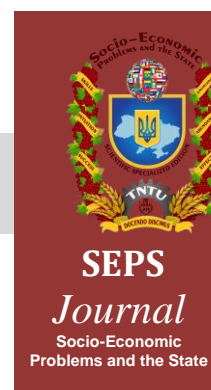




ISSN 2223-3822

Stoyko, I. & Sherstiyuk, R. (2023) Current trends and perspectives in the restaurant industry. Socio-Economic Problems and the State (electronic journal), Vol. 28, no. 1, pp. 66-78. URL: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2023/23siuri.pdf>



SEPS
Journal
Socio-Economic
Problems and the State

СУЧАСНІ ТРЕНДИ І ПЕРСПЕКТИВИ У РЕСТОРАННІЙ ІНДУСТРІЇ

Ігор СТОЙКО

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
вул. Руська, 56, м. Тернопіль, 46001, Україна

e-mail: stoykoi@gmail.com

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-3013-0346>

Роман ШЕРСТЮК

e-mail: romsher85@gmail.com

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-6253-9421>



Article history:

Received: April, 2023

1st Revision: May, 2023

Accepted: May, 2023

JEL classification:

L23

M21

UDC:

658.64

DOI:

<https://doi.org/10.33108/sepd.2023.01.066>

Анотація: Глобалізація глибоко впливає на структури багатьох сфер з усіма її вимірами. Тому різні прогресивні тренди впливають на сучасні тенденції нашого життя. Поточні та майбутні тенденції розглянуто за такими факторами, як надзвичайні ситуації (пандемія тощо), технології (індустрія 4.0), явище сталого розвитку (екологічно чисті практики тощо). У цьому контексті ресторанний бізнес, який є однією зі складових туристичної індустрії, привертає увагу своїми новими тенденціями. Доведено, що сучасний ресторанний бізнес вимагає впровадження різноманітних аспектів стійкості, інновацій і нових підходів у спілкуванні зі споживачами, а також впровадження нових ресторанних трендів. Сучасні тенденції у ресторанній індустрії свідчать про те, що власники знаходять інноваційні способи покращити враження гостей у закладі та за його межами, незалежно від того, чи вони є власниками ресторану швидкого харчування, чи ресторану із повним набором послуг. Уподобання споживачів у харчуванні та економічні умови вказують на головні ресторанні тенденції та стратегії, які залишаються незмінними. Встановлено, що, незалежно від того, чи йдеться про впровадження стратегії безконтактної оплати, експериментування з онлайн-замовленням чи використання автоматизації для боротьби з нестачею робочої сили, ресторани знаходять творчі способи побудови значущих стосунків зі своїм персоналом і клієнтами. Для виявлення стратегій, які сформуєть ресторанну індустрію у 2023 та наступні роки, здійснено та проаналізовано пошукові інтернет-дослідження і прогнозування провідних рестораторів. Під час даного дослідження цілісно оцінено тенденції та прогнози в ресторанній індустрії і сформульовано пропозиції відповідним зацікавленим сторонам.

Ключові слова: ресторанна індустрія, ресторанний бізнес, клієнт, технології, тенденції.



Стойко І., Шерстюк Р. Сучасні тренди і перспективи у ресторанній індустрії. Соціально-економічні проблеми і держава. 2023. Вип. 1 (28). С. 66-78. URL: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2023/23siuri.pdf>



This open access article is distributed under a Creative Commons Attribution (CC-BY) 4.0 license.

1. Постановка проблеми.

Ресторани, як частина культурного життя міста, пропонують затишні місця, де можна насолодитися їжею та спілкуванням, а також багатьма іншими речами. Окрім реагування на вплив глобалізації, ресторанний бізнес також є індикатором тенденцій, трендів і змін у культурних смаках, соціальній поведінці та звичках людей. У жорсткій конкуренції XXI століття, яка доводить бізнес до межі виживання, збереження прибутку стало майже неможливим для підприємств, більшість із яких можуть зіткнутися з серйозними проблемами, такими як банкрутство в перший же рік відкриття. Ресторанний бізнес став однією з найбільш конкурентоспроможних галузей через тиск, зумовлений різними причинами, такими як широкий вибір продуктів, швидкі зміни в тенденціях і звичках, розповсюдження мережевих магазинів та поширення типів і кількості підприємств. Для ресторанної індустрії стратегічно важливою є здатність адаптуватися до нових умов у поточній структурі ринку. Адаптація нових технологій до процесу обслуговування клієнтів і вжиття заходів для прогнозування подальшого розвитку ресторанного бізнесу є індикаторами успіху сучасного бізнесу.

2. Аналіз останніх досліджень.

У процесі обслуговування туристів ресторанне господарство відіграє особливо важливу роль і набуває специфічних рис, що дає змогу вважати його складовою індустрією туризму в курортно-туристичних центрах. Особливу увагу в системі туристичних послуг слід приділити саме послугам харчування. Найбільш якісно задовольнити цю первинну потребу повинні саме послуги ресторанного господарства. Підприємства ресторанного господарства обслуговують досить різноманітний контингент відвідувачів-туристів: вітчизняних, іноземних, організовані групи, індивідуальних. Для кожної категорії споживачів потрібні особливі методи, прийоми обслуговування.

Тенденції ресторанного харчування з'являються як відповідь на інтереси клієнтів, уподобання та економічні фактори, які безпосередньо впливають на харчову промисловість. Наприклад, з початку пандемії в 2020 році ми спостерігали значне збільшення санітарних заходів і варіантів доставки, оскільки багато людей вирішили не обідати, щоб захистити себе. У 2022 році пандемія все ще з нами, і ми маємо справу з майбутньою економічною кризою, що почалася з війною росії проти України, тому поточні тенденції ресторанного харчування відображають ці фактори.

