

from: <https://www.epravda.com.ua/columns/2023/06/12/701062> [in Ukrainian].

21. Publichnyi zvit Holovy Kaznacheistva Tetiany Sliuz pro pidsumky diialnosti Derzhavnoi kaznacheiskoi sluzhby Ukrainy za 2022 rik [Public report of Tetiana Sliuz, Head of the Treasury, on the results of the State Treasury Service of Ukraine for 2022]. *treasury.gov.ua*. Retrieved from: <https://www.treasury.gov.ua/storage/app/uploads/public/602/e70/9da/602e709dae01f830118968.pdf> [in Ukrainian].

Відомості про авторів

СИНЧАК Віктор Петрович – доктор економічних наук, професор, професор кафедри фінансів, банківської справи, страхування та фондового ринку, Хмельницький університет управління та права імені Леоніда Юзькова (29000, м. Хмельницький, вул. Героїв Майдану, 8, e-mail: synchak@ukr.net).

ЯРМОЛЕНКО Юрій Юрійович – кандидат економічних наук, (29027, м. Хмельницький, вул. Панаса Мирного, 33, кв.1, e-mail: uarmolen@ukr.net).

SYNCHAK Viktor – Doctor of Economic Sciences, Professor, Professor of the Department of Finance, Banking, Insurance and the Stock Market, Leonid Yuzkov Khmelnytskyi University of Management and Law (29000, Khmelnytskyi, 8, St. Heroiv Maidan, e-mail: synchak@ukr.net).

YARMOLENKO Yurii – Candidate of Economic Sciences (29027, Khmelnytskyi, 33/1, St. Panasa Myrny, e-mail: uarmolen@ukr.net).

УДК 338.432:001.8

DOI: 10.37128/2411-4413-2023-4-6

**ЗАКЛАДИ
РЕСТОРАННОГО
ГОСПОДАРСТВА
ТРЕТЬОЇ ХВИЛІ:
СТАН І
ПЕРСПЕКТИВИ**

БЕЗРУЧЕНКОВ Ю.В.,
кандидат педагогічних наук, доцент
кафедри туризму та готельно-ресторанної справи,
Львівський торговельно-економічний університет
(м. Львів)

ЩУКА Г.П.,
доктор педагогічних наук, професор
кафедри географії та туризму,
Закарпатський угорський інститут імені
Ференца Ракоці II
(м. Берегове)

У статті розглянуто сучасні тенденції у ресторанному бізнесі, зокрема у контексті розвитку закладів ресторанного господарства третьої хвилі. Проаналізовано результати впливу інновацій та технологій на гастрономічну індустрію, у результаті порівняння ресторанів третьої хвилі з традиційними закладами ресторанного господарства, визначено ключові відмінності у їхній організації та функціонуванні.

Авторами статті проаналізовано використання інноваційних технологій, таких як штучний інтелект, аналітика даних й автоматизовані системи управління. Наведено приклади застосування цих технологій у ресторанному бізнесі, зокрема в аналізі попиту,

управлінні запасами й рекомендаціях для клієнтів. Розглянуто різницю між ресторанами третьої хвилі й традиційними закладами у виборі концепції кухні, а також підходами до формування меню. Авторами встановлено наявність індивідуалізованого підходу до технології приготування страв і пропозиції новаторських страв у підприємствах ресторанного господарства третьої хвилі, що обумовлено глибшим розумінням сучасних гастрономічних тенденцій та побажань клієнтів.

Встановлено зміщення акцентів у закладах ресторанного господарства третьої хвилі у бік індивідуалізованого обслуговування та активної взаємодії з гостями через соціальні мережі, порівняно з можливим більш формальним підходом традиційних закладів; розглянуто роль закладів гостинності третьої хвилі у впровадженні концепцій сталого розвитку.

