

УДК 338.242

Рутинський М. Й.*rytynskij@gmail.com, ORCID ID: 0000-0003-3142-8723
ResearcherID: ABC-3584-2020, Scopus Author ID: 57204779552**к.з.н., доц., доцент кафедри економіки та підприємництва,
Центральноукраїнський національний технічний університет, м. Кропивницький***Зайченко В. В.***zaychenko@ukr.net, ORCID ID: 0000-0001-9523-1220**к.держ.упр., доц., завідувач кафедри економіки та підприємництва,
Центральноукраїнський національний технічний університет, м. Кропивницький*

КОНЦЕПЦІЯ «FOOD PLATING» У РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ УКРАЇНИ

Анотація. Глобальна тривала ковід-криза та всеохоплююча цифровізація активізували нову хвилю трансформацій у ресторанному бізнесі. Сучасні ресторани дедалі активніше конкурують в інтернет мережі, на платформах з пошуку та бронювання, у смарт-застосунках тощо. По суті, для успішності бізнесу визначальною у XXI столітті стає конкуренція рейтингами, балами споживачьких оцінок та цифровими вітринами в Інстаграм і мобільних застосунках. У таких реаліях пріоритетна увага прикута до кулінарного мистецтва та візуальної естетики ресторанних страв. Сотні тисяч світлин гарно оформлених страв, що «мерехтять» у стрічках щоденного контенту приватних соціальних мереж споживачів, сьогодні формують новий світогляд потенційних відвідувачів ресторанів щодо того, як має оформлятися та виглядати їжа в прогресивному (модному, високо оціненому в інтернет-відгуках) закладі громадського харчування. Дедалі зростаючі запити пересічних споживачів спонукають рестораторів до пошуку й запровадження інноваційних концепцій та креативних технік приготування страв і обслуговування клієнтів. Перенасичення ринку пропозицією активізувало прагнення рестораторів до виокремлення власних закладів із середовища стандартизованого мас-маркету. Автори обґрунтовують твердження про те, що фудплейтинг за наступні десятиріччя перетвориться на ключову конкурентну перевагу ресторанного закладу в умовах тотального побутування технологій цифрової економіки. У статті систематизовано закордонний досвід поширення інноваційної концепції «food plating» від ресторанів високої кухні до множини гастрономічних закладів бюджетніших форматів. Ресторанний бізнес України задля виживання в несприятливі роки пандемійної й воєнної криз активно включився у глобальний тренд впровадження модних елементів фудплейтингу. Локомотивами інновацій є заклади громадського харчування найбільших міст України. У цій статті наведено факти й узагальнено тенденцію динамічного впровадження закладами громадського харчування України модних елементів фудплейтингу. Бездоганно естетичні зразки авторського фудплейтингу страв високої кухні у 2023 р. демонструє більшість ресторанів бізнес-сегменту столиці України. За відгуками в Інстаграм та оцінками на платформі Tripadvisor на початок 2023 року до когорти лідерів за естетикою фудплейтингу можемо віднести десятки ресторанів Києва. Понад два десятки «магнітів» локального фудплейтингу сьогодні творять гастрономічно-туристичну айдентику Львова. Окрему лідерську нішу за креативністю фудплейтингу займають ресторани у складі 5-зіркових готелів України. Авторами зроблено висновок про те, що Київ, Львів, Одеса та інші центри гастрономічного туризму України сьогодні здобувають лідерські позиції за креативністю фудплейтингу у регіоні Центрально-Східної Європи.

Ключові слова: фудплейтинг, гастрофуддизайн, креативна подача страв, ресторанний бізнес, інноваційні ресторани технології.