Дослідження сучасного ринку свідчать про те, що туристи витрачають близько третини свого бюджету у відпустці на їжу, що підкреслює важливість харчової діяльності в індустрії туризму. Оскільки місцеві підприємці часто пропонують традиційну їжу, отриману зі свіжих місцевих інгредієнтів і подану в атмосфері, характерній для відповідної території, споживання їжі є справжньою туристичною атракцією, покликаною завершити враження туристів від подорожі. Таким чином, через послуги харчування туристи долучаються до кулінарних традицій дестинації, яку відвідують, зміцнюючи національну ідентичність.

3. Постановка завдання.

Метою статті є дослідження та оцінка майбутніх тенденцій у розвитку ресторанної індустрії, визначення сучасних трендів і перспектив, що є критично важливим фактором ефективної та результативної діяльності сучасних підприємств України у воєнний і післявоєнний час.

4. Виклад основного матеріалу.

У 2023 році ресторанна індустрія, незважаючи на кризовий стан післяковідної пандемії і війни, робить сміливі кроки. Сучасні тенденції у ресторанній індустрії свідчать про те, що власники знаходять інноваційні способи покращити враження гостей у закладі та за його межами, незалежно від того, чи вони є власниками ресторану швидкого харчування, чи ресторану із повним набором послуг. Уподобання споживачів у харчуванні та економічні умови вказують на головні ресторанный тенденції та стратегії, які залишаються незмінними. Встановлено, що, незалежно від того, чи йдеться про впровадження стратегії безконтактної оплати, експериментування з онлайн-замовленням чи використання автоматизації для боротьби з нестачею робочої сили, ресторани знаходять творчі способи побудови значущих стосунків зі своїм персоналом і клієнтами. Зокрема, вони пропонують нові та креативні презентації і тенденції до корисних продуктів та інноваційних технологій. Адаптація ресторанный тенденцій до ресторанної моделі вимагає стратегічного розуміння, яке виходить за межі технічної діяльності. Через те, що не всі тенденції сфери послуг можна адаптувати до ресторанный послуг, найкращим підходом є визначення тенденцій ресторанного бізнесу, орієнтованих на клієнта, які можна легко скорегувати відповідно до типу бізнесу, кількості працівників, місця розташування та активів. У цьому підході поточні та майбутні тенденції в ресторанній індустрії можна обговорювати за наступними факторами:

1. Надзвичайні ситуації.

Ресторани постраждали від пандемії COVID-19 на початку 2020 року, що спричинило серйозну кризу в підприємствах сфери послуг. Через пов'язані з пандемією правила, введені урядом, бізнес-операції ресторанів були призупинені. Крім того, ресторани не змогли відновитися до рівня до пандемії, оскільки люди воліли триматися подалі від інших навіть після повторного відкриття. Обмежена кількість місць у ресторанах через правила соціального дистанціювання, запроваджені урядом, та інші запобіжні заходи, які змушують ресторани надавати лише послуги на винос, не розсаджуючи клієнтів, створюють серйозну загрозу з точки зору прогнозів щодо майбутнього ресторанів. У 2022 році доповнила цю кризову ситуацію війна.

Співзасновниця Національної ресторанної асоціації України Ольга Насонова відзначала, що: «З початку війни в Україні закрилося близько 7 тис. ресторанів та кафе, відкрилося понад 2 тис. нових закладів. Точної статистики немає, оскільки вона наразі просто не здійснюється, серед цих 7 тис. – заклади, що закрилися, і ті, про які немає даних (на окупованих територіях, у зонах обстрілів). Ринок зменшився приблизно на 25% порівняно з лютим 2022 року. У деяких областях падіння ринку становило понад 50% (Харківська, Миколаївська, Запорізька, Луганська області). У Київській, Одеській, Дніпропетровській областях – падіння до 30. Водночас у західних областях спостерігається позитивна динаміка. У Львові та області кількість ресторанів та кафе зросла приблизно на 30%, у Закарпатській, Чернівецькій, Івано-Франківській областях спостерігається зростання приблизно на 20%. До початку літа падіння ринку було значнішим. Але з червня почали відкриватися ресторани у Києві, а також у західних областях, загалом понад 2 тис. закладів. Найінтенсивніше розвивався ресторанный ринок у Львові – понад 500 нових закладів в області з початку війни. З усіх міст на Західній Україні Львів виявився найкосмополітичнішим і найнаповненішим» [5].

Переважна більшість експертів прогнозували, що більше половини ресторанів не переживуть нинішнього курсу. З цієї причини підтримка споживчого попиту під час криз має вирішальне значення. Загальновідомо, що жодне планування у світі не може контролювати майбутнє. Проте здатність ресторанів адаптуватися до нових норм, які нав'язують нові правила, також може бути корисною для ресторанів з точки зору

отримання конкурентних переваг.

«Результати впливу Covid-19 і війни на ресторанну індустрію визначені за трьома комплексними темами [2]:

а) розширення операцій на винос:

- скоригований робочий графік і ролі співробітників;
- переосмислення роботи їдалень;
- нові/обмежені/змінні пункти меню;
- онлайн-замовлення та доставка третьою стороною;
- співпраця;
- комунікація з клієнтами та працівниками;

б) інноваційні методи:

- спливаючі ринки/партнерство з продуктовими магазинами;
- сімейні обіди/набори їжі;
- коктейлі/пиво/вино на винос;
- їжа з прикрасою;
- додаткові потоки доходу;

в) охоплення громади / корпоративна підтримка:

- охоплення громади/співробітників;
- виробництво засобів для дезінфекції рук;
- корпоративні пожертви/гранти та кошти.

Ресторанна індустрія почала отримувати більше переваг від цифровізації, особливо після пандемії. Інтеграція різних варіантів доставки в системність особливо важлива з точки зору забезпечення конкурентної переваги. Системи онлайн-замовлень і мобільні додатки для замовлення почали використовувати сторонні служби доставки замовлень. Великі маркетингові компанії, що працюють у сфері послуг, визнали цінність варіантів доставки замовлень на винос для ресторанів, що спонукало багатьох із них пропонувати ресторанам сторонні послуги доставки, оскільки вони більше не можуть самостійно керувати службами доставки.

