

АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОЇ ДОЦІЛЬНОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ ФУНКЦІОНАЛЬНИХ НАПОЇВ У ЗАКЛАДАХ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

ANALYSIS OF THE MARKETING FEASIBILITY OF INTRODUCING FUNCTIONAL DRINKS IN THE HOTEL AND RESTAURANT BUSINESS

УДК 640.43

DOI: <https://doi.org/10.32782/infrastruct82-48>

Пушка О.С.

к.т.н., доцент кафедри
готельно-ресторанної справи,
Національний університет
харчових технологій

Сильчук Т.А.

д.т.н., професор,
професор кафедри
готельно-ресторанної справи,
Національний університет
харчових технологій

Шевченко І.В.

магістрант,
Національний університет
харчових технологій

Pushka Olha

National University of Food Technology

Sylchuk Tetiana

National University of Food Technology

Shevchenko Illia

National University of Food Technology

У статті розглядаються сучасні тенденції та маркетингові аспекти, пов'язані з впровадженням інноваційних барних програм у готельно-ресторанному бізнесі. Особливу увагу приділено використанню функціональних інгредієнтів у складі напоїв із заданими властивостями, що сприяють поліпшенню здоров'я споживачів, аналізу ринкових тенденцій, які свідчать про зростання попиту на оздоровчі напої. Проаналізовано технології приготування напоїв з функціональними інгредієнтами, що дозволяють підвищити їх поживну цінність і профілактичну спрямованість. Розглядається важливість маркетингової доцільності впровадження барних програм, їх вплив на конкурентоспроможність закладів готельно-ресторанного бізнесу та задоволеність споживачів. Характеризується роль здорового способу життя та тенденцій відповідального споживання у просуванні таких програм.

Ключові слова: функціональні інгредієнти, інноваційні барні програми, гостинність, споживачі.

This article examines current trends and marketing issues related to the implementation of innovative bar programs based on functional ingredients in the hospitality industry. Particular attention is paid to market trends such as the growing popularity of health-promoting beverages that enhance consumers' sense of well-being. The analysis focuses on technologies for the preparation of beverages containing functional ingredients such as superfoods, vitamin supplements and natural ingredients to enhance their nutritional value and make them more attractive to target consumers. The study highlights the benefits of such beverages and emphasizes their role in meeting the needs of health-conscious consumers for products with additional health benefits. It also discusses the marketing feasibility of such programs, particularly their impact on hospitality competitiveness and customer satisfaction. Functional beverages are recognized as a means of differentiation in an increasingly competitive market. Ingredients such as adaptogens, probiotics and antioxidants not only enhance the product offering, but also align with global wellness trends. By appealing to health-conscious consumers, companies can gain a unique market position and meet evolving demands. Marketing strategies for promoting functional beverages must be considered, including how to effectively communicate the health benefits. Branding techniques such as storytelling, emphasizing natural origins and innovative presentation techniques play an important role in consumer engagement. Such efforts shape perceptions and increase interest in innovative bar programs. This article also discusses operational considerations such as sourcing quality ingredients, staff training and marketing campaigns. Balancing these investments with expected returns is critical to ensure long-term profitability. In conclusion, functional beverage programs represent a transformational opportunity for the hospitality industry. They provide a personalized health-focused experience, encourage loyalty and enhance business reputation. If implemented correctly, these programs can drive innovation and competitiveness in a rapidly evolving market.

Keywords: functional ingredients, innovative bar programs, hospitality, consumers.

Постановка проблеми. Сучасна індустрія гостинності постійно стикається з проблемою конкурентоспроможності та задоволення зростаючих побажань гостей. Світова барна культура спонукає до використання інноваційних підходів та використання функціональних інгредієнтів. Незважаючи на те, що в західних країнах активно використовують новаторські тенденції, українські бари поки що не встигають за ними. У міру зростання інтересу споживачів до здорового способу життя, з'являється попит на функціональні інгредієнти, що потенційно посилює конкуренцію на ринку, а також дає можливості закладам готельно-ресторанного господарства розширювати та удосконалювати різні групи страв та напоїв.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Сучасні дослідження, як вітчизняних, так і зарубіжних науковців, зосереджуються на новітніх методах реалізації функціональних інгредієнтів в харчових продуктах. Проте, готельно-ресторанна сфера, через специфіку своєї діяльності, має

обмежену кількість наукових публікацій, присвячених формуванню ефективних програм з використання цих інгредієнтів в напоях та кулінарній продукції, готових до споживання.

