

УДК 33

DOI: 10.34670/AR.2023.18.73.107

Тренды использования аксессуаров категории люкс в ресторанном бизнесе

Магалашвили Реваз Ревазович

Магистрант,
Российский биотехнологический университет (РОСБИОТЕХ),
25080, Российская Федерация, Москва, шоссе Волоколамское, 11;
e-mail: revaz.m@gmail.com

Аннотация

Статья исследует тренды использования аксессуаров категории люкс в ресторанном бизнесе, основываясь на анализе текущих практик и наблюдениях в индустрии, а также на рассмотрении влияния данных трендов на ресторанный бизнес. Рассматриваются различные виды аксессуаров, включая декоративные элементы, посуду, мебель и освещение, которые придают элегантность и роскошь ресторанному интерьеру. Особое внимание уделяется практической стороне использования аксессуаров, таких как удобство, функциональность и долговечность. Автор также анализирует влияние использования аксессуаров категории люкс на уровень сервиса, удовлетворенность клиентов и конкурентоспособность ресторанного бизнеса. Результаты исследования могут быть полезны для руководителей ресторанов и предпринимателей, стремящихся улучшить свой бренд и привлечь более взыскательную аудиторию.

Для цитирования в научных исследованиях

Магалашвили Р.Р. Тренды использования аксессуаров категории люкс в ресторанном бизнесе // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2023. Том 13. № 5А. С. 751-756. DOI: 10.34670/AR.2023.18.73.107

Ключевые слова

Рестораны, аксессуары, посуда, приборы, обслуживание, люкс.

Введение

Индустрия предметов роскоши в ресторанном бизнесе сильно пострадала от пандемии COVID-19, что можно объяснить сокращением мировой экономики, которая уменьшилась более чем на 3% в 2020 г. Но ожидается, что отрасль в 2023 г. сможет восполнить потери от ковидного времени. Предполагается также, что после долгого перерыва отношение к путешествиям нормализуется в среднесрочной перспективе, и гостиничный люкс и розничная торговля вновь будут ориентированы на международных обеспеченных туристов [Five Trends Shaping the Global Luxury Goods Landscape, [www](#)].

Приток обеспеченных туристов, по нашему мнению, может быть связан с восстановлением мировой экономики и увеличением уровня доходов людей. Кроме того, после длительного периода ограничений на международные поездки из-за пандемии COVID-19 многие люди, в том числе достаточно обеспеченные туристы, могут испытывать желание путешествовать и искать новые впечатления, поэтому упор заведений ресторанного бизнеса должен быть направлен на использование аксессуаров категории люкс.

Стоит отметить, что использование аксессуаров категории люкс в ресторанном бизнесе прежде всего может добавить уникальности и роскоши в обстановку.

В современном ресторанном бизнесе все большую роль играет не только качество и разнообразие блюд, но и атмосфера, создаваемая внутри заведения. Одним из ключевых элементов, определяющих атмосферу ресторана, являются аксессуары категории люкс. Эти аксессуары придают ресторану элегантность, роскошь и уникальный стиль, привлекая внимание и создавая неповторимую атмосферу для посетителей.

Основное содержание

Одним из трендов использования аксессуаров категории люкс в ресторанном бизнесе является выбор качественных и изысканных декоративных элементов. Это могут быть шикарные картины, скульптуры, вазы, подсвечники и другие предметы искусства, которые придают интерьеру ресторана особый шарм и статусность. Такие декоративные элементы становятся визуальным центром внимания и создают уютную и роскошную обстановку.

Важным трендом в использовании аксессуаров категории люкс в ресторанном бизнесе является подбор качественной посуды. Рестораны все чаще обращают внимание на уникальные дизайны и высокое качество посуды, которая создает впечатление роскоши и изыска [Забайкин, 2017]. Чаще всего выбираются изделия из премиум-класса, выполненные из драгоценных материалов или с декоративными элементами, которые делают сервировку стола настоящим произведением искусства.

Еще одним трендом в использовании аксессуаров категории люкс в ресторанном бизнесе является создание уникального мебельного дизайна. Рестораны стремятся отличаться от других заведений, поэтому внимание уделяется дизайну и качеству мебели [Забайкин, Красавина, Харламов, 2019]. Используются элегантные столы, стулья, диваны, которые подчеркивают стиль и роскошь ресторанного интерьера. Такая мебель не только создает комфорт для посетителей, но и придает ресторану индивидуальность и эксклюзивность.