Цифровий світ і складні вимоги споживачів призвели до появи нового асортименту типів ресторанів, який націлений на те, щоб клієнти могли їсти все, що вони хочуть, де і коли вони цього хочуть. Цифровий процес, який прискорюється пандемією, приніс у ресторанну індустрію ресторани, які працюють лише з доставкою, віртуальні ресторани та кухні-привиди. На деяких ринках ці віртуальні кухні часто називають супутниковими або хмарними кухнями. Ця концепція супутника/віртуального привида, яку винайшли ресторани для задоволення зростаючих онлайн-замовлень, перетворилася на нові бізнес-моделі і стартапи. Такі ресторани не пропонують своїм клієнтам місця для сидіння, оскільки вони створюють лише мережу доставки. Створені та розроблені цифрові QR-меню, які підприємства швидко адаптували через пандемію, є одними з нових сучасних трендів. Меню QR-коду – це цифрове меню, доступне для відвідувачів, кому доступне сканування QR-коду своїми смартфонами. Все, що клієнти повинні зробити, це навести свій мобільний пристрій і відсканувати QR-код (це можна зробити практично на всіх мобільних пристроях), і вони негайно перейдуть до безконтактного меню.

2. Технології.

Ресторанному бізнесу потрібні хороші страви та послуги, щоб підтримувати своє існування та бути успішним у відповідному сегменті ринку. У ресторанній індустрії технології можуть стимулювати зростання і бути головною причиною успіху. Оскільки ресторанна індустрія продовжує впроваджувати інновації на основі технологій і адаптувати свої дані від споживачів до смаків і вподобань споживачів, які постійно змінюються, ці рушійні сили стануть каталізатором для розширення в майбутньому. Сучасність пропонує широку структуру розумних технологій і створення цінностей,

інтегрованих в усі страви.

Пошук розумного ресторанного досвіду позиціонується як тенденція, яка, ймовірно, збережеться в передбачуваному майбутньому. Найважливішими цілями інтелектуальних технологій є допомога власникам ресторанного бізнесу та клієнтам ресторану розробити індивідуальні та інтерактивні відносини, щоб створити незабутні враження від обіду. Таким чином, клієнти будуть дуже задоволені, і вони не тільки повернуться до ресторану, але й зроблять велику рекламу, поширюючи свої позитивні коментарі та відгуки серед інших. Іншими словами, розумні технології (AI) можуть розширити можливості власників ресторанного бізнесу та постачальників послуг для досягнення високої продуктивності й ефективності з точки зору надання високоякісних продуктів і послуг, а також встановлення спорідненості зі своєю клієнтською базою.

Таким чином, ресторанний бізнес зможе працювати або навіть розвиватися і зручніше вести бізнес у висококонкурентному середовищі.

Розумні технологічні програми, які можна застосовувати на різних етапах харчування, подано в табл. 1 [3].

Таблиця 1 Інтелектуальні програми на різних етапах харчування			
	До обіду	Під час обіду	Після обіду
Підключення і формування очікування	Соціальні мережі		Система CRM
	Мобільний додаток		Додаток для відстеження
	Розповсюдження Геозонування		
	Контроль якості AI		
Взаємодія і співтворчість	Управління чергою їжі	Автоматична доставка	Онлайн-оплата за столом
	Переклад	Фотозйомка дроном	Втрата їжі моніторинг
	Голосове замовлення	Сервіс роботів	
	Система рекомендацій AI	3D принтер	
	Голографія/Гейміфікація	Допомога в харчуванні	
	Навколишній і сенсорний контроль	Контроль навколишнього середовища	
		Відеопроєкція	
Обмін	Соціальні медіа	Соціальні медіа	Огляд сайтів. CRM
			Додаток для відстеження

Джерело: [3]

Світ, що швидко змінюється та розвивається, став свідком однієї з найважливіших змін в Інтернеті. Удосконалення технологій призвело до того, що одностороння пасивна веб-модель перетворилася на активну модель. Люди можуть створювати власний вміст і взаємодіяти з різним вмістом у середовищах сьогоденного світу, де вони можуть спілкуватися двосторонньо, ділитися власним досвідом і надавати свою інформацію.

Для управління взаємовідносинами зі споживачами, компаніями використовуються CRM-системи (Customer relationship management.)

Завдяки соціальним медіа, які розвивалися як технологія Web 2.0 і швидко стали частиною повсякденного життя, споживачі тепер мають доступ до великої кількості інформації про продукти та послуги ніж будь-коли. Це викликало споживачів, які тепер все частіше використовують соціальні мережі і отримати інформацію про бізнес, щоб розмістити Інтернет і соціальні медіа ближче до центру життя, а також бізнес для проведення маркетингової діяльності в соціальних мережах. Web 2.0 – термін, що

позначає друге покоління мережевих сервісів, принциповою відмінністю яких від Web 1.0 є те, що ці сервіси дозволяють користувачам не тільки подорожувати мережею, а й спільно працювати, розміщуючи в мережі текстову та медіа інформацію.

Поняття, яке описується як соціальні медіа, містить блоги, дошки обговорень, мобільні блоги (особливо Twitter або веб-сайти, на яких розміщено звук, зображення, фільми та зображення, спеціально розроблені для ПК і смартфонів) та веб-сайти соціальних мереж (Instagram, Facebook).

Логотипи й елементи візуальної ідентичності допомагають підприємствам створювати імідж у свідомості споживачів досягти успішного позиціонування бренду. Багато ресторанних компаній використовують соціальні мережі для спілкування, щоб ефективно працювати зі своїми поточними та потенційними клієнтами. Вони надсилають короткі текстові повідомлення та електронні листи на адресу клієнтів, зареєстрованих у своїх базах даних, щоб інформувати їх про знижки, а також створювати клуби лояльності клієнтів. Сьогодні підприємства докладають усіх зусиль, щоб залучити нових клієнтів і зберегти існуючі, нагадуючи про їхні продукти через соціальні мережі та рекламу.