Інноваційні барні програми, що застосовують функціональні інгредієнти, є актуальним напрямком досліджень, проте недостатньо вивченим в українській практиці. Проаналізувавши праці, можна виділити наступних авторів, які займалися розробленням функціональних продуктів та напоїв: Гупта А. [8], Санваль Н. [8], Барін М.А. [8], Среджані Б. [8], Шарма Н. [8], Олантунджі Д. [8], Нірмал П. [8], Саху Д. [8], Дорохович А.М. [9], Прибильський В.Л. [10], Дулька О.С. [10].

Постановка завдання. Сучасні тенденції здорового харчування спонукають заклади готельно-ресторанного господарства адаптуватися до потреб та вподобань споживачів. Оскільки, бари є найбільшим дистриб'ютором напоїв у сфері гостинності, розробка барних програм з використанням функціональних інгредієнтів у цьому секторі

послуг має вагоме значення для збереження конкурентних переваг.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Зіткнувшись із новими викликами, після пандемії COVID-19, гості закладів ресторанного господарства в усьому світі все більше звертають увагу на склад та якість продукції, яку споживають. Підхід до барної культури також змінюється. Зростає попит не тільки на насолоду, а також на користь від споживання напою. В цьому аспекті спостерігається підвищена зацікавленість до функціональних напоїв, які покращують самопочуття та мають оздоровчу дію.

Аналіз світового ринку функціональних напоїв показує, що він стабільно зростає завдяки збільшенню попиту на здорові продукти серед споживачів. Популярність енергетичних, спортивних напоїв, пробіотиків, напоїв без цукру та вітамінних напоїв є рушійною силою ринку [1].

Прогнозовано ринок функціональних напоїв оцінюється у 229,75 млрд доларів США у 2025 році, досягне 329,68 млрд доларів США до 2030 року, при середньорічному темпі зростання 7,49% протягом прогнозованого періоду (2025–2030 рр.) [1, 2] (рис. 1).

Споживачів приваблює реклама функціональних напоїв, таких як енергетичні, спортивні та інші збагачені напої, які освіжають організм і підвищують працездатність та витривалість.

Ринок функціональних напоїв є висококонкурентним, тому підприємствам необхідно впроваджувати інновації, щоб задовольнити мінливі потреби споживачів і виділятися завдяки науково доведеним перевагам функціональних інгредієнтів.

Пандемія коронавірусу вплинула на попит та якісний склад продуктів харчування. Споживачі уважніше обирають напої, які здатні підвищити стійкість організму до вірусів та інфекцій. Зростання ринку буде зумовлене збільшенням кількості споживачів, які піклуються про своє здоров'я та віддають перевагу функціональним, а не солодким газованим напоєм [3].

Однак, ринок функціональних напоїв стикається з низкою проблем, однією найважливіших з яких є обізнаність споживачів. Багато гостей досі не знають про конкретні переваги функціональних напоїв. Тому підприємці повинні інвестувати в чіткий та інформативний маркетинг, щоб допомогти споживачам зрозуміти цінність цих напоїв та про те, як вони вписуються до здорового способу життя. Без такої обізнаності багато споживачів можуть не усвідомити всіх переваг функціональних напоїв або взагалі відмовитися від них.

Хибні уявлення про функціональні напої, являється ще одним маркетинговим викликом. Деякі споживачі сприймають функціональні напої як непотрібні або надто складні у порівнянні зі звичайними напоями, тоді як інші скептично ставляться до них. Незнання нових інгредієнтів, які покращують здоров'я, та мінімізують шкідливий вплив на організм людини, може призвести до плутанини та скептицизму.