У висновку авторами висловлено переконання, що заклади ресторанного господарства третьої хвилі мають потенціал не лише трансформувати гастрономічний ландшафт, але й стати ключовими учасниками розвитку ресторанного бізнесу в Україні. Зазначено, що їхні інновації та технологічний підхід можуть визначити нові стандарти обслуговування, посилити різноманіття меню та змінити ставлення до власного екологічного впливу. Зроблено висновки про необхідність подальших досліджень у цій області й перспективи розвитку ресторанного бізнесу в Україні в умовах зростання популярності закладів ресторанного господарства третьої хвилі.

Ключові слова: заклади ресторанного господарства третьої хвилі, інновації у ресторанному бізнесі, вплив інновацій на гастрономічну індустрію, гастрономічні тенденції, традиційні заклади ресторанного господарства, ресторанне господарство, ресторанний бізнес в Україні.

Табл.: 2. Літ.: 9.

ESTABLISHMENTS OF THE THIRD WAVE RESTAURANT INDUSTRY: STATE AND PERSPECTIVES

BEZRUCHENKOV Yuriy,

*Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor
of the Department of Tourism, Hotel and Restaurant Business,
Lviv University of Trade and Economics
(Lviv)*

SHCHUKA Halyna,

*Doctor of Pedagogical Sciences, Professor
of the Department of Geography and Tourism,
Transcarpathian Hungarian Institute named after Ferenc Rakocza II
(Berehove)*

The article explores contemporary trends in the restaurant business, specifically in the context of the development of third-wave restaurant establishments. The article analyzes the influence of innovations and technologies on the gastronomic industry, compares third-wave restaurants with traditional restaurant establishments, and identifies key differences in their organization and operation.

The authors examine the use of innovative technologies such as artificial intelligence, data analytics, and automated management systems. Examples of the application of these technologies in the restaurant business are provided, including demand analysis, inventory management, and customer recommendations. The article discusses the difference between third-wave restaurants and traditional establishments in choosing culinary concepts and approaches to menu formation.

The authors emphasize the individualized approach to cooking technology and the introduction of the innovative dishes in third-wave restaurant enterprises, characterized by a deeper understanding of modern gastronomic trends and customer preferences.

A shift in focus towards individualized service and active interaction with guests through social networks is noted in third-wave restaurant establishments, compared to the potentially more formal approach of traditional establishments. The role of third-wave hospitality establishments in implementing sustainable development concepts is considered.

In conclusion, the authors express the belief that third-wave restaurant establishments have the potential not only to transform the gastronomic landscape but also to become key contributors to the development of the restaurant business in Ukraine. It is noted that their innovations and technological approach can set new standards for service, menu diversity, and attitudes toward environmental impact. The article concludes by highlighting the need for the further research in this area and the prospects for the development of the restaurant business in Ukraine in the face of the growing popularity of third-wave restaurant establishments.

Key words: third-wave restaurant establishments, innovations in the restaurant business, impact of innovations on the gastronomic industry, gastronomic trends, traditional restaurant establishments, restaurant industry, restaurant business in Ukraine.

Tabl.: 2. Ref.: 9.

Постановка проблеми. У сучасному глобалізованому світі готельно-ресторанна справа постійно зазнає впливу різноманітних тенденцій та інновацій, впровадження яких відображається на розвитку ресторанного господарства. Однією з останніх тенденцій є виникнення та еволюція закладів ресторанного господарства третьої хвилі, які привносять не лише нові кулінарні концепції, але й революційні підходи до обслуговування та управління.

Незважаючи на очевидні переваги цього напрямку, наукове співтовариство відчуває необхідність глибшого розуміння та аналізу різниці між традиційними закладами ресторанного господарства й представниками третьої хвилі. Проблемою стає нестача систематичного наукового дослідження, що визначало б ключові аспекти цього еволюційного явища й впливу цих новацій на галузь.