Rutynskiy Mykhailo*rutynskij@gmail.com, ORCID ID: 0000-0003-3142-8723**ResearcherID: ABC-3584-2020, Scopus Author ID: 57204779552**PhD in Geography, Associate Professor, Associate Professor at the Department of Economics and Entrepreneurship, Central Ukrainian National Technical University, Kropyvnytskyi***Zaychenko Volodymyr***zaychenko@ukr.net, ORCID ID: 0000-0001-9523-1220**PhD in Public Administration,**Associate Professor, Head at the Department of Economics and Entrepreneurship, Central Ukrainian National Technical University, Kropyvnytskyi*

THE “FOOD PLATING” CONCEPT IN THE RESTAURANT BUSINESS OF UKRAINE

Abstract. *The global protracted COVID-19 crisis and comprehensive digitalization have activated a new wave of transformations in the restaurant business. Modern restaurants compete more and more actively on the Internet, on search and booking platforms, in smart applications, etc. In fact, competition with ratings, consumer rating scores, and digital storefronts on Instagram and mobile applications becomes decisive for business success in the 21st century. In such realities, priority attention is focused on culinary art and visual aesthetics of restaurant dishes. Today, hundreds of thousands of photos of beautifully presented dishes “flicker” in the daily content feeds of consumers’ private social networks. They form a new worldview of potential restaurant visitors about how food should be designed and look like in a progressive (fashionable, highly rated in Internet reviews) restaurant establishment. The ever-increasing consumer demands encourage restaurateurs to search for and implement innovative concepts and creative techniques for preparing dishes and customer service. Oversaturation of the market with the offer intensified the desire of restaurateurs to distinguish their own establishments from the environment of the standardized mass market. The authors justify the statement that food plating will turn into a key competitive advantage of a restaurant in the conditions of total digitalization of the economy in the coming decades. The article systematizes the foreign experience of spreading the innovative “food plating” concept from the fine dining restaurants to many gastronomic establishments of a budget format. In order to survive in the unfavorable years of the pandemic and war crises, the restaurant business of Ukraine actively joined the global trend of introducing fashionable elements of food plating. The locomotives of innovation are the enterprises of the restaurant industry in the largest cities of Ukraine. This article presents the facts and summarizes the trend of dynamic introduction of fashionable elements of food plating by the restaurants in Ukraine. In 2023, the majority of restaurants in the business segment of the capital of Ukraine demonstrate impeccably aesthetic samples of the author’s food plating of fine cuisine dishes. Based on reviews on Instagram and ratings on the Tripadvisor platform, at the beginning of 2023, dozens of Kyiv restaurants can be included in the cohort of leaders in terms of food plating aesthetics. Today, more than two dozen “magnets” of local food plating create the gastronomic and touristic identity of Lviv. Restaurants in 5-star hotels of Ukraine occupy a separate leading market niche in terms of food plating creativity. The authors concluded that Kyiv, Lviv, Odesa and other centers of gastronomic tourism of Ukraine today are gaining leadership positions in terms of food plating creativity in the Central-Eastern Europe region.*

Key words: food plating, gastrodiesign, creative presentation of dishes, restaurant business, innovative restaurant technologies.

JEL Classification: Z31

DOI: <https://doi.org/10.32782/tourismhospcee-7-6>

Постановка проблеми. Конкуренція спонукає ресторанний бізнес до невпинного розвитку, оновлення асортименту, ребрендингу, пошуку й запровадження нових концепцій і форматів обслуговування. Загострення кон'юнктурного змагання між закладами з подібними меню і ціновою політикою дає змогу споживачам обирати ресторан чи кав'ярню за іншими критеріями, передусім, естетично-емоційними. З початком ери цифрової революції бізнесу епіцентр конкурентного змагання за споживача перемістився на інтернет-платформи соціальної комунікації. Тепер ресторани конкурують віртуальними вітринами в Інстаграм і мобільних застосунках, де увага потенційного споживача напряму залежить від візуальної естетики пропонованих страв. Відтак, потенційний споживач спочатку оцінює їжу на вигляд, а вже на підставі власної естетичної оцінки здійснює вибір на користь того чи іншого закладу. І в закладі, відповідно, очікує на подачу саме таких страв, «як на світліні». У таких реаліях ресторанний бізнес активно освоює модні практики фудплейтингу (food plating). Якщо ще десять років тому в Україні фудплейтинг був притаманний лише вузькому сегменту ресторанів високої кухні, то сьогодні констатуємо нарощення тренду динамічного поширення фудплейтингу на дедалі більшу частину закладів бюджетного сегменту ринку [8]. По суті, український бізнес сьогодні самостійно узвичаює в практиці сервісу нові естетично-збутові стандарти креативного гастрофуддизайну та мистецької подачі страв.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Ідеї гастрофуддизайну і мистецької подачі страв не нові. Ще в трактатах давньоримських істориків натрапляємо на вражаючі уяву описи творчості античних кулінарів у прагненні догодити тогочасній еліті. Власне, кулінарна справа до ХХІ ст. розвивалася у двох паралельних напрямках: їжа для масового ринку та їжа для естетів. Перший напрям породив глобальні мережі фаст-фуду, другий – богемні ресторани з мішленівськими зірками. Однак, трендом останнього десятиліття є дедалі активніше міксування означених напрямків. Учені, аналітики ринку і фуд-блогери з різних континентів описують цей тренд як фудплейтингову революцію у сфері мас-маркету [1; 6–9].