Прозорість і довіра до маркетингу є ключем до подолання цих викликів, оскільки надмірне просування та перебільшені заяви про користь для здоров'я можуть підірвати довіру споживачів. Згідно з дослідженням NIQ [3], 77% споживачів дистанціюються від бренду, практики яких не

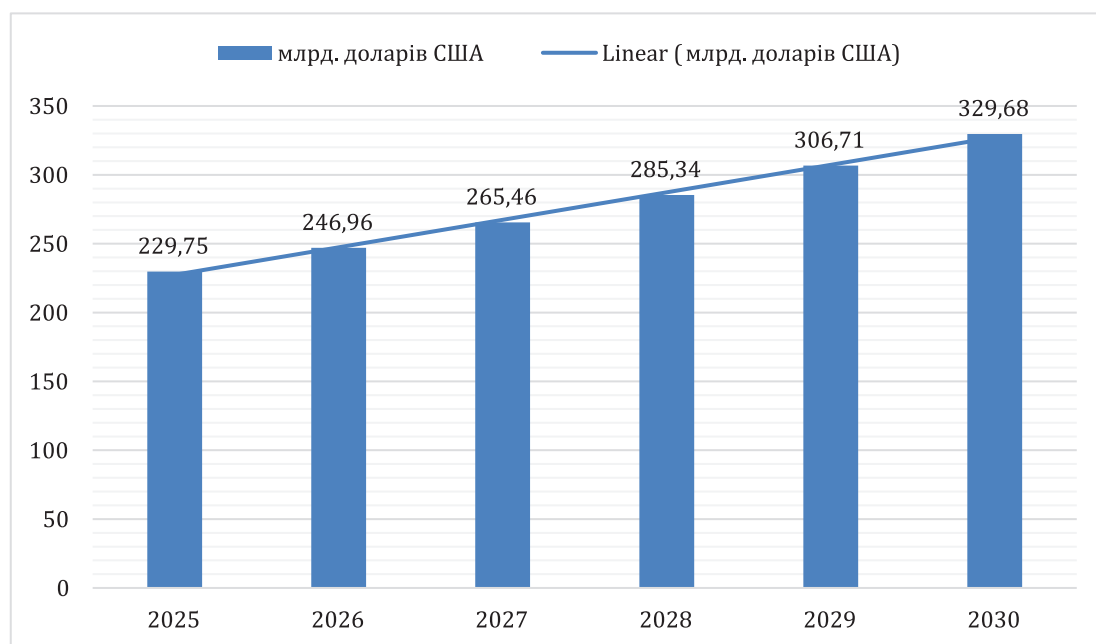


Рис. 1. Прогнозування розвитку функціональних напоїв у світі протягом наступних 5 років

Джерело: [1]

мають підтверджених фактів про мають позитивний вплив на здоров'я людини.

На сьогоднішній день, все більше людей цікавляться безалкогольними напоями, які за органолептичними показниками можуть замінити алкогольні. Попит породжує пропозицію, тому все частіше на полицях барів зустрічаються безалкогольні вина, джин, віскі, ром і т.д. Згідно з дослідженнями трендів барної індустрії від MenuTiger [4], споживання безалкогольної продукції у 2022 році зросло на 9%, а до 2026 року очікується подальше зростання ще на 9%. Серед споживачів покоління Z, які досягли віку вживання алкоголю, 25% молоді у Франції та 43% у США припинили споживати міцні алкогольні напої. Зважаючи на цей попит, включення до меню безалкогольних та слабоалкогольних коктейлів дасть відвідувачам більше можливостей для вибору, відповідаючи на їхні уподобання та харчові звички. Даний підхід дозволить не лише забезпечити різноманітні смакові альтернативи традиційним алкогольним напоям, але й підвищить обізнаність щодо соціальної відповідальності, пропагуючи поміркованість і вибір на користь здорових напоїв.

Функціональні інгредієнти – це інгредієнти, які можна додавати до продуктів харчування та напоїв, щоб забезпечити додаткові переваги для здоров'я (підвищити імунітет, покращити настрій та енергію, підтримати когнітивні функції та ін.). Як правило, вони містять у своєму складі значну кількість вітамінів, мінералів, адаптогенів, антиоксидантів та натуральних екстрактів.

Функціональні інгредієнти мають активну дію і безпосередній вплив на здоров'я, тоді як традиційні добавки часто використовуються для покращення

зовнішнього вигляду, і не мають корисних властивостей (рис. 2).

Сучасні барменди все частіше звертаються до функціональних інгредієнтів, які допомагають створювати унікальні коктейлі, що відрізняються своєю корисністю, надаючи відвідувачам можливість обирати напої, які не тільки приємні на смак, але й позитивно підтримують самопочуття. Прикладами таких є: імбир, куркума, матча, екстракти грибів, лаванда, гібіскус, насіння чіа, льону, кунжуту, комбуча та ін.

