

Завеля Ю.О.
студентка ФРГТБ - гр.2-10
Державний торговельно-економічний університет
м. Київ, Україна
наук. кер. – к.т.н., доцент Васильєва О.О.

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ЗМІНИ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

У сучасному світі Україна стикнулася з надзвичайною кількістю випробовувань, такі як: пандемія коронавірусу, міграція багатьох українців закордон, війна. З метою надання якісних послуг власники ресторанного бізнесу трансформували та адаптували організацію власного бізнесу. Нові виклики зовнішнього середовища потребують не просто адаптації підприємств ресторанного бізнесу, а радикальної зміни і переформатування методів та принципів обслуговування. Підприємствам ресторанного господарства необхідно швидко адаптуватися до змін, слідкувати за інноваціями та впроваджувати їх у роботу закладів [1].

Намі було проаналізовано сучасні тенденції, тренди і зміни у закладах ресторанного бізнесу. Одна з найбільш впливових причин, які сформували сучасні тренди є – необхідність формування емоційних контактів з гостем.

«Тренд близьких емоційних контактів» – це заклади у яких зникає бар'єр між власником ресторану та гостями, утворюється дружба, майже сімейна атмосфера між власником або персоналом ресторану та споживачем. Гостям важлива надійна емоційна підтримка, розуміння, створення емоційного зв'язку між споживачем і закладом ресторанного бізнесу. На фоні зростаючого процесу діджиталізації сучасним гостям не вистачає «живого спілкування», вибудовування безпечних соціальних контактів, невимушеної дружньої комунікації, яку може забезпечити ресторанна індустрія [2].

Таким чином ресторан або готель трансформується не просто у місце

харчування або ночівлі, а й ще відпочинку, проживання позитивних емоцій, спілкування, отримання нових вражень, поглядів і смаків.

Не можливо не до оцінювати сучасний рівень діджеталізації сфери обслуговування, тому що це вже не тренд, а нова філософія спілкування з гостем, нові можливості швидкого контакту, способів обслуговування гостей та надання якісних послуг у закладі ресторанного бізнесу. Тому власнику ресторану необхідно постійно контролювати, оновлювати, «презентувати» власний заклад у соціальних мережах – перше знайомство з гостем починається з віртуального світу, зазвичай з функціонального сайту, або ж соціальних мереж ресторану. Професійно зроблений сайт закладу, якісне фото, функціональні додатки - підсвідомо формують у гостя більше довіри до самого закладу, і з більшим відсотком шансу споживач обере ресторан який демонструє «відкриває» технологічні, організаційні процеси роботи у соціальній мережах та має зрозумілий сайт, ніж піде до ресторану який таких функцій не має [3].

У сучасному світі гості все більше цікавляться внутрішньою кухнею ресторану, інгредієнтами, складом та технологією приготування страв, якістю та корисністю їжі, споживачам більше подобається та вони нададуть перевагу спостерігати за процесами на open kitchen, фуд-шоу.

З метою задоволення постійно зростаючих потреб споживачів у харчуванні, нових вражень та послугах на ресторанному ринку існує неймовірна кількість закладів ресторанного господарства абсолютно різних форматів, тематик і концепцій, які пропонують «їжу для роздумів і задоволення», з фуд-шоу програмами та дегустаційними сетами. Досить популярні заклади які пропонують тільки продукти і напівфабрикати, а гості приходять і самі собі готують страви з наявних продуктів.

Технологічний процес безпосередньо в залі ресторану стає більш відкритим для споживачів і дає можливість спостерігати за приготуванням і демонстраційними подачами різноманітних страв національних кухонь (італійської, німецької української, японської, грузинської) за допомогою відкритих печей, тепанів, тандирів, процесу фламбування, відкритих мангалів

ресторатори все більш активно спілкуються з гостями та залучають їх до шоу-перегляду приготування страв у закладі [4].

Таким чином, впровадження на ресторанному ринку інноваційних методів обслуговування, вибудовування більш активної комунікації між гостем та рестораном дозволяє відчувати себе емоційно краще, потрібним і наповненим позитивними емоціями після відвідування ресторану, задовольнити бажання в сервісних послугах, відповідати їх очікуванням.

Література:

1. Нікольчук Ю.М. Готельно-ресторанний бізнес: сучасний стан, фінансове забезпечення, інвестиційна привабливість та перспективи подальшого розвитку в Україні. *Бізнес Інформ*. 2020. № 5. С. 218–226. URL : https://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2020-5_0-pages-218_226.pdf
2. Романуха О.М., Халілова-Чуваєва Ю.А., Хаврова К.С., Коваленко О.С. «Динаміка розвитку індустрії гостинності в Україні на прикладі готельно-ресторанної індустрії». *Економіка та держава*. 2021. № 2, С. 42-46. URL : http://www.economy.in.ua/pdf/2_2021/9.pdf
3. Онищук Н.В. Розвиток індустрії гостинності в Україні та світі. *Східна Європа: економіка, бізнес як завжди*. 2019. № 4 (21), pp. 297-304. URL : <https://ir.vtei.edu.ua/card.php?lang=uk&id=26220>
4. Мізюк Б.М. Миронов Ю.Б. Методологічні основи системного управління в індустрії гостинності. *Industriya turizmu i hostynnosti v Tsentral'niy ta Skhidniy Yevropi*. 2022. № 5, pp. 59-67. URL : https://tourlib.net/statti_ukr/mizjuk11.htm