Низка гастрофуддизайністичних досліджень останніх років засвідчують: пересічні клієнти дедалі масовіше «голосують гаманцем» за

«візуально смачну» і креативно презентовану їжу [5; 10; 11; 13–15].

Ф. Замполло і співавтори описують мотивацію сучасного пересічного споживача відвідати той чи інший ресторан як наслідок його візуальної оцінки віртуальних вітрин цих закладів зі світлинами страв: «виглядає настільки привабливо, що варте того, аби це скуштувати» [12]. Відтак, автори низки найвідоміших посібників із фудплейтингу – Дж. Денбері, П. Гірі, Дж. Грал, Д. Мосс, С. Стайлер К. Хобдей і ін. – констатують: для комерційного успіху ресторану відтепер стає критично важливим не лише критерій «наскільки смачно приготована страва», а й рівнозначний йому критерій «наскільки смачно страва презентована споживачеві» [1–3; 6; 9]. акої ж думки дотримуються провідні українські експерти Антоненко А.В., Архіпов В.В., Архіпова А.В., Іванникова Т.В., Кравченко М.Ф., Мазаракі А.А., П'ятницька Г.Т., Сімахіна Г.О., Українець А.І. та ін., відводячи фудплейтингу важливе місце в системі інноваційних ресторанних технологій [16; 18; 19; 21].

В Україні фудплейтинговий креатив в реаліях ковідної та воєнної криз стає провідним «двигуном» конкурентного виживання закладів ресторанного бізнесу. Згідно з дослідженнями М. Рутинського і Г. Кушнірук, фудплейтинг нині є однією із заповорок успіху грона найтоповіших ресторанів Києва та Львова [4; 8; 20]. Подальше поширення цієї інновації у закладах громадського харчування є одним зі стратегічних дороговказів забезпечення технологічної конкурентоспроможності ресторанної галузі економіки України [17].

Формулювання цілей статті. Мета статті полягає в окресленні потенціалу та значення концепції «food plating» як однієї з рушійних сил розвитку ресторанного бізнесу України в реаліях затяжної кризи та спаду економіки.

Виклад основного матеріалу дослідження. Концепція «food plating» – це синтез технік & мистецтва привабливих оформлення і подачі страв [1–3; 6; 9]. Еталонні шедеври фудплейтингу регулярно продукує індустрія ресторанів високої кухні з мішленівськими зірками, де творять найзнаменитіші шеф-кухарі світу. Однак, за останні десятиріччя техніки фудплейтингу активно освоюють тисячі нових та ребрендованих гастрономічних закладів помірніших цінових сегментів. Відповідно, зростають фахові вимоги до шеф-кухарів, щороку відкриваються дедалі нові ака-

демічні та позаакадемічні курси фудплейтингу, фуд-арту та експериментальної кухні. У відповідь на агресивне розростання міжнародних фаст-фуд-мереж, локальні ресторани і кафе у конкурентному змаганні за увагу клієнтів нині беруть на озброєння такі техніки міксування інгредієнтів, дизайну і подачі фірмових страв, які гарантують їм нішеве виокремлення із множини мас-маркетних альтернатив. Численні соціологічні дослідження останніх років встановили: споживачі на понад 70% віддають на етапі бронювання перевагу та на понад 60% готові витратити в два-три рази більше коштів на естетично оформлену й нетривіально представлену страву, ніж на її аналоги із мас-маркету [11; 13–15].