Добре розроблена веб-сторінка дозволяє ресторанним підприємствам створити новий бренд і залучити нових клієнтів. Використання інформаційних систем у сучасному світі, який з кожним днем прогресує з точки зору технологій, є не найкращий варіант для бізнесу, але обов'язковий. Ті підприємства які перенесли свої системи на мобільні пристрої, стали легко доступними та ефективнішими для надання послуг завдяки такому масовому поширенню смартфонів. Кафе і ресторани, якраз серед цих підприємств, які використовують набір програмного забезпечення в процесі управління. Пристрої, так звані портативні термінали (геозонування / гейміфікація), можуть обробляти та передавати замовлення клієнтів до певних підрозділів (ресторан менеджер, кухня тощо). Однак потреби зростають і клієнти будуть очікувати від компаній більшого.

Розглядаючи, з цієї точки зору, рівень проникнення смартфонів на потенційні вигоди ресторану, відзначаємо, що нові мобільні додатки, розроблені для певної галузі, можуть запропонувати як клієнтам, так і компаніям чистий прибуток і нові відносини.

У першій чверті XXI століття розробляються нові моделі машинного навчання, щоб задовольняти зростаючий попит на продукти харчування та напої та легко вирішувати складні проблеми в галузі. Використання штучного інтелекту у виробництві харчових продуктів і напоїв призводить галузь до новий рівень. На цьому рівні такі переваги, як менше людських помилок, менше відходів, максимальна користь від продукту, швидке обслуговування, безпечний і прозорий харчовий ланцюг, задоволеність клієнтів та індивідуальні замовлення забезпечено.

Все більше компаній починають використовувати технології, засновані на штучному інтелекті з метою забезпечення задоволеності споживачів і підвищення прибутковості. Це породжує прогнозування, що такі нові технології будуть більше використовуватися в харчовій промисловості в найближчі роки.

Враховуючи розвиток ринку продуктів харчування та напоїв, тенденції і прогнози від 2019 року і далі, у 2024 році очікується, що використання штучного інтелекту в продуктах харчування та напоях зростатиме більше, ніж на 65,3% щорічно [2].

Що стосується новітньої історії технологій, Інтернет значно прискорив прогрес технологій, особливо в останній чверті XX століття, яка за короткі періоди запровадила руйнівні та новаторські нові технології для промисловості. Тенденції нашого часу, пов'язані з цифровим маркетингом і розвитком бізнесу [1], це також IoT (Інтернет речей). IoT відноситься до мережі фізичних об'єктів, які підключені один до одного або до більших систем, щоб взаємодіяти через Інтернет-інфраструктуру об'єктів. Можна носити технології та розумне середовище є популярними підтемами IoT. У цьому плані

Інтернет речей додає зовсім інший вимір розумним кухням у ресторанній індустрії. Сучасні дослідження «Smart Кухні» спрямовані на те, щоб мати можливість контролювати кухні та кухонну техніку. Світ, що швидко змінюється та розвивається, став свідком того, що користувачі можуть отримати унікальний досвід. Останнім часом підприємства з виробництва продуктів харчування та напоїв зосереджуються на пропозиції своїх індивідуальних послугах клієнтам за допомогою технології.

Компанія Food Ink (Велика Британія) є першою компанією у світі, яка обслуговує своїх клієнтів їжею, надрукованою на 3D. Food Ink, яка виробляє всі продукти харчування, всю кухонну техніку та меблі за допомогою технології 3D-друку у захоплюючому футуристичному районі, це унікальний досвід для гурманів. Це створює додаткову вартість як концептуальну фішку ресторану, де якісна кухня зустрічається з мистецтвом, філософією та технологіями майбутнього. Це не буде прогнозом, щоб сказати, що в найближчому майбутньому підприємства з виробництва продуктів харчування та напоїв також можуть зосередитися на використанні технологій з «розумними тарілками» і «розумними столами» [1].

3. Сталий розвиток.

Сталий розвиток є константою та необхідністю повсякденного життя ресторанної індустрії, яка характеризується високим рівнем споживання енергії, води, миючих засобів і витратних матеріалів, а також значними харчовими відходами. Пандемія COVID-19 актуалізувала багато гострих проблем сталого розвитку.

Ресторанна індустрія, як і вся індустрія туризму, були одними з галузей економіки, які найбільше постраждали від пандемії COVID-19. Статистичні дані засвідчили, що 2020 рік був найважчим роком в історії світової індустрії туризму, коли троє з чотирьох відвідувачів не були зацікавлені в подорожі з туристичною метою. Другий рік пандемії, 2021 рік, ознаменувався широкими спробами повернутися до нормального життя. Використання сертифікатів, що підтверджують статус вакцинації осіб, а також зменшення обмежень на подорожі для певних місць відпочинку дозволили людям знову подорожувати, і багато компаній із туристичної індустрії відкрили свої підрозділи на повну потужність.

У нинішніх рамках, де концепція сталого розвитку є фундаментальною опорою еволюції суспільства, харчовий сектор рухається до того, що ми називаємо «сталими харчовими послугами» або «зеленими ресторанами» [8].

Ця орієнтація є більш актуальною, оскільки було встановлено, що сектор громадського харчування має найнижчий ступінь сталого розвитку з усіх секторів економіки. Виробництво їжі на всіх його стадіях, від польового виробництва до подачі їжі клієнтам, впливає на навколишнє середовище. Високе споживання електроенергії та води, викиди CO₂, значна кількість сміття та харчових відходів є одними з найбільш значущих шкідливих впливів. Останнім часом зросла зацікавленість менеджерів у застосуванні стійких практик у ресторанах, але говорити про їх масштабне впровадження поки що не можна.

