Секція: **Управління та адміністрування**

УДК 658.64
Бачуріна А., Мартинчук М. – ст. гр. БР-41
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

СУЧАСНІ ТРЕНДИ В ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Науковий керівник: к.т.н., доцент Стойко І.І.

Bachurina A., Martynchuk M.
Ternopil Ivan Puluj National Technical University

CURRENT TRENDS IN RESTAURANT ESTABLISHMENTS FARMING

Supervisor: Stoyko I., Ph.D., Assoc. Prof.

Ключові слова: ресторан, сучасні тренди, технології.
Keywords: restaurant, modern trends, technologies.

У 2022-2023 роках ресторанна індустрія робить сміливі кроки. Найпопулярніші ресторанні 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 ресторанні 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.

У процесі обслуговування туристів ресторанне господарство відіграє особливо важливу роль і набуває специфічних рис, що дозволяє вважати ресторанне господарство в курортно-туристичних центрах складовою індустрії туризму. Підприємства ресторанного господарства обслуговують досить різноманітний контингент відвідувачів-туристів як вітчизняних, так і іноземних, як організованих, так й індивідуальних. Для кожної категорії споживачів потрібні особливі методи, прийоми обслуговування.

У цій поточній ринковій структурі, яка з кожним днем стає все більш конкурентною, ресторани докладають усіх зусиль, щоб тримати свої двері відкритими. Від пропозиції нових і креативних презентацій і тенденцій до корисних продуктів та інноваційних технологій, адаптація ресторанних тенденцій до ресторанної моделі вимагає стратегічного розуміння, яке виходить за межі технічної діяльності. Через те, що не всі тенденції сфери послуг можна адаптувати до ресторанних 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 факторами:

надзвичайні ситуації;
технології;
сталий розвиток.

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.

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.

Ресторанна індустрія почала отримувати більше переваг від цифровізації, особливо після пандемії. 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.

2. Технології.

Ресторанному бізнесу потрібні хороші страви та хороші 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.

У цій першій чверті 21 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 і індивідуальні замовлення забезпечено.

3. Сталий розвиток

Сталий розвиток є константою та необхідністю повсякденного життя ресторанної індустрії. Ресторанна індустрія має високе споживання енергії, води, миючих засобів і витратних матеріалів, а також величезні харчові відходи. Пандемія COVID-19 актуалізувала багато гострих проблем сталого розвитку.

Ресторанна індустрія, та і вся індустрія туризму, були одними з галузей економіки, які найбільше постраждали від пандемії COVID-19. Статистика показала, 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 знову відкрили свої підрозділи на повну потужність.