

УДК 338.488:640.43

Чернега Д.О.<sup>1</sup>, Ставська Ю.В.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> студент, Вінницький національний аграрний університет, м. Вінниця

<sup>2</sup> канд., екон. наук, доцент, Вінницький національний аграрний університет, м. Вінниця

## **КУЛІНАРНІ ТРЕНДИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЇХ ВИКОРИСТАННЯ У ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА**

Кулінарні тренди розглядаються як відображення актуальних суспільних потреб і запитів, що проявляються у трансформації технологій приготування, удосконаленні сервісних підходів та зміні концепцій харчування. Виникнення попиту на альтернативні джерела білка та рослинні замітники м'яса зумовлене глобальними екологічними викликами й зростанням інтересу споживачів до вегетаріанських і веганських практик харчування. Одночасно цифровізація ресторанного сервісу, зокрема впровадження інтерактивних меню, систем QR-замовлень та автоматизованих платформ обслуговування, сприяє підвищенню

ефективності бізнес-процесів і покращенню користувацького досвіду [1].

Сучасні гастрономічні тенденції не обмежуються модифікацією продуктового асортименту чи технологічних процесів. Вони істотно впливають на маркетингові стратегії та організаційні моделі функціонування закладів ресторанного господарства. Так, популяризація концепції Zero Waste зумовлена екологічними проблемами та потребою зменшення харчових відходів. Діджиталізація сервісу забезпечує оптимізацію часу обслуговування, тоді як зростання інтересу до суперфудів, ферментованих та безглютенових продуктів відповідає тенденціям формування здорового способу життя. Прикладами є включення кіноа, насіння чіа та спіруліни до раціону здорових ресторанів, а також поширення ферментованих продуктів, зокрема кімчі та комбучі, які завдяки високому вмісту пробіотиків позитивно впливають на функціонування травної системи [1].

Зміни торкнулися й маркетингових інструментів ресторанного бізнесу. Наголос поступово зміщується на створення інтерактивного досвіду для споживачів. Концепція «відкритої кухні» посилює рівень довіри та прозорості, оскільки надає відвідувачам можливість безпосередньо спостерігати за процесом приготування страв. У низці закладів застосовуються інтерактивні столи з віртуальним меню або елементи гастрономічного перформансу, що поєднують кулінарію з шоу-презентацією, створюючи комплексний споживчий досвід.

Формування гастрономічних трендів є результатом дії сукупності зовнішніх та внутрішніх факторів, серед яких визначальними є соціокультурні трансформації, економічні умови, технологічний прогрес, екологічні виклики та інноваційні маркетингові підходи. Саме взаємодія зазначених чинників зумовлює визначення домінуючих напрямів розвитку ресторанного бізнесу, сприяючи популяризації одних форматів і технологій та витісненню інших [1].

Таким чином, еволюція кулінарних трендів може бути охарактеризована як складний соціально-економічний та культурний процес, у межах якого поєднуються фактори різного походження. Успішні підприємства індустрії

харчування демонструють високу адаптивність до цих змін, коригуючи бізнес-моделі та концепції відповідно до актуальних суспільних запитів і викликів глобалізованого ринку.

Посилення конкурентного середовища на ринку громадського харчування в Україні та негативний вплив кризових явищ, спричинених військовими діями на сході держави й пандемією COVID-19, обумовлюють потребу у пошуку нових організаційних форм і методів оптимізації діяльності підприємств ресторанного бізнесу. У сучасних умовах заклади громадського харчування на регіональному рівні відчувають значний тиск з боку факторів зовнішнього середовища - соціальних, економічних, політичних і технологічних. Впливати на ці фактори безпосередньо підприємства не можуть, проте вони змушені адаптувати свої стратегії та тактики до нових викликів з метою збереження конкурентоспроможності та стабільного розвитку.

Аналіз сучасних тенденцій розвитку ресторанного бізнесу в Україні дає змогу виділити низку ключових напрямів:

- Зростання ролі підприємств демократичного формату, орієнтованих на масового споживача завдяки доступним цінам і простим концепціям.
- Активне впровадження мобільної реклами, цифрових технологій у зовнішній рекламі та промо-іграх, що підвищує ефективність маркетингових комунікацій.
- Запровадження абонементних систем відвідування закладів, що стимулює повторні покупки та формує постійну клієнтську базу.
- Розвиток формату «вікна швидкої видачі» (take away, drive-thru) як способу задоволення потреб споживачів у швидкому сервісі.
- Активізація кейтерингового обслуговування, зокрема для корпоративних клієнтів і приватних подій [2].
- Використання мобільних додатків з елементами штучного інтелекту, що дозволяють автоматизувати процеси бронювання, персоналізувати меню та оптимізувати сервіс.
- Посилення ролі соціальних мереж у просуванні та формуванні

іміджу закладу, що забезпечує прямий контакт із цільовою аудиторією.

- Запровадження елементів молекулярної кухні як інноваційного інструменту підвищення унікальності меню та конкурентних переваг.
- Розширення товарного асортименту за рахунок дієтичних і дитячих страв, а також використання системи цифрових кодів для популяризації продукції [3].
- Розвиток франчайзингової моделі відкриття нових закладів, що сприяє швидкому поширенню бізнесу на регіональному рівні.

Таким чином, розвиток ресторанного бізнесу в Україні характеризується диверсифікацією форматів, активним впровадженням цифрових технологій та інноваційних форм організації обслуговування. Це дає можливість підприємствам адаптуватися до мінливих умов зовнішнього середовища та підвищувати конкурентоспроможність у кризових реаліях.

#### **Список використаних джерел:**

1. Ніколаєва О. О, Куниця К. В. Сучасні кулінарні тренди та перспективи їх використання у закладах ресторанного господарства. Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я. MicroCAD-2025. URL: <https://repository.kpi.kharkov.ua/server/api/core/bitstreams/ac29fea8-63b5-4082-bab3-7af095791c06/content>
2. Корсак Р. Сучасні тенденції розвитку ресторанного бізнесу в умовах соціально-економічної трансформації українського суспільства. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2021. Вип 45, том 1. С. 25-29. URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/3bc7ebe0-85b9-446d-8d4a-4a7152933841/content>
3. Рябініна А. П., Ярмолюк Д. І. Перспективи розвитку харчування “Slow Food” в Україні. Матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції «Сучасні виклики сталого розвитку бізнесу», м. Житомир, 3-4 листопада 2022. С. 287-289.