Еще одним важным трендом в использовании аксессуаров категории люкс в ресторанном бизнесе является освещение. Рестораны все чаще обращают внимание на освещение, создавая уникальные световые акценты и играя с настроением с помощью различных светильников и

подсветок. Освещение становится неотъемлемой частью интерьера, способствуя созданию атмосферы, подчеркивая акценты и добавляя шарма.

Использование аксессуаров категории люкс в ресторанном бизнесе имеет множество преимуществ. Во-первых, это привлекает внимание более взыскательной аудитории, которая ценит качество и роскошь. Рестораны, внимательно относящиеся к выбору аксессуаров, могут увеличить свою привлекательность для более состоятельных посетителей и повысить свой имидж.

Во-вторых, использование аксессуаров категории люкс помогает создать уникальную и запоминающуюся атмосферу, которая способствует повышению уровня сервиса. Красивая посуда, элегантная мебель, изысканные декоративные элементы и освещение делают посещение ресторана особенным и привлекательным для посетителей.

В-третьих, использование аксессуаров категории люкс может повысить конкурентоспособность ресторанного бизнеса. В условиях сильной конкуренции рестораны должны предлагать не только вкусную еду, но и незабываемый опыт для посетителей. Использование аксессуаров категории люкс помогает выделиться на фоне других заведений и привлечь больше посетителей [Леонова, Заернюк, Забайкин, 2020].

Таким образом, тренды использования аксессуаров категории люкс в ресторанном бизнесе играют важную роль в создании уникальной атмосферы, повышении уровня сервиса и конкурентоспособности заведений. Выбор качественных и изысканных декоративных элементов, посуды, мебели и освещения помогает создать роскошь и элегантность в интерьере ресторана, привлекая внимание и создавая неповторимый опыт для посетителей.

Это особенно актуально в контексте современных трендов, где все большую значимость приобретает визуальный аспект и эстетика ресторанного пространства. В современном ресторанном бизнесе использование аксессуаров категории люкс становится неотъемлемой частью стратегии маркетинга и брендинга заведения.

Важно отметить, что тренды в использовании аксессуаров категории люкс в ресторанном бизнесе постоянно эволюционируют. Это связано с изменениями во вкусах и предпочтениях посетителей, а также с развитием дизайнерских и технологических возможностей. Рестораны стремятся быть в тренде, выбирая аксессуары, которые отвечают самым актуальным запросам и предлагают инновационные решения.

Кроме того, использование аксессуаров категории люкс в ресторанном бизнесе также связано с экологической ответственностью и устойчивыми практиками. В последние годы наблюдается рост интереса к экологически чистым и натуральным материалам, а также к устойчивому производству. Рестораны, внедряющие в свои интерьеры аксессуары категории люкс, обращают внимание на использование экологически чистых и устойчивых материалов, что способствует формированию экологического имиджа заведения и соответствует современным ценностям потребителей.

Таким образом, тренды использования аксессуаров категории люкс в ресторанном бизнесе являются неотъемлемой частью стратегии успешного заведения. Они способствуют созданию уникальной атмосферы, повышению уровня сервиса и конкурентоспособности, а также удовлетворению требований современных потребителей, которые ценят качество, роскошь и визуальную привлекательность. Использование аксессуаров категории люкс становится ключевым элементом формирования уникального бренда и привлечения целевой аудитории в ресторанном бизнесе.

Кроме того, стоит отметить несколько конкретных трендов, связанных с использованием аксессуаров категории люкс в ресторанном бизнесе. Один из таких трендов – это использование

высококачественных посуды и столовых приборов из премиальных материалов, таких как фарфор, кристалл и серебро. Это добавляет элегантности и роскоши в сервировку столов и придает ресторану особый шик.

Еще одним трендом является применение эксклюзивных текстильных изделий, таких как шелковые салфетки, скатерти и обивка мебели. Они создают уютную и утонченную атмосферу в ресторане, придают интерьеру изысканность и подчеркивают важность деталей.

Наряду с этим, аксессуары категории люкс в ресторанном бизнесе также включают декоративные элементы, такие как хрустальные люстры, мраморные столешницы, произведения искусства и прочие предметы, создающие привлекательные визуальные акценты в интерьере. Эти элементы не только придают эстетическую ценность, но и помогают выделиться на фоне конкурентов и запомниться посетителям.