Стаття має на меті надати глибше розуміння сутності закладів ресторанного господарства третьої хвилі, визначити основні відмінності від традиційних моделей та проаналізувати вплив цих змін на різні аспекти гастрономічної індустрії. Розглядаючи й порівнюючи ці дві категорії підприємств, ми сподіваємося виявити ключові аспекти, які допоможуть визначити й передбачити подальший розвиток ресторанного бізнесу в Україні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аналіз наукових досліджень учених, які займаються вирішенням проблем і визначенням перспектив розвитку ресторанного бізнесу, став предметом уваги цієї статті. Виділення раніше невирішених аспектів загальної проблематики є ключовим аспектом дослідження. У своїх працях науковці, такі як Н. І. Дуляба, О. Ф. Гріценко С. М. Ільчишин, О. Ю. Давидова, В. І. Біян, Г. І. Гапоненко, А. Ю. Парфіненко, Р. Соуканд й інші вже розглядали різноманітні аспекти функціонування та розвитку ресторанного господарства, починаючи від економічних аспектів в умовах сьогодення [2], і закінчуючи перспективами використання штучного інтелекту в галузі й проблемами розвитку автентичної гастрономії [8]. Проте, залишаються недостатньо розглянутими питання розвитку ресторанного

бізнесу третьої хвилі в Україні, відсутній комплексний аналіз цього явища, зокрема, взаємодія та взаємовплив технологій та гастрономічних інновацій, впливу цих факторів на ринок харчового сервісу країни.

Формулювання цілей статті. Мета даного дослідження полягає у наданні більш глибокого розуміння сутності закладів ресторанного господарства третьої хвилі; встановлення основних відмінностей цього типу закладів від традиційних моделей та визначення результату впливу цих змін на різні аспекти гастрономічної індустрії.

Виклад основного матеріалу дослідження. Ресторанна галузь в Україні переживає новий етап еволюції, який можна охарактеризувати як «Третя хвиля». Заклади ресторанного господарства третьої хвилі – це результат розвитку гастрономічної культури у світі й безпосереднього споживання страв і напоїв. Вперше поняття «третьої хвилі» було застосовано у 2002 році Тріш Ротгеб з компанії Американської компанії Wrecking Ball Coffee Roasters [9]. Цим терміном авторка описувала поточні зміни, які відбувались у кавовому світі з акцентом ставлення до кави як делікатесу за аналогією до вишуканого вина, а не звичайного повсякденного напою.

Сьогодні цей термін розповсюдився не тільки на кав'ярні, але й на усі інші типи закладів ресторанного господарства, які слідкують за світовою гастрономічною культурою. В Україні можна зустріти багато закладів ресторанного господарства, які ставляться до процесу приготування та подачі своїх кулінарних страв і напоїв як до окремого витвору мистецтва від кав'ярень подібних до «Світ Кави» м. Львів, «Takava Coffee-Buffer» м. Київ, «SocioParty» м. Рівне; барів – «People Place», «Telavivian Food & Mood» м. Львів; кафе – «Place» м. Рівне, «Purple» м. Луцк, «Хвиля» м. Прилуки; ресторанів – «Nikas» м. Харків, «Belkin» м. Київ, «36PO», «Pretty High Kitchen» м. Львів й інші. Ці й інші заклади ресторанного господарства представляють інноваційний підхід до гастрономії, який визначається не лише високою якістю страв, але й унікальністю концепції, використанням передових технологій та акцентом на індивідуалізованому обслуговуванні.

Заклади ресторанного господарства третьої хвилі й традиційні ресторани відрізняються у ряді аспектів, таких як концепція, технології, підхід до обслуговування та ставлення до сталого розвитку. Основна відмінність між цими двома типами закладів ресторанного господарства полягає: у підходах до технології та інновації; концепції кухні й меню; ставленням до гостей.

Сучасні заклади ресторанного господарства повинні розвивати технології та інновації з багатьох ключових причин, які визначають успішність і конкурентоспроможність у гастрономічній індустрії.

1. Покращення користувацького досвіду. Використання технологій може значно підвищити якість обслуговування та користувацький досвід. Мобільні додатки для замовлення, електронні меню, системи швидкої оплати й замовлення – ці й інші інновації роблять візит гостя більш комфортним й ефективним.