Крім того, широкого використання функціональні інгредієнти в барах набули за допомогою популяризації моктейлів.

Моктейлі (англ. Mocktails) – це безалкогольні напої, які імітують смак і презентацію традиційних коктейлів, але не містять алкоголю. Слово «mocktail» є комбінацією слів «mock» (імітувати) і «cocktail» (коктейль) [6, 7]. Вони стали популярними в останні роки, оскільки багато людей шукають альтернативи алкогольним напоям, зокрема тих, хто дотримується здорового способу життя, водіїв або тих, хто не вживає алкоголь з різних причин [6, 7].

В таблиці 1 наведено матрицю SWOT-аналізу використання функціональних інгредієнтів.

Однак для того, щоб такі напої стали стратегічною перевагою бізнесу, а не просто окремим пунктом меню, потрібен комплексний підхід. Саме тому, закладам готельно-ресторанного господарства варто впроваджувати барні програми, які дозволяють систематично створювати, подавати і просувати функціональні напої та надавати унікальні пропозиції своїм гостям.

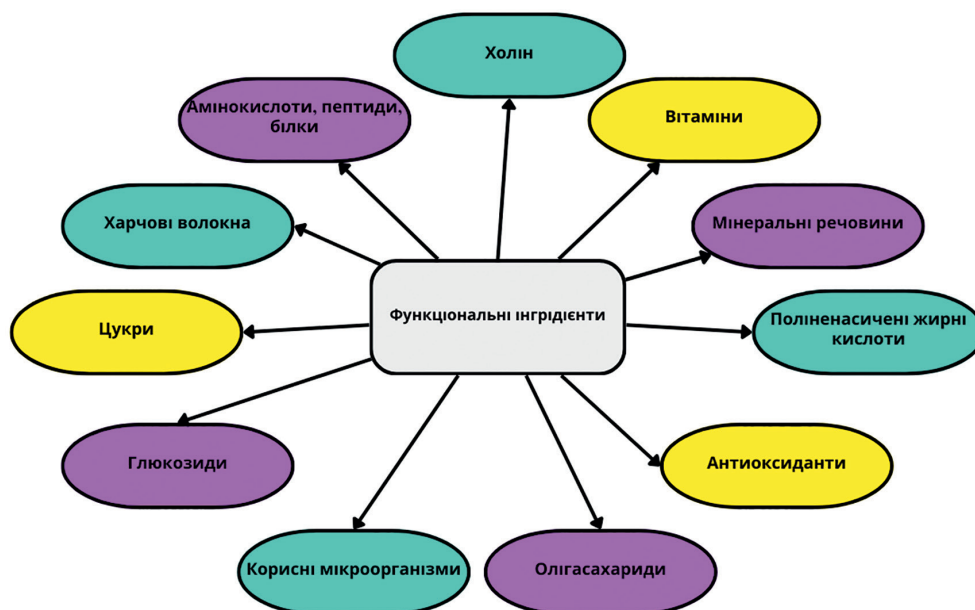


Рис. 2. Класифікація функціональних інгредієнтів

Джерело: [5]

Матриця SWOT-аналізу використання функціональних інгредієнтів в барних програмах

Сильні сторони	Слабкі сторони
<ul style="list-style-type: none"> Зростаючий попит на оздоровчі напої Відповідність тренду на здоровий спосіб життя Здатність диференціювати барні програми завдяки унікальним функціональним інгредієнтам, які покращують здоров'я. 	<ul style="list-style-type: none"> Недостатній рівень обізнаності споживачів про переваги функціональних інгредієнтів Можливі труднощі з інтеграцією нових інгредієнтів у вже існуючі програми барів
Можливості	Загрози
<ul style="list-style-type: none"> Зростання популярності на функціональні напої для здорового способу життя Розширення асортименту напоїв бару Обширні можливості створення різноманітних барних програм, орієнтовані на різні потреби споживачів 	<ul style="list-style-type: none"> Недовіра до нових інгредієнтів через малу обізнаність споживачів Ризик негативних уявлень щодо незвичних добавок Без переконливих наукових доказів важко продемонструвати ефективність функціональних напоїв.

Джерело: розроблено авторами

Барні програми можуть включати напої і коктейлі, розроблені так, щоб заклади відображали певний стиль або відповідали певній тематиці. Такі програми дають можливість пропонувати гостям не тільки оригінальні коктейлі, класичні напої з незвичайним акцентом, сезонні напої, але і робити відвідування унікальним дійством.