Важно отметить, что каждый ресторан может выбирать аксессуары категории люкс в соответствии с концепцией и целевой аудиторией. Некоторые заведения предпочитают классический стиль с использованием драгоценных материалов и изысканных деталей, в то время как другие предлагают современный и минималистичный дизайн с акцентом на современные материалы и формы.

Тренды использования аксессуаров категории люкс в ресторанном бизнесе продолжают развиваться, отражая смену вкусов и предпочтений потребителей, а также тенденции в дизайне интерьера. Использование аксессуаров категории люкс способствует созданию привлекательной атмосферы, повышению статуса заведения и удовлетворению потребностей современных гостей, которые ценят роскошь, эстетику и качество обслуживания. Это делает такие аксессуары неотъемлемой частью успешной стратегии развития ресторанного бизнеса.

Заключение

Таким образом, можно сделать вывод, что использование дорогих аксессуаров в ресторанном бизнесе может быть эффективным способом повысить уровень роскоши и уникальности, которую ресторан предлагает своим клиентам. Однако необходимо учитывать, что использование дорогих аксессуаров может повысить стоимость обслуживания и, следовательно, цены на блюда. Кроме того, не все типы ресторанов подходят для использования дорогих аксессуаров, так как это может не соответствовать их концепции и целевой аудитории. Тем не менее, использование дорогих аксессуаров и решений может помочь ресторану выделиться на фоне конкурентов и привлечь более эксклюзивную аудиторию, что является важным фактором в ресторанном бизнесе. В целом, решение о том, использовать дорогие аксессуары или нет, должно быть основано на тщательном анализе концепции ресторана и потребностей его клиентов.

Библиография

1. Забайкин Ю.В. Распределение совместителей при полной взаимозаменяемости рабочих // *Kant*. 2017. № 2(23). С. 147-155.
2. Забайкин Ю.В., Красавина Е.В., Харламов М.Ф. Концепции управления персоналом в теории и практике менеджмента // *Экономика: вчера, сегодня, завтра*. 2019. Т. 9. № 8-1. С. 111-117. DOI 10.34670/AR.2019.90.8.012.
3. Забайкин Ю.В., Красавина Е.В., Харламов М.Ф. Особенности формирования лояльности сотрудников организации // *Экономика: вчера, сегодня, завтра*. 2019. Т. 9. № 6-1. С. 110-118.
4. Забайкин Ю.В., Красавина Е.В., Харламов М.Ф. Процесс формирования организационной культуры как неотъемлемый элемент современной компании // *Экономика: вчера, сегодня, завтра*. 2019. Т. 9. № 3-2. С. 605-612.

5. Заернюк В.М., Забайкин Ю.В., Скрыбин М.С. Формирование методического подхода к экономической оценке инновационной активности горного предприятия // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2020. Т. 10. № 1-1. С. 68-77. DOI 10.34670/AR.2020.91.1.008.
6. Красавина Е.В., Забайкин Ю.В., Анисимов П.Ф. Корпоративное волонтерство в системе государственного частного партнерства // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2019. Т. 9. № 4-1. С. 114-121.
7. Красавина Е.В., Забайкин Ю.В., Харламов М.Ф. Методы и технологии профессиональной адаптации молодых специалистов в учреждениях социальной защиты // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2019. Т. 9. № 7-1. С. 181-188.
8. Леонова В.П., Заернюк В.М., Забайкин Ю.В. Связь человеческого капитала с инновациями в развитие предприятия // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2020. Т. 10. № 1-1. С. 88-97. DOI 10.34670/AR.2020.91.1.010.
9. 8 столичных кафе и ресторанов с экопосудой. URL: <https://recyclemag.ru/article/8-stolichnyh-kafe-i-restoranov-s-ekoposudoj>.
10. Five Trends Shaping the Global Luxury Goods Landscape. URL: <https://www.euromonitor.com/article/five-trends-shaping-the-global-luxury-goods-landscape>.

