характеризуються загальною формою організації виробництва та обслуговування споживачів. Застосування інноваційних технологій у підприємствах ресторанного господарства не просто важливе, а й вкрай необхідне. Для того, щоб ресторан був конкурентоспроможним, ресторатору необхідно звертати чимало уваги на цей фактор під час управління власним бізнесом. На сьогодні високий інноваційний потенціал є двигуном прогресу.

Таким чином, постійне вдосконалення технологій і трендів під час управління рестораном залишається актуальним і є першорядною умовою для забезпечення високої конкурентоспроможності підприємства ресторанного господарства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аналіз літератури з технологій сфери ресторанного господарства показав, що в діяльності ресторанного бізнесу все більше уваги приділяється забезпеченню високої якості здорової їжі, оскільки правильний спосіб життя та дбайливе ставлення до свого здоров'я стають усе більш вагомими сферами життя людей. Здоровий раціон є основою для підтримки гарного стану здоров'я, активності та загального благополуччя.

Формування цілей. Мета статті полягає в обґрунтуванні основних технологій і трендів, які необхідні для ведення ефективного ресторанного бізнесу, аналізі інновацій, які змінять індустрію гостинності в найближчому майбутньому та забезпечать конкурентні переваги на ринку в сучасних умовах.

Методи дослідження: статистичний метод, метод конкурентного аналізу, метод узагальнення, прогнозування.

Виклад основного матеріалу. Як зазначає М. Міхненко [1], тренд розроблення та впровадження інноваційних технологій поширюється на індустрію ресторанного господарства, вносячи нові ідеї та пропозиції в меню ресторанів, кафе та готелів.

Безглютенова дієта. Ця дієта переважає не лише серед тих, хто страждає від целиакії (це захворювання, пов'язане з непереносимістю білка глютен), а й серед тих, хто веде здоровий спосіб життя.

Ресторани та кафе, керуючись трендами, включають у меню безглютенові страви, використовуючи альтернативні продукти, такі як: кукурудзяне або рисове борошно, картоплю та кіноа. Безглютенові десерти, хліб, паста та піца вже не є рідкістю у закладах ресторанного господарства.

Вегетаріанство. Люди обирають вегетаріанський спосіб життя через переконання про турботу до здоров'я, а також навколишнього середовища.

Багато ресторанів через таку тенденцію включили в меню широкий вибір страв, що виключають використання м'яса та тваринних продуктів. До таких страв належать:

- бургер на основі грибів портобелло;
- ризотто з лісовими грибами;
- каррі з овочами;
- вегетаріанська лазанья.

Низькокалорійні страви. Свідоме харчування та контроль калорій стали важливою складовою правильного способу життя. Щоб задовольнити цю потребу, ресторани почали пропонувати низькокалорійні меню або зазначати кількість калорій у стравах, щоб споживачі могли самостійно корегувати їх кількість. Легкі супи, салати, парові овочі, картопляне пюре на воді – це їжа, яка допомагає споживачам підтримувати необхідну вагу та здоров'я.

Суперфуди. Це продукти з підвищеним вмістом поживних речовин. Якщо вживати їх як добавку до правильного харчування та здорового способу життя, вони допоможуть організму звільнитися від токсинів та отримати додаткові вітаміни. Кіноа, чіа, авокадо, горіхи, ягоди годжі та асаї є звичними складовими меню в різних салатах, супах, десертах і смузі.

Ферментовані вироби. Ці продукти засвоюються краще, ніж ті, що у свіжому вигляді, також доведено, що в них більше вітамінів, пробіотиків та інших потенційно корисних речовин. Квас, кімчі, кефір, йогурт, капуста та інші продукти широко застосовують у меню ресторанів для споживачів, які стежать за своїм раціоном.

Правильне харчування не просто тренд, а й невід'ємна частина сучасної культури. Ресторанний бізнес активно впроваджує сучасні тенденції, створюючи пропозиції та задовольняючи потреби своїх споживачів.

Безпека та якість їжі стають пріоритетними питаннями для споживачів. Екологічно чисті продукти, вирощені без використання пестицидів, штучних добрив та ГМО, стають усе більше популярними. Вони забезпечують натуральний смак, підвищують харчову цінність їжі та знижують екологічне навантаження. Тому вони стали трендом у ресторанному бізнесі.