Ось кілька запропонованих ідей для барних програм з використанням функціональних компонентів:

1. «Immunity & Mood Boost» – фокус на створенні коктейлів з інгредієнтів, які підтримують імунну систему, покращують настрій та зменшують стрес. Адаптогени включають ашвагандху, родіолу, гриб рейши та чагу, в той час як куркума, імбир, лимон і мед також можуть бути використані як природні захисні системи.

2. «Алхімія смаку» – натхненна натуральними інгредієнтами з лікувальними властивостями для оздоровлення та детоксикації. Можна використовувати: спіруліну, хлорелу, активоване вугілля, кокосову воду, зелені овочеві соки та різні фрукти.

3. «Енергія та баланс» – коктейлі з енергетичних та тонізуючих засобів. Напої на основі натуральних стимуляторів, таких як: гуарана, матча, зелений чай, кава і какао, або спеціальних суперфудів, таких як: мак і асаї.

4. «Вечірня релаксація» – легкі лікувальні напої на основі лаванди, ромашки, меліси, маракуї та меду.

Формуючи програми для закладу, слід відштовхуватись від їх типу та спеціалізації, оскільки кожен може мати свій контингент потенційних споживачів з певними віковими характеристиками, видами зайнятості, активності, вподобаннями.

В барах при фітнес-центрах, SPA-салонах чи оздоровчих центрах будуть користуватися особливим попитом барні програми «Алхімія смаку», «Енергія та баланс», оскільки вони орієнтовані на покращення самопочуття та здоров'я.

В кав'ярнях на вулиці, де напої «to go» користуються популярністю серед студентів та офісних працівників, і зазвичай вони беруть каву,

намагаючись отримати збудження від кофеїну та увійти в робочий стан, альтернативним програмами можуть стати перші три із запропонованих.

В курортних готелях чи лаунж-зонах, де як правило гості зосереджені на відпочинку та релаксуванні, можна використовувати програми «Immunity & Mood Boost» або «Вечірня релаксація», які допоможуть швидше відновитися та перезавантажитися.

Висновки. У результаті дослідження інноваційних барних програм з функціональними інгредієнтами стає зрозумілим, що цей напрям є важливим для розвитку барної індустрії. Зміни у звичках споживачів після пандемії збільшили попит на безалкогольні та слабоалкогольні напої, які надають не лише мають приємний смак, але й несуть користь для організму людини. Використовуючи функціональні інгредієнти у напоях, заклади готельно-ресторанного господарства можуть не тільки урізноманітнити асортимент барних карт, але й залучити нових споживачів, які цінують здоровий спосіб життя.

Напої з використанням функціональних інгредієнтів можуть виступати потужним маркетинговим інструментом для підвищення лояльності гостей, заохочуючи їх до здорового способу життя. Однак, введення таких інгредієнтів вимагає ретельного балансу між ціною, якістю та попитом.

Наявність інноваційних, функціональних напоїв у меню барів закладів готельно-ресторанного господарства може допомогти реагувати на мінливі споживчі вподобання та тенденції у сфері здоров'я, а також значно підвищити їхню конкурентоспроможність на ринку сфери гостинності.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Functional Beverage Market Size. *Market Research Company – Mordor Intelligence™*. URL: <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/functional-beverage-market>

2. Functional Beverages Market Size to Hit USD 296.67 Bn by 2034. *Precedence Research*. URL: <https://www.precedenceresearch.com/functional-beverages-market>

3. Hydrate and Heal: The Rise of Functional Beverages. NIQ. URL: <https://nielseniq.com/global/en/insights/education/2024/rise-of-functional-beverages/>

4. Bar Industry Trends, Statistics, and Strategies in 2024. Menu Tiger. URL: <https://www.menutiger.com/blog/bar-industry>

5. Лабораторний практикум із інновацій в ресторанному бізнесі : навчальний посібник / Т. А. Сильчук та ін. Київ : Інкос, 2023. 400 с.