Trends in the use of luxury accessories in the restaurant business

Revaz R. Magalashvili

Maser Student,
Russian Biotechnological University (ROSBIOTECH),
25080, 11 Volokolamskoehighway, Moscow, Russian Federation;
e-mail: revaz.m@gmail.com

Abstract

The article explores trends in the use of luxury accessories in the restaurant business, based on an analysis of current practices and observations in the industry, as well as considering the impact of these trends on the restaurant business. Various types of accessories are considered, including decorative items, dishes, furniture and lighting, which add elegance and luxury to the restaurant interior. Particular attention is paid to the practical side of using accessories, such as convenience, functionality and durability. The author also analyzes the impact of the use of luxury accessories on the level of service, customer satisfaction and the competitiveness of the restaurant business. The results of the study can be useful for restaurant managers and entrepreneurs looking to improve their brand and reach a more discerning audience.

For citation

Magalashvili R.R. (2023) Trendy ispol'zovaniya aksessuarov kategorii lyuks v restorannom biznese [Trends in the use of luxury accessories in the restaurant business]. *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra* [Economics: Yesterday, Today and Tomorrow], 13 (5A), pp. 751-756. DOI: 10.34670/AR.2023.18.73.107

Keywords

Restaurants, accessories, dishes, appliances, service, luxury.

References

1. 8 stolichnykh kafe i restoranov s ekoposudoj [8 metropolitan cafes and restaurants with eco-ware]. Available at: <https://recyclemag.ru/article/8-stolichnyh-kafe-i-restoranov-s-ekoposudoj> [Accessed 16/03/2023].

2. *Five Trends Shaping the Global Luxury Goods Landscape*. Available at: <https://www.euromonitor.com/article/five-trends-shaping-the-global-luxury-goods-landscape> [Accessed 16/03/2023].
3. Krasavina E.V., Zabaikin Yu.V., Anisimov P.F. (2019) Korporativnoe volonterstvo v sisteme gosudarstvennogo chastnogo partnerstva [Corporate volunteering in the system of public private partnership]. *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra* [Economics: yesterday, today and tomorrow], 9 (4-1), pp. 114-121.
4. Krasavina E.V., Zabaikin Yu.V., Kharlamov M.F. (2019) Metody i tekhnologii professional'noi adaptatsii molodykh spetsialistov v uchrezhdeniyakh sotsial'noi zashchity [Methods and technologies of professional adaptation of young specialists in institutions of social protection]. *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra* [Economics: yesterday, today and tomorrow], 9 (7-1), pp. 181-188.
5. Leonova V.P., Zaernyuk V.M., Zabaikin Yu.V. (2020) Svyaz' chelovecheskogo kapitala s innovatsiyami v razvitie predpriyatiya [Communication of human capital with innovations in enterprise development]. *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra* [Economics: yesterday, today and tomorrow], 10 (1-1), pp. 88-97. DOI 10.34670/AR.2020.91.1.010.
6. Zabaikin Yu.V. (2017) Raspredelenie sovmeštitelei pri polnoi vzaimozamenyaemosti rabochikh [Distribution of part-time workers with full interchangeability of workers]. *Kant*, 2(23), pp. 147-155.
7. Zabaikin Yu.V., Krasavina E.V., Kharlamov M.F. (2019) Kontseptsii upravleniya personalom v teorii i praktike menedzhmenta [Concepts of personnel management in the theory and practice of management]. *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra* [Economics: yesterday, today and tomorrow], 9 (8-1), pp. 111-117. DOI 10.34670/AR.2019.90.8.012.
8. Zabaikin Yu.V., Krasavina E.V., Kharlamov M.F. (2019) Osobennosti formirovaniya loyal'nosti sotrudnikov organizatsii [Features of the formation of the loyalty of employees of the organization]. *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra* [Economics: yesterday, today and tomorrow], 9 (6-1), pp. 110-118.
9. Zabaikin Yu.V., Krasavina E.V., Kharlamov M.F. (2019) Protseess formirovaniya organizatsionnoi kul'tury kak neot'emlemyi element sovremennoi kompanii [The process of organizational culture formation as an integral element of a modern company]. *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra* [Economics: yesterday, today and tomorrow], 9 (3-2), pp. 605-612.
10. Zaernyuk V.M., Zabaikin Yu.V., Skryabin M.S. (2020) Formirovanie metodicheskogo podkhoda k ekonomicheskoi otsenke innovatsionnoi aktivnosti gornogo predpriyatiya [Formation of a Methodological Approach to the Economic Assessment of the Innovative Activity of a Mining Enterprise]. *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra* [Economics: yesterday, today and tomorrow], 10 (1-1), pp. 68-77. DOI 10.34670/AR.2020.91.1.008.