

УДК 640.41

Петрова А.О.<sup>1</sup>, Червоний В.М.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> студ. гр. УГР-31, ХНУ ім. В.Н. Каразіна, м. Харків

<sup>2</sup> канд. тех. наук, доцент ХНУ ім. В.Н. Каразіна, м. Харків

## **НОВІ ТРЕНДИ В ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ ПІД ЧАС ВОЄННОГО СТАНУ**

На сьогодні ресторанне господарство є сукупністю численних підприємств, що функціонують в умовах конкурентного ринку та діють відповідно до законодавства України.

Через воєнний стан в Україні всі заклади ресторанного господарства опинилися в складних умовах для розвитку. Проте, як і конкуренція, важкі часи приносять випробування, які можуть стимулювати підприємства до впровадження нових ідей, рішень та інновацій. Для того щоб вижити в умовах нестабільної економіки, необхідно застосовувати різноманітні нестандартні рішення.

Війна вносить свої корективи в роботу підприємств у всіх сферах діяльності. Люди готові адаптуватися та пристосовувати свій бізнес до умов, у яких вони опинилися. З цієї причини ми можемо спостерігати нові тренди у сфері ресторанного господарства: відкриття нових ресторанів в підвальних приміщеннях, українізація ресторанів, популяризація українських блюд, скорочене меню та локалізація постачальників, патріотичний дизайн приміщення, формати «to go» та «на виніс», відсоток від чека йде на допомогу ЗСУ, проведення різноманітних благодійних заходів тощо.

Спостерігається виразний тренд на відкриття нових ресторанів у підвальних приміщеннях, оскільки це забезпечує більшу безпеку для відвідувачів і працівників закладу.

Українізація також є новим трендом не лише в ресторанному господарстві, а й загалом у суспільстві. Персонал повинен спілкуватися виключно державною мовою, змінилася і музична атмосфера в залах. Однак це обумовлено не лише внутрішнім бажанням людей, а й вимогами законодавства. Також зросла кількість закладів, орієнтованих на приготування виключно українських страв.

Через проблеми з логістикою та підвищення цін на продукти заклади почали скорочувати меню, але водночас приділяють більше уваги якості.

Все частіше можна побачити ресторани з тематичним українським інтер'єром, спрямованим на підвищення патріотичного духу відвідувачів. Це можуть бути елементи, що відображають українську історію, а також прапори та герби.

Після COVID-19 ми зіткнулися з проблемою самоізоляції. Проте зараз це сприяє популярності форматів «to go» та «на виніс», які стали затребуваними під час пандемії, і тепер допомагають закладам забезпечувати безпеку відвідувачів.

У деяких закладах можна помітити тренд, який можна назвати «Відсоток від чека на ЗСУ». Це означає, що частина суми з вашого замовлення буде передана на допомогу нашим воїнам. Багато ресторанів почали проводити

безкоштовні заходи, спрямовані переважно на підняття настрою населення та допомогу у відпочинку від постійних проблем, пов'язаних з війною. Це можуть бути майстер-класи, театральні вистави, художні виставки тощо.

Ні для кого не секрет, що наш народ переживає дуже складні часи. Однак, як ми можемо помітити, люди намагаються пристосовуватися до будь-яких умов, якими б складними вони не були. І нові тренди в ресторанному господарстві яскраво це демонструють.

#### **Список використаних джерел:**

1. Володько О., Рогова Н., Куш Л., Дудник С. Готельно-ресторанний бізнес у воєнний час: поточний стан та глобальні тенденції. *Grail of Science*. 2023. С. 42–45.
2. Полотай Б. Я., Жмур-Клименко Б. В. Ресторанний бізнес під час війни. *Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі*. 2022. №7. С. 37–42.