Екологічно чисті та локальні продукти у ресторанному бізнесі. Використання локальної продукції обумовлено прагненням до стійкості та підтримки місцевих виробників. Це не просто модна концепція, а й спосіб забезпечити свіжість та високу якість продуктів. Їх придбання у місцевих

фермерів і виробників гарантує мінімальний час між збиранням урожаю та його використанням у виробництві, що сприяє збереженню харчових властивостей і смакових якостей.

Нині у сфері ресторанного господарства активно впроваджують інновації, які розроблені для поліпшення якості продукції ресторанного господарства та стійкості виробництва. Деякі ресторани та кафе створюють власні ферми для вирощування овочів і зелені, що дозволяє їм контролювати всі етапи виробництва.

Щороку ресторатори ретельно підходять до аналізу роботи підприємств ресторанного господарства: сервіс, їжа, дизайн, маркетинг – усе це регулярно піддається перегляду та модернізуванню відповідно до останніх трендів і запитів споживачів.

Враховуючи, що на українському ресторанному ринку завжди присутня жорстка конкуренція, важливо постійно вивчати, розробляти та впроваджувати у підприємства ресторанного господарства нові тенденції.

Тренди у ресторанному бізнесі змінюють один одного з величезною швидкістю, відкривається дедалі більше ідейно нових проєктів. Серед таких – винні бари. Культура споживання вина в Україні розвивається дуже стрімко, зокрема на ґрунті українських вин.

Ще 7-10 років тому вино розглядалося як предмет розкоші, атрибут свята. Наразі існує відкритий інтерес до культури вина, а сама індустрія розширюється та доповнюється лекціями, дегустаціями, майстер-класами та багатьма іншими винними інтерактивами [2].

Необхідно відзначити прорив в українському виноробстві. Асортимент вітчизняних вин у барних картах ресторанів постійно зростає. Багато виноробів створює такі напої, які нічим не поступаються коштовним закордонним винам. Вимоги та вподобання споживачів постійно змінюються. Знову популярності набуває ігристе вино.

Варто відзначити, що переваги смаків у вині у чоловіків і жінок майже не відрізняються. Стереотип про те, що жінки п'ють лише біле, а чоловіки – червоне, не підтверджується. Щодо ігристих вин, то чоловіки зазвичай рідше їх обирають, ніж жінки.

Однак якими не були мінливими тренди на вино, споживачі очікують дещо більшого, ніж просто гарної кухні та винної карти. До ресторанів приходять за спілкуванням, настроєм, атмосферою.

З цього випливає ще один тренд – емоційний сервіс.

Обслуговування в ресторані – це не лише про якість послуг, а й про емоційний фактор. Одним з найефективніших інструментів у боротьбі за споживача є емоційний сервіс. Взаємозв'язок достатньо простий: чим більше позитивних емоцій і вражень від візиту отримує споживач, тим

швидше він стає лояльним до підприємства.

Основне джерело емоцій у ресторані – це персонал, який працює безпосередньо у залі. Від того, як він зустріне споживача, усміхнеться, розкаже про ресторан і меню, залежить рішення споживача повернутися чи ні. Але є важливий нюанс, який зауважує не кожний керівник закладу ресторанного господарства: працівник має не просто трансливати позитивні емоції, а й сам бути заряджений ними. Споживач обов'язково помітить негативний настрій офіціанта чи хостес.

Емоційний сервіс у реаліях вітчизняної ресторанної сфери тільки починає зароджуватися і поки що більше обговорюється, ніж застосовується. Складність полягає в тому, що ця робота потрібна не лише зі споживачем, а й з працівниками. Ресторатору необхідно правильно донести до членів команди основні ідеї емоційного сервісу, мотивувати та показати, наскільки є важливим особистий внесок кожного. Коли набирається команда для роботи з емоційним підходом, треба звертати увагу на те, наскільки кандидат на посаду харизматичний, комунікаційний і доброзичливий, чи вміє він привернути до себе, чи зможе працювати в команді. Такий вибір ускладнюється тим, що, по-перше, перевірити людину можна лише під час обслуговування споживачів. І не завжди вибір може виявитися правильним.

По-друге, для запровадження емоційного сервісу не існує жодної інструкції того, чому навчати персонал.

Саме поняття емоційного сервісу спирається на внутрішню складову кожного окремого співробітника. Навчити гарному обслуговуванню можливо, а відчувати людей, усміхатися їм, підтримувати розмову – не завжди [3].