2. Ефективне управління. Технології допомагають автоматизувати процеси управління, такі, як облік замовлень, управління запасами та розподіл

обов'язків персоналу. Це підвищує продуктивність, зменшує помилки й дозволяє працювати більш ефективно.

3. Адаптація до сучасних трендів. Гості закладів ресторанного господарства все більше цінують інновації та сучасні підходи. Використання новітніх технологій дозволяє відповідати на зміну смаків споживачів і задовольняти їхні очікування.

4. Маркетинг і продажі. Технології, зокрема штучний інтелект, інтегруються у маркетинг і продажі, надаючи ресторанам інструменти для взаємодії з клієнтами через соціальні мережі, розсилки й програми лояльності. Аналіз отриманих даних допомагає розробляти персоналізовані пропозиції.

5. Створення унікальних експериментів. Використання технологій розширеної та/чи віртуальної реальності, інші інновації у кулінарії дозволяють закладам ресторанного господарства створювати унікальні враження та експериментувати зі смаками, що привертає увагу гостей.

6. Екологічна стійкість. Технології допомагають ресторанам зменшити відходи й знизити екологічний вплив на довкілля. Впровадження систем для моніторингу й управління відходами може позитивно вплинути на імідж закладу.

7. Конкурентоспроможність на ринку. Ресторани, які інвестують у технології та інновації, мають можливість відзначитися серед конкурентів. Гості шукають не лише смачні страви, але й новаторський підхід і високий рівень сервісу.

Розвиток технологій стає необхідним елементом стратегії сучасного ресторанного бізнесу, що дозволяє втілювати ідеї, покращувати якість обслуговування та підтримувати конкурентоспроможність в умовах нестабільного гастрономічного попиту. У таблиці 1 наведені деякі порівняльні аспекти використання технологій та інновацій у традиційному закладі ресторанного господарства й закладах третьої хвилі.

Так, заклади ресторанного господарства третьої хвилі активно використовують інноваційні технології, такі, як системи штучного інтелекту для аналізу даних і прогнозування попиту, автоматизовані системи замовлень й обслуговування, чат-боти для взаємодії з клієнтами. Вони часто експериментують з віртуальною реальністю та іншими інноваційними технологіями. Традиційні ресторани, зазвичай, користуються менш інтегрованими технологіями, їхні системи можуть бути менш автоматизованими, і вони можуть менше використовувати дані для оптимізації процесів.

Концепція кухні й меню. Ресторани третьої хвилі акцентують увагу на творчому й інноваційному підході до гастрономії. Їхнє меню часто вражає нестандартністю та експериментами у смакових поєднаннях. Ці заклади спеціалізуються на створенні унікальних кулінарних вражень, які виходять за межі традиційних страв. Такі заклади ресторанного господарства можуть пропонувати індивідуалізовані меню, враховуючи регіональні, етнічні й дієтичні особливості своїх гостей. Інноваційні методи готування, використання нових інгредієнтів і кулінарні експерименти є ключовими елементами концепції ресторанів третьої хвилі.