Некомерційна організація «Асоціація зелених ресторанів» (Green Restaurant Association, GRA), була заснована в 1990 році у м. Бостоні (США) і є піонером руху, який заохочує поширення практики зелених ресторанів. Ця асоціація використовує схему сертифікації зелених ресторанів, яка застосовується в 47 країнах світу і вказує на зміст восьми стандартів, яких необхідно досягти:

- 1) ефективність використання води;
- 2) зменшення та переробка побутових відходів;
- 3) використання стійких будівельних виробів і матеріалів;
- 4) стійкі кулінарні приготування;
- 5) енергія;
- 6) використання багаторазових та екологічно чистих витратних матеріалів;

- 7) зменшення хімічного забруднення;
- 8) прозорість та освіта» [8].

GRA підтримує зелені ресторани, використовуючи міжнародні та прозорі стандарти сертифікації. Ця організація є лідером руху зелених ресторанів у сфері харчування і виробництва і досягла того, що змусила багато ресторанів запроваджувати екологічно чисті практики, наприклад, використовувати менше енергії, води, хімікатів, виробляти менше відходів.

Протягом останнього десятиліття кількість екологічно чистих практик постійно зростає. Очікується, що ресторани розвиватимуться швидше, оскільки вони лідирують у стабільній діяльності. Енергоефективне обладнання, програми переробки, меню зі стійкими ресурсами та дизайнерське середовище ресторанів є одними з центрів нашого часу. Практики сталого розвитку є цінними і сильними особливостями для ресторанів з точки зору їх відмінності від інших.

Одним із найбільш актуальних питань сталого управління ресторанами є моніторинг та зменшення харчових відходів, які в ресторанах виникають через процеси приготування та споживання. Дослідження відзначають, що процес зберігання відповідає за 21% від загальної кількості харчових відходів; через зміну сировинних інгредієнтів процеси приготування генерують 45% від загальної кількості харчових відходів у ресторані, тоді як подача та споживання їжі має питомий внесок у 34% [9]. Було також виявлено, що існує прямий зв'язок між розміром ресторану та кількістю харчових відходів. Овочі та фрукти, а також хлібобулочні вироби мають найвищу частку в загальних харчових відходах. Попередні дослідження показали, що обслуговування клієнтів за системою «à la carte» створює більший рівень харчових відходів, ніж інші види громадського харчування [9].

Заходи, які можуть допомогти запобігти харчовим відходам у ресторанах, наступні: зменшення порцій, що подаються клієнтам, пакування залишків їжі, точне прогнозування повсякденної діяльності, щоб уникнути перевиробництва, цифрові системи для розміщення замовлень до приходу клієнтів у ресторан із багатьма корисними наслідками для зменшення відходів, роздача недоїденої їжі працівникам, а також зміцнення співпраці з неурядовими організаціями для доставки продуктів харчування знедоленим людям.

Ознайомлення працівників із цілями сталого розвитку та спеціальне навчання відіграють ключову роль у впровадженні стійких стратегій у ресторанному господарстві. Організації, яким вдається навчити персонал застосовувати екологічні принципи, легше адаптуються до управління навколишнім середовищем, а впровадження екологічного навчання працівників має позитивний і прямий вплив на зрілість екологічного менеджменту організації. Вивчення основ сталого менеджменту та конкретних заходів щодо впровадження є атрибутами менеджерів, оскільки ефективні лідери надихатимуть працівників і мотивуватимуть їх у досягненні поставлених цілей. Для ресторанної індустрії людський ресурс є найважливішим фактором у досягненні продуктивності та цілей сталого розвитку. Працівники ресторану, які дотримуються цілей екологічно відповідальної поведінки, є більш дисциплінованими та відповідальними. Це справедливо і в ширшому контексті, оскільки доведено, що ефективність працівників значною мірою залежить від їх постійного професійного навчання.

Дослідження, проведені в ресторанах, засвідчили, що проактивна позиція менеджерів щодо використання екологічних заходів є вирішальною для залучення персоналу, а мотиваційні заходи спрямовані на підтримку необхідних зусиль [7]. Тим не менш, серед працівників, кухарі вважаються двигуном застосування зелених заходів у ресторанах. Однак часто буває так, що значна кількість керівників ресторанів не

просуває та не створює умов для забезпечення видимості стійких практик, таким чином значно зменшуючи кількість клієнтів, які поводяться відповідально.

Підсумовуючи вище сказане, відзначимо, що на процес сталого розвитку в ресторанному бізнесі, в першу чергу, впливає фактор робочої сили. Прихильність керівників і співробітників до застосування стійких практик та спеціального навчання є ключовими елементами для формування їхніх відповідальних дій.

Пандемія COVID-19 негативно вплинула на всю ресторанну індустрію, яка загалом є сферою з високим рівнем комерційного ризику, серйозно постраждала під час пандемії і тому потребує швидкої адаптації та відновлення. Деякі ресторани вирішили закритися, інші продовжили роботу, але ті, хто знайшов спосіб залишитися відкритими, мали значно меншу кількість клієнтів і, відповідно, доходи значно зменшилися.

Найбільш постраждалим ресурсом ресторанної індустрії під час пандемії COVID-19 були людські ресурси. Створення, у цьому контексті, добробуту працівників та їх емоційної рівноваги є пріоритетною метою сталого розвитку. У цей період ресторанний сектор став надзвичайно непривабливим, особливо для нових наймів, оскільки існуючий персонал або був звільнений, або мав розрізнений графік роботи, отримував фінансову допомогу в періоди, коли ресторан був закритий, або погоджувався на значне скорочення зарплати. Дослідження показали, що, особливо під час пандемії COVID-19, доброзичливе ставлення та індивідуальні поради працівників є елементами, які створюють високий рівень задоволеності споживачів у ресторанах, що підкреслює обов'язковість підтримки високого рівня навчання персоналу. У цьому контексті належне навчання та програми розвитку кар'єри є необхідними рішеннями, які можуть сприяти вищій капіталізації внеску кожного працівника як члена організації, а також лояльності персоналу. Крім того, збереження фізичної цілісності працівників і застосування всіх заходів гігієни та охорони здоров'я є постійними пріоритетами в цьому секторі. Менеджери зрозуміли, що кризи долаються винятковими заходами. У зв'язку з цим основними заходами, які впроваджували менеджери, були різке зниження виробничих витрат, щоденна інвентаризація ключових сировинних інгредієнтів та скорочення споживання, особливо електроенергії.

