УДК 338.48

РОЗВИТОК ТА ЗАПРОВАДЖЕННЯ НОВИХ ТРЕНДІВ В РЕСТОРАННОМУ ГОСПОДАРСТВІ

Омельченко М.С., студентка
Стукальська Н.М., канд. техн. наук, доцент
Національний університет харчових технологій

Пандемія COVID-19 внесла суттєві зміни в розвиток закладів ресторанного господарства в Україні та в усьому світі. Часті обмеження та скасування авіасполучень, закриття кордонів між державами призвели до занепаду розвитку туризму та значної кількості проблем в ресторанному бізнесі.

Сьогодні ресторанний бізнес, як ніколи раніше, веде активну боротьбу за збереження власної життєздатності. Аналізуючи діяльність ресторанів в 2019-2020 гг для того, щоб триматися на плаву заклади почали впроваджувати доставку їжі власним транспортом або використовуючи різноманітні кур'єрські компанії. Власники закладів задоволені результатом, але відчувається спад і по доставці теж. Надходить багато скарг через соцмережі – люди просто не можуть замовити їжу. Кур'єрські компанії фізично не можуть обробити усі замовлення.

Новий 2021 рік спонукає на впровадження та розвиток нових трендів в закладах ресторанного господарства. Далі розглянемо тренди які вже застосовуються та які тільки впроваджуються для кращого розвитку ресторанного бізнесу.

Доставка і їжа на виніс тренд 2019-2020 років так і залишається досі актуальним. Культура доставки їжі і онлайн-замовлення розвивається неймовірно швидкими темпами, тим більше під час пандемії, коли заклади закривають для відвідувачів, і дозволяють працювати тільки на винос або на доставку. Одним з нових трендів є відкриття «віртуального» закладу ресторанного господарства, де під одним дахом розміщуються кухні різних ресторанів, між якими курсують автономні автомобілі, які забирають замовлення і доставляють їх клієнтам. Це здешевлює витрати закладів та робить доставку більш доступною для відвідувачів

Трендом останніх років є застосування мультиканальності, коли заклади, які раніше працювали тільки оффлайн починають використовувати автоматизаційну систему Poster. Дюдина може не тільки відвідати заклад, а й за допомогою даної системи замовити їжу додому, або оформити замовлення і забрати його самому. За допомогою даної системи працівники закладів ресторанного господарства зможуть повністю відстежувати замовлення від його прийняття з сайту до вручення замовлення клієнта, переглядати статистику по продажах і контролювати роботу кур'єрів.

Не враховуючи карантинні обмеження, все ж набирають популярності і відкриваються fast-casual ресторани, популярний формат для тих, хто любить

здорову їжу, але не люблять довго чекати. У таких закладах гості отримують їжу, наближену за якістю до дорогих ресторанів, за невеликі гроші, а сервіс тут трохи краще, ніж у фаст-фуді.

В умовах пандемії починають відкриватися і користуватися попитом кіоски самообслуговування. Це тренд для форматів фаст-фуд і фаст-кежуал. По суті, касир стає зайвою ланкою в закладах такого формату, і ресторатори намагаються замінити його і мінімізувати витрати. Такий варіант більш безпечний під час карантину, так як не відбувається скупчення людей біля каси.

Також збільшується кількість закладів, які відкриваються по франшизі. Підприємці не хочуть ризикувати своїм проектом, тому запуск бізнесу за успішної і стабільної моделі виглядає набагато привабливіше, що підтверджується статистикою відкритих закладів ресторанного господарства.

Все більше людей починають відмовлятися від відвідування багатопрофільних закладів ресторанного господарства (бургерна-кал'янна-караоке). Відвідувачі все частіше віддають перевагу моно-закладам, які спеціалізуються на приготуванні одного виду кулінарної продукції.

Ще один тренд, який тільки набуває популярності з кожним роком – це відкриття невеликої пекарні або кондитерської. Свіжа випічка користується попитом цілий рік, а розміщувати такі заклади можна як в спальних районах, так і на центральних вулицях з великим трафіком.

Цікава і свіжа тенденція «крафту» у всьому: посуд, келихи і напої. Це не тільки модне явище, але і креативний підхід для скорочення витрат. Ціни на імпортні продукти в країні постійно зростають, а до кінця 2020 різниця вже стала майже в 3 рази. Ще пару років тому ресторатори, які хотіли залишитися на ринку, переглянули варіанти свого меню і постаралися перейти на ті продукти, які могли собі дозволити в нових умовах.

Тенденція, яка у нас міцно тримається в ресторанному бізнесі і не втрачає своєї актуальності – це відкриття закладів ресторанного господарства, які спеціалізуються на національній або регіональній кухні. У багатьох містах відкриваються ресторани національної та місцевої кухні в досить цікавих інтерпретаціях: кав'ярня, паб, кондитерська і фаст-фуд. Зараз хороший час, щоб відкривати невеликі сімейні і душевні заклади зі смачною їжею.

Гості закладів ресторанного господарства все частіше замислюються про здоровий спосіб життя, хочуть отримувати якісні місцеві продукти і знати, де і як вони були вирощені, яким чином транспортувалися і як все це впливає на навколишнє середовище. На тлі таких змін в споживчій поведінці з'являються маркетплейси, що з'єднують фермерів і ресторани з географічною прив'язкою. Це, наприклад, такі сервіси, як Podfoods.

Проаналізувавши нові тренди в ресторанному бізнесі, можна сказати, що не зважаючи на карантинні обмеження ресторатори намагаються зробити все можливе, щоб сфера послуг не занепала, а розвивалася застосовуючи нові технології.