Попри те, що такий підхід до сервісу ще не набув широкого розповсюдження, але його ефективність достатньо легко відстежити за відгуками або службою таємних споживачів.

Менш популярними стають моноформатні заклади, їм усе складніше утриматися на ринку. До таких підприємств належать спешелті кав'ярні, де, крім напоїв, нічого не пропонують. Споживачі схильні до поєднання споживання їжі та отримання емоцій. Споживачі все більше обирають гібридні формати: ресторани, імерсивні ресторани, ресторани-клуби, кафе всередині магазину тощо [4].

Кафе всередині магазину або магазин усередині кафе – уже стійкий тренд на ресторанному ринку. Це зручно, швидко та некоштовно для споживача, а для бізнесу – вигідно, оскільки цільова аудиторія автоматично стає більше і раціональніше витрачають ресурси.

Рестобари стали популярними з розвитком культури пиття.

Споживачі віддають більшу перевагу якісному алкоголю та його вживанню у спеціальних для цього місцях. Так, з'явилося багато ресторанів зі спеціалізацією на певному напої.

Усвідомлене споживання та екологічний порядок денний позначилися і на гастрономії. Останніми роками різко зріс попит на рослинні продукти (рослинне молоко та йогурти, м'ясо, снеки з фруктів та овочів тощо), і більша увага стала приділятися походженню самих продуктів. На основі цього з'явився тренд на сезонні та локальні продукти, які є більш екологічні та набагато якісні. Звичайно, використання сезонних продуктів дозволяє заощаджувати гроші не лише рестораторам, а й споживачам [5].

Ще одним трендом, який значно впливає на ресторанну індустрію, стає етичне працевлаштування. Так, недавнє дослідження, проведене платформою замовлень меню, показало, що 9 з 10 жителів штату Вікторія (Австралія) вважають за краще відвідувати ті заклади ресторанного господарства, де, на їхню думку, добре ставляться до персоналу і тому деякі кафе відкрито вказують додаткові збори [6].

Наприклад, у меню Black Vice зазначено: «Щоб справедливо платити нашому прекрасному персоналу, ми маємо надбавку у розмірі 10% у вихідні та 20% у святкові дні» [1]. Однак справа полягає не лише у грошах. Платіжна платформа Deputy провела опитування, яке показало, що 93% працівників вважають благополуччя таким же важливим критерієм у роботі, як і гроші. Для досягнення такого, на перший погляд, ілюзорного благополуччя, власники кафе та ресторанів використовують різні методи.

Інфляція та криза постачання мають сильний вплив на ціни та різноманітність можливих страв, які можуть запропонувати ресторани та кафе. Через це заклади ресторанного господарства стикаються з вибором: вони змушені або підняти ціни, або переосмислити меню. Таке переосмислення може включати зміну розміру порцій, включення більшої кількості вегетаріанських і сезонних страв, а також продуктів місцевого виробництва [7].

Найчастіше у закладах застосовують підхід до зменшення порцій. Проте минулого року понад чверть усіх доставок їжі у Бельгії склалися з вегетаріанських або веганських страв.

Останнім, але значимим трендом є ностальгія. Від кіно до ресторанного господарства — покоління мілініалів підживлює хвилю захоплення 80-ми та 90-ми у багатьох галузях. Чим турбулентніші часи, тим сильніше споживачі тяжіють до знайомого і комфортного: переглядають улюблені фільми і зітхають, що раніше було краще [8].

Деякі мережі швидкого харчування США вже почали конвертувати

ностальгію своїх споживачів у гроші. McDonald's, наприклад, повернув у меню коробки Хеппі Міл для дорослих: маркетинговий хід виявився настільки успішним, що низка локацій розпродала їх запаси протягом першого дня.

Ностальгічні персонажі та страви привабливі для фаст-фуд ресторанів з двох причин: по-перше, вони можуть сподобатися дорослим, які пам'ятають оригінальні рекламні акції, а по-друге, вони познайомлять з ними молоде покоління. А враховуючи, що кількість запитів на фаст-фуд у США зросла на 90% (за даними сервісу Yelp), цим трендом не можна нехтувати [1].

Ще одним трендом стала поява нових та оригінальних форматів закладів. До них можна включити віртуальні ресторани.