Порівняння традиційних ресторанів і ресторанів третьої хвилі

Аспект	Ресторани третьої хвилі	Традиційні ресторани
Системи замовлення	Використання мобільних додатків для замовлення, електронних меню. Підтримка онлайн-замовлень. Наприклад, McDonald's Mobile App дозволяє замовляти й оплачувати страви заздалегідь. Використання POS систем і хмарних сервісів типу Toast, Майдан, Revel, TouchBistro й інші	Замовлення через офіціантів або каси
Управління запасами	Використання штучного інтелекту (ШІ) для точного прогнозування попиту й управління запасами. Підтримка автоматизованих систем замовлення товарів. Підвищена операційна ефективність. McDonald's, Starbucks Zume Pizza й інші ресторани мережі використовують ШІ, IBM Food Trust для відстеження попиту й управління запасами, що дозволяє точно прогнозувати поставки, а також забезпечує якість і безпеку продуктів	Традиційне управління запасами, замовлення товарів вручну й за допомогою програм складського обліку, здебільшого мають складний інтерес і погану інтеграцію з мобільними застосунками
Аналіз даних	Використання аналітичних інструментів для розуміння поведінки клієнтів, прогнозування попиту й адаптації стратегій за допомогою штучного інтелекту. Миттєвий відгук про харчування. Ефективне обслуговування за допомогою чат-ботів	Можливе використання традиційних методів аналізу даних, але часто менш автоматизовано
Електронні меню	Використання електронних меню з фотографіями, відео, відгуками й додатковою інформацією. Інтерактивні меню	Традиційні паперові меню
Віртуальна реальність	Експерименти з використанням віртуальних технологій для створення унікальних об'єктів і вражень	Відсутність використання віртуальних технологій у меню та атмосфері
Спілкування з гостями	Використання соціальних мереж, онлайн-чатів і програм лояльності. Персоналізовані рекомендації	Зазвичай, комунікація обмежується традиційними засобами, такими, як телефон або електронна пошта
Екологічні ініціативи	Впровадження технологій для зменшення відходів, використання екологічно чистих матеріалів. Заклади забезпечують себе високоякісним біорозкладним посудом і використовують системи переробки відходів	Традиційні ресторани також можуть дотримуватися екологічних стандартів, але не завжди використовують інноваційні технології

Джерело: [1; 3] і доповнено авторами

У традиційних ресторанах основний акцент може бути зроблений на класичних стравах і дотриманні традиційних гастрономічних концепцій. Меню цих закладів може вміщувати у собі популярні й відомі страви, які передають культурні аспекти, а також смакові уподобання. Традиційні ресторани можуть прагнути зберегти аутентичність страв, передаючи специфіку рецептів і кулінарних традицій. Вони можуть слугувати як «оазис» для тих, хто цінує відомі й добре відомі смаки, відповідаючи класичним концепціям гастрономії.

Таблиця 2 надає узагальнене уявлення про відмінності між ресторанами третьої хвилі й традиційними ресторанами в аспектах, таких, як концепція, меню, методи готування, смакові експерименти, цільова аудиторія та приклади закладів.

Ставлення до гостей. Ресторани третьої хвилі звертають особливу увагу на створення індивідуального досвіду для кожного гостя. Це може містити персоналізовані рекомендації, адаптовані до смакових вподобань і потреб клієнта. Часто відбувається взаємодія через соціальні мережі: заклади активно спілкуються зі своєю аудиторією через ці платформи. Вони враховують відгуки й побажання споживачів, використовуючи їх для постійного удосконалення якості обслуговування та розвитку нових страв у меню з використанням інновацій.

Відмінності між традиційними ресторанами й ресторанами третьої хвилі

Характеристика	Ресторани третьої хвилі	Традиційні ресторани
Концепція кухні	Спрямовані на творчий та інноваційний підхід до гастрономії. З меню експериментують і створюють унікальні кулінарні враження. Притаманна підтримка місцевих постачальників, використання локальних продуктів, зменшення викидів CO ₂	Зосереджені на збереженні класичних страв і дотриманні традиційних гастрономічних концепцій. Меню може містити у собі відомі й популярні страви. Меню може обмежуватися лише у законодавчих рамках щодо екологічної безпеки
Меню	Індивідуалізоване, враховуючи регіональні, етнічні й дієтичні особливості. Експерименти зі смаковими поєднаннями. Часто не використовується класична рекомендація до подачі страв і сервірування столу	Орієнтоване на підтримку класичних рецептів і популярних страв, зберігаючи традиційні смакові нюанси. Дотримання класичних правил подачі страв і напоїв
Методи готування	Використовують інноваційні техніки приготування та експериментування з новими інгредієнтами. Молекулярна гастрономія. Низькотемпературне приготування (Sous Vide). Кулінарні друкерні. Кисневі ванни. Гриль-сферація. Імпульсний відпал. Енциклопедія смаку (Flavor Tripping)	Дотримуються традиційних методів готування та стандартних рецептів. Незначне використання сучасних технологій
Смакові експерименти	Зосереджені на творчому підході, створенні нових і нестандартних смакових поєднань. Можна охарактеризувати як виклик	Прагнуть передавати аутентичний смак класичних страв, відомих й улюблених гостями
Цільова аудиторія	Ті, хто цінує нестандартні й інноваційні гастрономічні враження	Ті, хто шукає традиційні й відомі смаки, враховуючи культурні, а також історичні аспекти страв