Що стосується постачання сировини, то даний процес не зазнав значних змін, переважно у випадку ресторанів, які використовують особисті стосунки, зміцнені часом з переважною більшістю постачальників. Практики, які використовувалися для сталого розвитку під час пандемії COVID-19, полягали в тому, щоб зменшити харчові відходи, закриті ресторани по жертвували надлишки їжі співробітникам і неурядовим організаціям, були введені нові протоколи щодо процесів виробництва та обслуговування, а також розширилися цифрові методи замовлення та оплати. Були внесені зміни в планування меню, рецепти були переоцінені та оптимізовані, стандартизація меню виявилася рішенням для підтримки бізнесу, порції були зменшені, а цифровізація послуг громадського харчування мала значний позитивний вплив на покращення планування ресторанного бізнесу та зменшення харчових відходів. Результати опублікованих досліджень підтвердили позитивні наслідки використання цифрових додатків, які в коротко- та середньостроковій перспективі дали змогу ресторанам працювати під час пандемії COVID-19, а в довгостроковій перспективі надали фундаментальні прерогативи для досягнення цілей сталого розвитку.

Очевидно, що пандемія COVID-19 змусила менеджерів ресторанів вжити особливих заходів, щоб мати можливість продовжувати свою діяльність як з точки зору здоров'я, так і з точки зору сталого розвитку.

Ресторани зіштовхуються із численними організаційними проблемами, гострою нестачею кваліфікованого персоналу, а також зростаючим тиском з боку клієнтів і зовнішнього середовища щодо впровадження конкретних заходів сталого розвитку. Під час пандемії COVID-19 у всьому світі були введені обмеження, які обмежували

можливість пересування населення тощо, що сильно вплинуло на діяльність ресторанів. Багато з цих підрозділів вважали, що не можуть працювати в таких умовах, і вирішили припинити роботу, а персонал був відправлений у відпустку або звільнений. Інші вирішили впоратися з новими умовами роботи, сильно обмежили свою діяльність і передбачили тераси для теплої погоди, які потім намагалися тримати відкритими в холодну пору року за допомогою складних штор або обігрівачів для ковдр.

Хоча наслідки пандемії COVID-19 вимагають адаптації до нових процесів у короткостроковій перспективі, це можна вважати величезним кроком і навіть як плацдарм для цифрової трансформації. Цей період призвів до пропозиції більш гнучких нових рішень для клієнтів і співробітників і створення нових підприємств. Пандемія створила таку ситуацію що всі привели до швидкої цифрової трансформації. Це означає, що підприємства повинні будуть збільшуватися свої інвестиції в технології та навчати своїх працівників або наймати нових. COVID-19 форсує компанії в багатьох галузях, щоб виконувати ту саму роботу з меншою кількістю працівників. Те, що роботи і бізнес алгоритми не постраждали від пандемії, показує, наскільки важливою є автоматизація.

Перспектива полегшення завдань за допомогою дронів доставки, роботизованих виробничих інструментів і штучних інтелектів буде прискорюватися. У цьому відношенні Індустрія 4.0 робить революцію у виробництві, інноваціях та методах розподілу підприємств. Виробники інтегрують такі технології, як Інтернет речей, хмарні обчислення та аналітику, штучний інтелект (AI) і машинне навчання.

З використанням інтелектуальних технологій у ресторанному господарстві загальна робота та продуктивність ресторанів збільшується, а ймовірність помилки від моменту бронювання до остаточної оплати рахунку зменшується. Інтелектуальні технологічні системи і пристрої дозволяють ресторанам досягти вищої точності та надійності обслуговування, що безпосередньо впливає на задоволеність клієнтів і працівників. Зменшення частоти помилок замовлення або неправильні виставлення рахунків, швидше за все, призведуть до зменшення скарг клієнтів і меншої втрати доходу. Знання, навички та можливості, пов'язані з інтелектуальними технологіями, є важливими з точки зору забезпечення підтримання розумного обслуговування в ресторанах.

У ресторанній індустрії перехід до нової моделі, яка фокусується на створенні міждисциплінарних навичок і вдосконалення навичок вирішення проблем, а також подолання викликів технологій 4.0 стратегічно важливі. З точки зору взаємодії людини і машини, технології 4.0 вимагають від працівників обробки великої кількості даних, керування великою кількістю пов'язаних із роботою завдань одночасно, щоб вирішувати складні та багатодисциплінарні проблеми та працювати у співпраці з роботами та займатися високими технологіями. Однак, особливо малим та середнім компаніям не вистачає цих навичок. З цієї причини використання віртуальних тренінгів, створення організаційних процесів, які зосередитися на відгуках користувачів, вдосконаленні технічних, поведінкових і цифрових навичок працівників, інтеграція орієнтованих на людину виробничих моделей у процес бізнесу є стратегічними показниками успіху.

У своїх інноваційних зусиллях ресторанний бізнес повинен шукати способи мінімізації впливу пов'язаних процесів навколишнього середовища. Підприємства ресторанного господарства можуть зіштовхнутися з труднощами під час впровадження екологічних практик, таких як переробка, компостування та пожертвування їжі тощо. Проте галузь продовжує адаптуватися та керувати змінами.