6. Що таке моктейль. *harchi.info*. URL: <https://harchi.info/blogs/san-ayt-j/shcho-take-mokteyl>

7. Що таке «Моктейль»: рецепти найпопулярніших. *sgotov.com*. URL: <https://blogging.com.ua/scho-take-mokteyl-recepti-naypopulyarn-shih/>

8. Trends in functional beverages: functional ingredients, processing technologies, stability, health benefits, and consumer perspective / A. Gupta et al. *Food Research International*. 2023. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.foodres.2023.113046>

9. Дорохович А.М. Створення харчових продуктів спеціального призначення – актуальна проблема сучасності, вклад кондитерів НУХТ в її рішення. «Технологічні аспекти підвищення конкурентоспроможності хліба і хлібобулочних виробів» та «Здобутки та перспективи розвитку кондитерської галузі» : Матеріали міжнародних науково-практичних конференцій. Київ : НУХТ, 2016. С. 56–60.

10. Дулька О., Прибильський В. Використання комбучи та культури SCOBY в технології функціональних продуктів. *Промисловість та крафт для HoReCa в туризмі: досвід, проблеми, інновації* : матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції, 23–24 травня 2024 р. Київ : НУХТ, 2024 р. С. 69–71.

11. Капрельянц Л.В. Функціональні продукти і нутрицевтики – сучасні підходи харчової науки. *Вісник Львівського університету. Серія біологічна*. 2016. Вип. 73. С. 441.

3. Hydrate and Heal: The Rise of Functional Beverages. NIQ. Available at: <https://nielseniq.com/global/en/insights/education/2024/rise-of-functional-beverages/>

4. Bar Industry Trends, Statistics, and Strategies in 2024. Menu Tiger. Available at: <https://www.menutiger.com/blog/bar-industry>

5. Sylchuk T.A., et al. (2023). *Laboratoryni praktykum iz innovatsii v restorannomu biznesi : navchalnyi posibnyk*. [Laboratory workshop on innovations in the restaurant business: study guide] Kyiv: Incos, 400 p. (In Ukrainian)

6. Shcho take mokteil. *harchi.info* [What is a mocktail. *harchi.info*]. URL: <https://harchi.info/blogs/san-ayt-j/shcho-take-mokteyl>

7. Shcho take "Mokteil": retsepty naipopuliarnishykh. *sgotov.com* [What is a "Mocktail": recipes for the most popular ones. *sgotov.com*]. Available at: <https://blogging.com.ua/scho-take-mokteyl-recepti-naypopulyarn-shih/>

8. Trends in functional beverages: functional ingredients, processing technologies, stability, health benefits, and consumer perspective / A. Gupta et al. *Food Research International*. 2023. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.foodres.2023.113046>

9. Dorokhovych A.M. (2016) *Stvorennia kharchovykh produktiv spetsialnogo pryznachennia – aktualna problema suchasnosti, vklad kondyteriv NUKhT v yii rishennia* [The creation of special-purpose food products is a pressing problem of our time, and the contribution of confectioners of the NUFT to its solution] “*Tekhnologichni aspekty pidvyshchennia konkurentospromozhnosti khliba i khlibobulochnykh vyrobiv*” ta “*Zdobutky ta perspektyvy rozvytku kondyterskoi haluzi*” – 2016: *Mizhnarodni naukovo-praktychni konferentsii* (Kyiv. 2016). Kyiv : NUKhHT, pp. 56–60. (in Ukrainian)

10. Dulka O., Pryblyskiy V. (2024) *Vykorystannia kombuchi ta kultury SCOBY v tekhnolohii funktsionalnykh produktiv* [The use of kombucha and SCOBY culture in functional product technology]. *Promyslovist ta kraft dlia HoReCa v turyzmi: dosvid, problemy, innovatsii – 2024: II Mizhnarodna naukovo-praktychna konferentsiia* (Kyiv, May 23–24, 2024) Kyiv: NUKhHT, pp. 69–71. (in Ukrainian)

11. Kaprel'iants L.V. (2016) *Funktsionalni produkty i nutrytsevytyky – suchasni pidkhody kharchovoi nauky* [Functional foods and nutraceuticals – modern approaches in food science]: *Visnyk Lvivskoho universytetu. Seriiia biolohichna – Bulletin of Lviv University. Biological Series*, vol. 73, p. 441.

REFERENCES:

1. Functional Beverage Market Size. *Market Research Company – Mordor Intelligence™*. Available at: <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/functional-beverage-market>

2. Functional Beverages Market Size to Hit USD 296.67 Bn by 2034. *Precedence Research*. Available at: <https://www.precedenceresearch.com/functional-beverages-market>