

ХМАРНІ РЕСТОРАНИ ЯК НОВИЙ ФОРМАТ ГАСТРОНОМІЧНОГО СЕРВІСУ

Сфера громадського харчування перебуває у стані трансформації під впливом цифрових технологій, урбанізаційних процесів та зростання попиту на онлайн-доставку. В умовах глобальної конкуренції традиційні моделі ресторанного бізнесу дедалі частіше поступаються місцем інноваційним форматам, серед яких особливе місце посідають хмарні ресторани (cloud kitchens). Їхня діяльність ґрунтується на використанні виробничих приміщень без залів для відвідувачів, що дозволяє знизити витрати, підвищити ефективність бізнес-процесів та гнучко реагувати на зміни ринкового середовища. Водночас відсутність безпосереднього контакту зі споживачем актуалізує проблеми формування клієнтської лояльності, забезпечення високих стандартів сервісу, побудови брендової ідентичності та регулювання якості продукції. Отже, виникає наукова та практична потреба в системному дослідженні цього формату як одного з перспективних напрямів розвитку гастрономічного сервісу.

Метою дослідження є оцінка хмарних ресторанів як інноваційного формату гастрономічного сервісу та визначення їхнього впливу на ефективність ресторанного бізнесу і споживчу поведінку.

Завдання дослідження полягають у аналізі тенденцій розвитку ресторанної індустрії та цифрових форматів доставки, оцінці переваг і викликів впровадження хмарних ресторанів та дослідженні їхнього впливу на споживчу поведінку і ринкову конкурентоспроможність.

Питання впровадження інноваційних технологій у ресторанній індустрії та їх адаптації до сучасних соціальних і споживчих вимог досліджували численні науковці та практики, зокрема М. Павлюк, Г. Ковальчук, Д. Расновський, С.-А. Băltescu, N.-A. Neacșu, A. Lewis, Ülker CAN.

М. Павлюк на основі досліджень вказує, що 55% споживачів зазначили, зручність є головною причиною, через яку вони замовляють їжу онлайн. Інші споживачів кажуть, що замовляють доставку як винагороду або щоб отримати задоволення, при цьому вони хочуть залишитися вдома, а не йти в ресторан [1].

Сервіс доставки їжі розпочав роботу у 2018 році, а пандемія COVID-19 стала поштовхом для його стрімкого розвитку. Локдауни та економічна криза, що серйозно вдарили по ресторанному бізнесу, сприяли активному зростанню сегмента доставки в Україні. У квітні 2020 року компанія Glovo відкрила першу хмарну кухню в центрі Києва, у вересні – другу в Голосієві, а в грудні – третю, яка об'єднала 20 ресторанних брендів і охопила райони від Оболоні до Виноградаря. Нині проєкт «Кухня Delivery» щодня готує понад 1500 обідів для мешканців п'яти районів столиці. Замовлення надходять як від приватних осіб, так і від соціальних установ, центрів допомоги літнім людям, медіа та бригад територіальної оборони [2].

Хмарні ресторани демонструють як суттєві переваги так і виклики впровадження інноваційного формату гастрономічного сервісу. Вони дозволяють значно знизити операційні витрати, оскільки не потребують оренди залів для відвідувачів, обслуговування гостей та додаткового персоналу, що сприяє оптимізації витрат на утримання приміщень. Такий формат дає змогу експериментувати з меню та концепцією, оперативно реагуючи на зміни споживчих вподобань на основі аналітики даних і відгуків клієнтів. Відсутність фізичної присутності клієнтів обмежує можливості для формування брендової атмосфери та прямої взаємодії з гостями, що може впливати на рівень лояльності споживачів. Велика залежність від онлайн-платформ для замовлень і доставки створює ризики у разі технічних збоїв, що може негативно впливати на якість обслуговування [3]. Зростання популярності цього формату

призводить до високої конкуренції, що вимагає активного маркетингу та підтримки високої якості послуг.

Отже, хмарні ресторани стають одним із ключових напрямів розвитку індустрії харчування під впливом цифрових технологій та зростання попиту на онлайн-доставку. Вони дозволяють зменшити операційні витрати, оптимізувати управління й виробничі процеси, забезпечують гнучкість у формуванні меню та швидку реакцію на зміни споживчих вподобань. Водночас відсутність прямого контакту з клієнтом ускладнює формування лояльності та підтримання високого рівня сервісу. Тому цей формат потребує ґрунтовного наукового й практичного вивчення для підвищення ефективності та забезпечення стійкої конкурентоспроможності на ринку.

Список використаних джерел:

1. Актуальні проблеми та стратегії розвитку підприємництва, торгівлі і маркетингу в умовах сучасного ринку. – Матеріали IV Регіональної науково-практичної конференції. – Тернопіль, Тернопільський фаховий коледж харчових технологій і торгівлі, 2024. – 90 с. URL: <https://content.e-schools.info/tkhtt/library/%D0%97%D0%B1%D1%96%D1%80%D0%BD%D0%B8%D0%BA.pdf>

2. Як працюють хмарні кухні у воєнний час: кейси сервісу Glovo та Кухня Delivery. All Retail. 2022. URL: <https://allretail.ua/amp/77150-yak-pracyuyut-hmarni-kuhni-u-voyenniy-chas-keys-servisu-glovo-ta-kuhnya-delivery>

3. Kouzina Food Tech. Advantages of a Cloud Kitchen. 2024. URL: https://www.kouzinafoodtech.com/blog/advantages-of-a-cloud-kitchen?utm_source=chatgpt.com

UDC 338.48(477)

Ivashura A.A.

Ph.D. in agriculture, associate professor, Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics, Kharkiv, Ukraine