Джерело: [5]

У традиційних ресторанах може переважати більш формальний стиль обслуговування, орієнтований на класичні гастрономічні стандарти. Менша активність у соціальних мережах: традиційні заклади здебільшого не такі активні у соціальних мережах, порівняно з ресторанами третьої хвилі, а їхні зусилля, зазвичай, більше спрямовані на традиційні засоби маркетингу й реклами.

Цей підхід до взаємодії зі споживачами визначає, наскільки заклад ресторанного господарства ставить на перший план індивідуальні потреби гостя і наскільки активно використовує сучасні засоби комунікації для покращення якості сервісу й визначення змін у смаках споживачів.

Загальна концепція. Заклади ресторанного господарства третьої хвилі мають чітко визначену концепцію, яка відображає їхню місію, цінності, філософію та унікальний стиль. Концепція може бути пов'язана з певною кухнею, культурою, історією, тематикою, атмосферою або соціальним посланням. Ресторатори прагнуть створити неповторний дизайн свого інтер'єру й екстер'єру, який би відповідав їхній концепції та викликав позитивні емоції у відвідувачів. Дизайн може бути модерністським, класичним, етнічним, екологічним, арт-деко, футуристичним тощо. Важливою складовою дизайну є освітлення, меблі, декор, кольори, музика, аромати й інші елементи, які створюють атмосферу закладу.

Загальна концепція традиційного ресторану – це заклад, який пропонує своїм гостям вишукану й різноманітну кухню, професійне, а також ввічливе обслуговування, затишну й елегантну атмосферу, зокрема можливість провести

час з родиною, друзями або бізнес-партнерами. Традиційний ресторан має високі стандарти якості й гігієни, а також дотримується правил етикету й культури харчування. Такий заклад ресторанного господарства має переважно класичний дизайн інтер'єру й екстер'єру, який відповідає його концепції та кухні.

Висновки. Заклади ресторанного господарства третьої хвилі в Україні відкривають нові перспективи для розвитку гастрономічної сфери у країні. Прогресивні концепції, індивідуалізоване обслуговування та акцент на інноваційні технології роблять їх важливим елементом кулінарного ландшафту. З урахуванням розповсюдження ресторанів третьої хвилі можна передбачити, що гастрономічна індустрія України буде продовжувати свій розвиток, адаптуючись до сучасних тенденцій та попиту гостей. Впровадження інновацій та вдосконалення гастрономічного досвіду через технології дозволять закладам ресторанного господарства продовжувати визначати нові стандарти й забезпечувати вищий рівень обслуговування споживачів послуг.

Перспективи розвитку закладів ресторанного господарства третьої хвилі можна охарактеризувати розширенням географії – очікується розширення їхніх мереж у різних регіонах і країнах, що відкриватиме нові ринки й аудиторії; розвитком концепцій – заклади будуть надалі розвивати свої концепції, можливо, враховуючи тенденції здорового харчування та екзотичних кухонь; поглибленням технологічних впроваджень – продовжиться інтеграція новітніх технологій для поліпшення обслуговування, забезпечення безпеки й зручності клієнтів; сталим зростанням популярності – заклади ресторанного господарства третьої хвилі отримають наростаючу популярність серед клієнтів, що цінують нестандартний підхід і новаторську кулінарію.

Загалом, ресторани підприємства третьої хвилі визначають нові стандарти у гастрономічній індустрії, а їхній стан і перспективи свідчать про динамічний розвиток цього сегменту ресторанного бізнесу.

Такий розвиток ресторанного бізнесу в Україні відкриватиме нові можливості для кулінарних талантів, стимулюючи креативність і прискорюючи темпи інновацій. Разом із зростанням популярності закладів гостинності третьої хвилі можна передбачати покращення якості обслуговування, розширення культурного діапазону страв і розмаїття української гастрономії.