Поп-апи – тимчасові ресторани, які відкриваються на обмежений час для надання унікальних меню та концепцій.

Фудтраки стають усе більш популярними, надаючи кухарям свободу пересуватися та досягати нової аудиторії [2].

Гастробари, що пропонують не тільки кулінарний досвід, а й розваги, такі як кулінарні шоу та майстер-класи, створюють більш залучений досвід для відвідувачів.

Висновки. Ресторанні тренди – 2024 відбивають глибокі зміни у споживанні та сприйнятті їжі споживачами. Ресторанний бізнес продовжує еволюціонувати, а успішні ресторатори готові адаптуватися до цих змін і задовольняти потреби сучасних споживачів.

Ефективне впровадження інновацій у ресторан потребує певних кроків. Важливо провести аналіз поточних процесів і виявити сфери, які можна покращити. Після чого необхідно вибрати відповідні технології та програми управління, зробити план впровадження та навчити персонал їх використовувати. Постійне оновлення та адаптація технологій також відіграють важливу роль в успішному розвитку ресторану.

Для успішного розвитку ресторану важливо постійно оновлювати та адаптувати інновації та технології. Ресторанний бізнес є динамічною та конкурентною сферою, тому важливо постійно слідкувати за появою нових технологій і трендів. Постійне оновлення меню, додавання нових страв і напоїв, а також впровадження нових технологій дозволяє залучати та утримувати споживачів.

Важливо відзначити, що успішне впровадження інновацій потребує не тільки вибору відповідних технологій, а й навчання персоналу та створення підтримки з боку керівництва. Також необхідно постійно відстежувати зворотний зв'язок зі споживачами та вносити коригування в роботу, щоб задовольняти їхні очікування та потреби.

Таким чином, інновації та нові технології відіграють важливу роль у розвитку ресторанного бізнесу. Вони дозволяють покращити бізнес-процеси діяльності закладу, підвищити якість обслуговування та залучити більше споживачів. Впровадження нових і сучасних технологій допомагає ресторану залишатися конкурентоспроможним та успішним на ринку ресторанного господарства.

Власники ресторанного бізнесу добре знають, що розуміння потреб споживача є важливим фактором успіху. Тому вони повинні знати про всі нові тренди, насамперед у галузі маркетингу, соцмереж і дизайну. Споживачів цікавлять інтер'єр і страви, які красиво виглядатимуть на фотографіях, короткі відео в соцмережах, які можуть залучити більше відвідувачів, ніж реклама на великих платформах. Ті підприємці, які швидко зрозуміли важливість соціальних мереж, стали успішними у бізнесі.

Досвід останніх років показав, що досягати успіху на ринку можуть тільки ті підприємства ресторанного господарства, які здатні швидко перебудовувати свої процеси та адаптуватися до нової реальності та викликів сьогодення.

Список використаних джерел

1. Міхненко М., Лихолат О., Вишнікіна О. Екологічність та свідоме споживання як інноваційний напрям розвитку індустрії гостинності України. Економіко-соціальні відносини в галузі фізичної культури та сфері обслуговування: тези доп. IV Міжнар. наук.- практ. конф. (21 вересня 2022 року, м. Львів) / за заг. ред. Н. Павленчик. Львів : ЛДУФК ім. Івана Боберського, 2022. 272 с.
2. Поворознюк, І. (2021). Інноваційні технології в ресторанному бізнесі. Економіка та суспільство, (30). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-30-17>.
3. Лисюк, Т., Терещук, О., & Пасічник, М. (2022). Інноваційні технології у готельно-ресторанному господарстві. Економіка та суспільство, (40). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-40-11>
4. Кіш Г. Інноваційні технології в діяльності готельно-ресторанних підприємств. Актуальні питання у сучасній науці. 2023. Випуск № 6(12). С. 65-77.
5. Давидова О.Ю. Управління якістю продукції та послуг у готельно-ресторанному господарстві : підручник / О.Ю. Давидова. – Х.: Вид-во Іванченка І.С., 2018. – 488 с.
6. Prokhorova V., Davydova O. Protsenko V. Methodological Aspects of Implementation of the Safety System in the Activity of Hotel and Catering

Industry Enterprises. International Journal of Engineering & Technology, 7 (4.3). 2018, pp. 502–506. <https://www.sciencepubco.com/index.php/ijet/article/view/19924>

7. Давидова О.Ю. Інноваційне управління розвитком підприємств готельно-ресторанного господарства: методологія, теорія і практика : монографія / О.Ю. Давидова. Х. : Вид-во Іванченка І.С., 2018. 448 с.