Соціальний, економічний і технологічний розвиток у світі призводить до інновацій і змін у багатьох сферах, особливо в харчовій промисловості та виробництві напоїв, у процесі виробництва послуг, системах управління, технічних і соціальних системах. Одним із найважливіших елементів організації є її професійна адаптованість

до змін. Ринок продуктів харчування та напоїв постійно змінюється. Демографічна еволюція, постмодерні споживчі потреби, глобальні економічні кризи та надзвичайні події є основними факторами цих змін.

Через нематеріальний характер цих ринкових змін багато підприємств втрачають шанс отримати вигоду та/або зберегти конкурентну перевагу. Компанії, які створюють і пропонують нові та кращі бізнес-ідеї та удосконалюють продукти і послуги, які вони пропонують, можуть отримати найкращі можливості для бізнесу. Помітивши зміни та кризи – переживають їх набагато швидше.

5. Висновки та перспективи подальших досліджень в даному напрямку.

Здійснено цілісну оцінку ресторанної індустрії за напрямками: надзвичайні ситуації, технології і сталий розвиток.

Ресторанне господарство, яке є одним із носіїв складного та трудомісткого ринку в секторі послуг, бореться за виживання з його поточними та майбутніми тенденціями. З точки зору збереження на відповідному ринку, спроби підприємств адаптуватися до безперервних змін є неминучим стратегічним обов'язковим як для бізнесу, так і для клієнтів. Хоча це дослідження пропонує інформацію про сучасні тенденції в ресторанній індустрії, воно має важливе обмеження, оскільки включає концептуальну оцінку тенденцій. Для майбутніх робіт, можна рекомендувати дослідження з метою виявлення стану впровадження тенденцій у сектор харчових продуктів і напоїв.

У 2023 році ресторанна індустрія робить сміливі кроки. Найпопулярніші ресторани тенденції свідчать про те, що власники знаходять інноваційні способи покращити враження гостей у закладі та за його межами, незалежно від того, чи вони ведуть ресторан швидкого харчування, ресторан із повним набором послуг. заснування або дослідження абсолютно нової концепції. Уподобання споживачів у харчуванні та економічні умови вказують на головні ресторани тенденції та стратегії, які залишаються незмінними. Незалежно від того, чи йдеться про впровадження стратегії безконтактної оплати, експериментування з онлайн-замовленням чи використання автоматизації для боротьби з нестачею робочої сили, ресторани знаходять творчі способи побудови значущих стосунків зі своїм персоналом і клієнтами.

Сьогодні впровадження заходів сталого розвитку не є пріоритетом для керівників ресторанів в Україні, але економічний і соціальний контекст вимагають від них застосування деяких конкретних практик, які зосереджені, головним чином, на зменшенні споживання електроенергії, води, миючих засобів, витратних матеріалів, вибіркового збору відходів, скорочення харчових відходів, адаптація меню до сучасних вимог споживачів, використання свіжої сировини, що постачається місцевими виробниками, впровадження інтелектуальних систем для покращення операцій з постачання, управління, операційної діяльності та добробуту їх персоналу. Загальний висновок, який став результатом аналізу, висвітлив недоліки у відповідальній освіті керівників ресторанів, що, по суті, є основною перешкодою для застосування практик сталого розвитку. Менеджери, які усвідомлюють важливість цих елементів, стануть основними векторами відповідальних дій і створять необхідні умови для формування стійкої поведінки у працівників.

Author details (in English)

CURRENT TRENDS AND PERSPECTIVES IN THE RESTAURANT INDUSTRY

Igor STOYKO

Ternopil Ivan Puluj National Technical University
56 Ruska str., 46001, Ternopil, Ukraine
e-mail: stoykoi@gmail.com
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-3013-0346>

Roman SHERSTIUK

Ternopil Ivan Puluj National Technical University
56 Ruska str., 46001, Ternopil, Ukraine
e-mail: romsher85@gmail.com
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-6253-9421>

Abstract. Globalization has a profound effect on the structures of many spheres with all its dimensions. Therefore, various progressive trends affect the modern trends of our life. Current and future trends are considered by such factors as emergency situations (pandemic, etc.), technology (Industry 4.0, etc.), the phenomenon of sustainable development (environmentally friendly practices, etc.). In this context, the restaurant business, which is one of the components of the tourism industry, attracts attention with its new trends. It is proven that the modern restaurant business requires the implementation of various aspects of sustainability, innovation and new approaches in communication with consumers, as well as the implementation of new restaurant trends. The restaurant industry trends testify that owners are finding innovative ways to improve the guest experience inside and outside the establishment, whether they are running a fast-food or a full-service restaurant. founding or researching an entirely new concept. Consumer food preferences and economic conditions indicate major restaurant trends and strategies that remain unchanged. It is found that whether restaurant business implements a contactless payment strategy, experiments with online ordering, or uses automation to combat labor shortages, restaurants are finding creative ways to build meaningful relationships with their staff and customers. To identify the strategies that will shape the restaurant industry in 2023 and beyond, Internet search research and forecasting of leading restaurateurs is carried out and analyzed. During this research the trends and forecasts in the restaurant industry are holistically assessed and suggestions to relevant stakeholders are offered.

Key words: restaurant industry, restaurant business, client, technologies, trends.

Appendix A. Supplementary material

Supplementary data associated with this article can be found, in the online version, at

<http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2023/23siuri.pdf>

Funding

The authors received no direct funding for this research.