Подальше вивчення теми ресторанного бізнесу третьої хвилі та його впливу на гастрономічну індустрію в Україні може відкрити широкий спектр можливостей для досліджень й інновацій, а саме: глибший аналіз культурного впливу; ефективність інновацій; сприяння соціальній відповідальності; вивчення споживацьких тенденцій; інтеграція інновацій у традиційні заклади. Ці напрями досліджень можуть допомогти розкрити глибше розуміння впливу ресторанів третьої хвилі на гастрономічний ландшафт України й визначити ключові фактори їхнього успіху, а також виклики.

Важливо відзначити, що у статті наведені загальні тенденції, і у реальності багато закладів ресторанного господарства може поєднувати елементи обох підходів залежно від конкретної концепції та стратегії бізнесу.

Список використаних джерел

1. Bradford M. 2024 AI Predictions for Restaurants: What to Expect in the New Year Ahead. *Modern Restaurant Management*. URL: <https://modernrestaurantmanagement.com/2024-ai-predictions-for-restaurants-what-to-expect-in-the-new-year-ahead/> (дата звернення: 10.12.2023).
2. Гапоненко Г.І., Євтушенко О.В., Шамара І.М., Холодок В.Д. Основні тенденції розвитку ресторанного господарства України в сучасних умовах. *Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм»*. 2021. № 14. С. 132-141. DOI: 10.26565/2310-9513-2021-14-13
3. Casella M. Transforming Hospitality Operations: The Role of Advanced AI in Enhancing Efficiency and Guest Experiences. *Modern Restaurant Management*. URL: <https://modernrestaurantmanagement.com/transforming-hospitality-operations-the-role-of-advanced-ai-in-enhancing-efficiency-and-guest-experiences/> (дата звернення: 08.12.2023).
4. Цоккі Д., Мотузенко О., Стрянець Н., Фонтефранческо М., Соуканд Р., П'єроні А. Ковчег смаку. Україна. Їжа, знання та історії гастрономічної спадщини. Італія: Університет гастрономічних наук, 2022. 218 с.
5. Нещадим Л.М. Інноваційні методи та технології приготування десертної продукції. *Інновації та технології в сфері послуг і харчування*. 2021. № 1-2 (3-4). С. 59-65. DOI: [https://doi.org/10.24025/2708-4949.1-2\(3-4\).2021.241488](https://doi.org/10.24025/2708-4949.1-2(3-4).2021.241488)
6. ДСТУ 4281:2004. Заклади ресторанного господарства. Класифікація. [Чинний від 2004-07-01]. Вид. офіц. Київ, 2004. 18 с. (Інформація та документація).
7. Hospitality Trends Report. URL: <https://www.carbonategroup.com/trend-report> (дата звернення: 10.12.2023).
8. Шука Г.П., Безрученков Ю.В., Венгерська Н.С. Автентична кухня як основа розвитку ринку гастрономічного туризму Закарпаття. *Економіка і регіон*. 2023. № 4 (91). С. 59-67. DOI: 10.26906/EiR.2023.4(91).3195
9. Los Angeles Times. Trish Rothgeb coined 'third wave' – and is now looking toward coffee's future. URL: <https://www.latimes.com/food/story/2019-10-04/third-wave-coffee-trish-rothgeb> (дата звернення: 10.12.2023).

References

1. Bradford, M. (2023). 2024 AI Predictions for Restaurants: What to Expect in the New Year Ahead. *modernrestaurantmanagement.com*. Retrieved from: <https://modernrestaurantmanagement.com/2024-ai-predictions-for-restaurants-what-to-expect-in-the-new-year-ahead/> [in English].
2. Haponenko, H.I. Yevtushenko, O.V., Shamara, I.M., & Kholodok, V.D. (2021). Osnovni tendentsii rozvytku restorannoho hospodarstva Ukrainy v suchasnykh umovakh [The main trends in the development of the restaurant industry in Ukraine in modern conditions]. *Visnyk Kharkivskoho natsionalnoho universytetu imeni V.N. Karazina. Seriiia «Mizhnarodni vidnosyny. Ekonomika. Krainoznavstvo. Turyzm» – Bulletin of Kharkiv National University named after V.N. Karazin. Series «International relations. Economy. Local studies. Tourism»*, 14, 132-141. DOI: 10.26565/2310-9513-2021-14-13 [in Ukrainian].