8. Ibrahim Yilmaz. Do hotel customers use a multi-expectation framework in the evaluation of services ? A study in Cappadocia, Turkey. Tourism and Hospitality Research. 2010. Vol. 10. PP. 59-69.

References

1. Mihnenko M., Liholat O., Vishnikina O. Ekologichnist ta svidome spozhivannya yak innovacijnij napryam rozvitku industriyi gostinnosti Ukrayini. Ekonomiko-socialni vidnosini v galuzi fizichnoyi kulturi ta sferi obslugovuvannya: tezi dop. IV Mizhnar. nauk.- prakt. konf. (21 veresnya 2022 roku, m. Lviv) / za zag. red. N. Pavlenchik. Lviv : LDUFK im. Ivana Boberskogo, 2022. 272 s.

2. Povoroznyuk, I. (2021). Innovacijni tehnologiyi v restorannomu biznesi. Ekonomika ta suspilstvo, (30). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-30-17>.

3. Lisyuk, T., Tereshuk, O., & Pasichnik, M. (2022). Innovacijni tehnologiyi u gotelno-restorannomu gospodarstvi. Ekonomika ta suspilstvo, (40). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-40-11>.

4. Kish G. Innovacijni tehnologiyi v diyalnosti gotelno-restorannih pidpriemstv. Aktualni pitannya u suchasnij nauci. 2023. Vipusk № 6(12). S. 65-77.

5. Davydova O.Iu. Upravlinnia yakistiu produktsii ta posluh u hotelno-restorannomu hospodarstvi : pidruchnyk / O.Iu. Davydova. Kh.: Vyd-vo Ivanchenka I.S., 2018. 488 s.

6. Prokhorova V., Davydova O. Protsenko V. Methodological Aspects of Implementation of the Safety System in the Activity of Hotel and Catering Industry Enterprises. International Journal of Engineering & Technology, 7 (4.3). 2018, pp. 502–506. <https://www.sciencepubco.com/index.php/ijet/article/view/19924>

7. Davydova O.Iu. Innovatsiine upravlinnia rozvytkom pidpriemstv hotelno-restorannoho hospodarstva: metodolohiia, teoriia i praktyka : monohrafiia / O.Iu. Davydova. – Kh. : Vyd-vo Ivanchenka I.S., 2018. – 448 s.

8. Ibrahim Yilmaz. Do hotel customers use a multi-expectation framework in the evaluation of services ? A study in Cappadocia, Turkey. Tourism and Hospitality Research. 2010. Vol. 10. PP. 59-69.

Davydova O.Y., Sysoieva S.I. The latest technologies and trends in the restaurant business. Subject of study. Composition and structure of restaurant business technologies, the latest trends that are applied taking into account domestic and foreign requirements of today

The aim of the study. The theoretical, scientific-methodical and applied issues of the restaurant industry are substantiated. Practical recommendations for the application of the latest trends in the field of restaurant business and healthy eating have been developed.

Research methods. The methodological basis of the study is a set of methods of scientific cognition, namely logical, system-structural, and others.

Results of work. The restaurant industry is a developing sector of the economy. Due to the fact that this area affects the interests of almost the entire population, it requires special attention and approach, and in order for the interests of consumers to be more satisfied, it is necessary to gradually modernize your business step by step and introduce into it the innovations and technologies necessary for the further life of restaurants. The article is aimed at studying technologies and trends in the restaurant industry, describes some of the trends used in restaurants and other establishments of the restaurant industry. The article presents the most priority trends, identifies their positive and negative values and considers the technologies that are often used in the restaurant business. The classification of innovations has been considered and several main groups into which they are divided have been allocated. The signs that determine the level of use of trends have been identified. In this regard, the task of developing and implementing new types of technologies that contribute to the further development of the restaurant industry of our country remains relevant. It is proved that innovations allow the enterprise to improve the quality of service and cooking technology. And their use is one of the factors that increase the competitiveness of the enterprise in the market.

Key words: trend, technology, restaurant business, ecology, healthy food, consumer, dishes

Стаття надійшла до редакції: 28.03.2024р.