Citation information

Stoyko, I. & Sherstiuk, R. (2023) Current trends and perspectives in the restaurant industry. Socio-Economic Problems and the State (electronic journal), Vol. 28, no. 1, pp. 66-78. URL: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2023/23siuri.pdf>

Використана література:

1. Ülker CAN. A Conceptual Assessment of Current Trends in the Restaurant Industry Accompanied with Future Forecasts. Journal of New Tourism Trends (JOINNTT). 2021. 2(2), 209-219.
2. Çerkez, M. and Kızıldemir, Ö. (2020). Use of artificial intelligence in food and beverage business. Journal of Turkish Tourism Research, 4(2), 1264-1278. DOI: [10.26677/TR1010.2020.394](https://doi.org/10.26677/TR1010.2020.394).
3. Leung, R. and Loo, P. T. Co-creating interactive dining experiences via interconnected and interoperable smart technology, Asian Journal of Technology Innovation, 2020. DOI: [10.1080/19761597.2020.1822748](https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/19761597.2020.1822748).
<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/19761597.2020.1822748>
4. Codruța Adina Băltescu, Nicoleta Andreea Neacșu. Sustainable Development Practices of Restaurants in Romania and Changes during the COVID-19 Pandemic. Sustainability 2022, 14(7), 3798; <https://doi.org/10.3390/su14073798>
5. Насонова О. В Україні з початку війни закрилося близько 7000 ресторанів та кафе – асоціація. Finance.ua. <https://news.finance.ua/ua/v-ukraini-z-pochatku-viyny-zakrylosya-blyz-ko-7000-restoraniv-ta-kafe-asociaciya>
6. Шерстюк Р., Стойко І., Долубовська О. Соціальна відповідальність бізнесу в Україні у воєнний і післявоєнний період. Соціально- економічні проблеми і держава. 2022. Вип. 2 (27). С. 93-106. URL: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2022/22siipp.pdf>
<https://doi.org/10.33108/sepd2022.nom2.093>
7. Шерстюк Р., Стойко І., Паляниця В. Організаційна культура управління: адхократія, компетентність і лідерство. Соціально- економічні проблеми і держава. 2022. Вип. 1(26). С. 37-45. URL: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2022/22srpkil.pdf>
<https://doi.org/10.33108/sepd2022.01.037>

8. Lincedin. Green Restaurant Association. <https://www.linkedin.com/company/green-restaurant-association>
9. Principato, L.; Pratesi, C. A.; Secondi, L. Towards Zero Waste: An Exploratory Study on Restaurant managers. *Int. J. Hosp. Manag.* 2018, 74, 130–137. [Google Scholar] <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2018.02.022>

References

1. Ülker CAN. A Conceptual Assessment of Current Trends in the Restaurant Industry Accompanied with Future Forecasts (2021). *Journal of New Tourism Trends (JOINNTT)* 2(2), 209-219.
2. Çerkez, M. and Kızıldemir, Ö. (2020). Use of artificial intelligence in food and beverage business. *Journal of Turkish Tourism Research*, 4(2), 1264-1278. DOI: [10.26677/TR1010.2020.394](https://doi.org/10.26677/TR1010.2020.394).
3. Leung, R. and Loo, P. T. (2020): Co-creating interactive dining experiences via interconnected and interoperable smart technology, *Asian Journal of Technology Innovation*, DOI: [10.1080/19761597.2020.1822748](https://doi.org/10.1080/19761597.2020.1822748). <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/19761597.2020.1822748>
4. Codruța Adina Băltescu, Nicoleta Andreea Neacșu (2022) Sustainable Development Practices of Restaurants in Romania and Changes during the COVID-19 Pandemic. *Sustainability*, 14(7), 3798. <https://doi.org/10.3390/su14073798>.
5. Nasonova O. V. V Ukraini z pochatku viiny zakrylosia blyzko 7000 restoraniv ta kafe – asotsiatsiia [About 7,000 restaurants and cafes have closed in Ukraine since the beginning of the war – association]. *Finance.ua*. <https://news.finance.ua/ua/v-ukraini-z-pochatku-viiny-zakrylosya-blyz-ko-7000-restoraniv-ta-kafe-asociaciya>
6. Stoyko, I., Sherstiuk, R. & Dolubovska, O. (2022) Sotsialna vidpovidalnist biznesu v Ukraini u voiennyi i pisliavoiennyi period. [Corporate social responsibility in Ukraine during the war and post-war periods]. *Socio-Economic Problems and the State (electronic journal)*, Vol. 27, no. 2, pp. 93-106. URL: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2022/22siiipp.pdf> <https://doi.org/10.33108/sepd2022.nom2.093>
7. Sherstiuk, R., Stoyko, I. & Palyanytsya, V. (2022) Orhanizatsiina kultura upravlinnia: adkhokratia, kompetentnist i liderstvo [Organizational culture of management: adhocracy, competence and leadership]. *Socio-Economic Problems and the State (electronic journal)*, Vol. 26, no. 1, pp. 37-45. URL: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2022/22srpkil.pdf> <https://doi.org/10.33108/sepd2022.01.037>
8. Lincedin. Green Restaurant Association. <https://www.linkedin.com/company/green-restaurant-association>
9. Principato, L.; Pratesi, C. A.; Secondi, L. (2018) Towards Zero Waste: An Exploratory Study on Restaurant managers. *Int. J. Hosp. Manag.* 74, 130–137. [Google Scholar] <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2018.02.022>



© 2023 Socio-Economic Problems and the State. All rights reserved.
 This open access article is distributed under a Creative Commons Attribution (CC-BY) 4.0 license.
 You are free to:
 Share — copy and redistribute the material in any medium or format Adapt — remix, transform, and build upon the material for any purpose, even commercially.
 The licensor cannot revoke these freedoms as long as you follow the license terms.
 Under the following terms:
 Attribution — You must give appropriate credit, provide a link to the license, and indicate if changes were made.
 You may do so in any reasonable manner, but not in any way that suggests the licensor endorses you or your use.
 No additional restrictions
 You may not apply legal terms or technological measures that legally restrict others from doing anything the license permits.

Socio-Economic Problems and the State (ISSN: 2223-3822) is published by Academy of Social Management (ASM) and Ternopil Ivan Puluji National Technical University (TNTU), Ukraine, Europe.

Publishing with SEPS ensures:

- Immediate, universal access to your article on publication
- High visibility and discoverability via the SEPS website
- Rapid publication
- Guaranteed legacy preservation of your article
- Discounts and waivers for authors in developing regions

Submit your manuscript to a SEPS journal at <http://sepd.tntu.edu.ua>