3. Casella, M. (2024). Transforming Hospitality Operations: The Role of Advanced AI in Enhancing Efficiency and Guest Experiences. *modernrestaurantmanagement.com*. Retrieved from: <https://modernrestaurantmanagement.com/transforming-hospitality-operations-the-role-of-advanced-ai-in-enhancing-efficiency-and-guest-experiences/> [in English].
4. Tsokki, D., Motuzenko, O., Striamets, N., Fontefranchesko, M., Soukand, R., & Pieroni, A. (2022). *Kovchek smaku. Ukraina. Yizha, znannia ta istorii hastronomichnoi spadshchyny [Ark of taste. Ukraine. Food, knowledge and stories of gastronomic heritage]*. Italiia: Universytet hastronomichnykh nauk [in Ukrainian].
5. Neshchadym, L.M. (2021). Innovatsiini metody ta tekhnolohii pryhotuvannia desertnoi produktsii [Innovative methods and technologies for the preparation of dessert products]. *Innovatsii ta tekhnolohii v sferi posluh i kharchuvannia – Innovations and technologies in the field of services and food*, 1-2 (3-4), 59-65. DOI: [https://doi.org/10.24025/2708-4949.1-2\(3-4\).2021.241488](https://doi.org/10.24025/2708-4949.1-2(3-4).2021.241488) [in Ukrainian].
6. Zaklady restorannoho hospodarstva. Klasyfikatsiia [Restaurant establishments. Classification]. (2004). *DSTU 4281:2004 from 1st July 2004*. Kyiv: Derzhstandart Ukraine [in Ukrainian].
7. Hospitality Trends Report. *carbonategroup.com*. Retrieved from: <https://carbonategroup.com/trend-report> [in English].
8. Shuka, G.P., Bezruchenkov, Yu.V., & Vengerska, N.S. (2023). Avtentychna kuchnia yak osnova rozvytku rynku hastronomichnogo turyzmu Zakarpattia [Authentic cuisine as a basis for the development of the gastronomic tourism market of Transcarpathia]. *Ekonomika i rehion – Economy and the region*, 4 (91), 59-67. DOI: 10.26906/EiR.2023.4(91).3195 [in Ukrainian].
9. Los Angeles Times. Trish Rothgeb coined ‘third wave’ – and is now looking toward coffee’s future (2019). *latimes.com*. Retrieved from: <https://www.latimes.com/food/story/2019-10-04/third-wave-coffee-trish-rothgeb> [in English].

Відомості про авторів

БЕЗРУЧЕНКОВ Юрій Володимирович – кандидат педагогічних наук, доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи, Львівський торговельно-економічний університет (79005, м. Львів, вул. Туган-Барановського, 10, e-mail: br7920@gmail.com).

ЩУКА Галина Петрівна – доктор педагогічних наук, професор кафедри географії та туризму, Закарпатський угорський інститут імені Ференца Ракоці II (90202, м. Берегове, площа Кошута, 6, e-mail: galina_shchuka@ukr.net).

BEZRUCHENKOV Yurii – Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor of the Department of Tourism and Hotel and Restaurant Business, Lviv University of Trade and Economics, (79005, Lviv, 10, Tugan-Baranovsky Str., e-mail: br7920@gmail.com).

SCHUKA Galina – Doctor of Pedagogical Sciences, Professor of the Department of Geography and Tourism, Transcarpathian Hungarian Institute named after Ferenc Rakocza II (90202, Berehove, 6, Koshuta Square, e-mail: galina_shchuka@ukr.net).