Україна – один з флагманів у Центрально-Східній Європі за ефективністю й оригінальністю запровадження фудплейтингу у практику ресторанного бізнесу.

Бездоганно естетичні зразки авторського фудплейтингу страв високої кухні у 2023 р. демонструє більшість ресторанів бізнес-сегменту столиці України. За відгуками в Інстаграм та оцінками на платформі Tripadvisor на початок 2023 року до когорти лідерів за естетикою фудплейтингу можемо віднести десятки ресторанів Києва (див. табл. 1).

Окрему лідерську нішу за креативністю фудплейтингу займають ресторани у складі 5-зіркових готелів столиці України. Флагманами серед них, зокрема, є такі фешенебельні заклади, як «All Day Dining» (у Hilton Kyiv), «Comme Il Faut» та «Olivera» (у InterContinental Kyiv, an IHG Hotel), «IKIGAI» та «Terracotta»

(у Premier Palace Hotel Kyiv), «Гриль Азія» та «Бар на 8» (у Hyatt Regency Kyiv), «Teatro» (в Opera Hotel), «SWEETBOOK» (1 поверх) і «Fairmont Kyiv» (2 поверх) (у Fairmont Grand Hotel Kyiv), «City Holiday», «Vnette» та «Panoramic» (у City Holiday Resort & SPA), «КАМА» (у Riviera House), «11 Mirrors Rooftop Restaurant & Bar» (в 11 Mirrors Design Hotel) та ін. Аналогічна ситуація має місце у Львові, Одесі, Трускавці, Буковелі, де еталонні стандарти фудплейтингу просувають ресторани у складі топових 4-5-зіркових готельно-ресторанних комплексів.

Гастрономічно-туристичну айдентичку Львова творять сьогодні десятки «магнітів» локального фудплейтингу. З огляду на обмежені ліміти статті, перерахуємо топові, котрі найчастіше згадують іноземні гостротуристичні блогери у дописах в Інстаграм та Фейсбук:

- запаяна кава («Львівська копальня кави»);
- кава з вогником («Під Клепсидрою», «Під синьою пляшкою», «Золотий дукат»);
- львівські наливки і настоянки, подані у пробірках («Гасова лямпа»);
- львівські наливки і настоянки з іншими оригінальними ідеями фудплейтингу («Ресторація Бачевських», «П'яна Вишня», «Під синьою пляшкою», «Підпільний Кіндрат», «Фацет»);
- львівський борщ, поданий у хлібині («Крива Липа»);
- львівський журек, поданий у хлібині («Ресторація Бачевських»);
- львівська часникова зупа, подана у хлібині («Кумпель»);

Таблиця 1

Експертна оцінка фудплейтингу (0-10 балів) найкреативніших гастрономічних закладів Києва* на основі вивчення і співставлення візуальної інформації про нешаблонне оформлення і подачу страв меню на шпальтах їх офіційних сайтів і сторінок в Інстаграм, а також відгуків клієнтів на глобальній платформі Tripadvisor

Назва ресторану	Фудплейтинг, бали	Назва ресторану	Фудплейтинг, бали
Lucky Restaurant Vinoteque	9,6	Gustoso Fun & Cucina	6,9
Whisky Corner	9,5	VERO VERO	6,9
Bigoli	9,3	BEEF м'ясо & вино	6,5
Montecchi	9,3	Наживо	6,5
BAO Modern Chinese Cuisine	8,2	GOODMAN steak house	6,2
Sanpaolo	7,8	Thaizon	6,2
Spezzo	7,8	İshFish	6,0
Буффаліно	7,8	Vano Ivano	6,0
By Italy	7,3	Voca A Voca Jamoneria	6,2
VINO e CUCINA	7,2		

* без врахування ресторанів у складі фешенебельних 4-5-зіркових готельних комплексів столиці України.

– львівська цибулева зупа, подана в горщику («Трапезна Ідей», «Голодний Микола»);
– львівські флячки («Голодний Микола», «Трапезна Ідей» і ін.);

– львівські ковбаси, подані на сковорідках чи з іншими оригінальними ідеями фудплейтингу («Криївка», «Кумпель», «Голодний Микола», «М'яса та справедливості» і ін.);

– м'ясо, запечене на грилі, з оригінальними ідеями фудплейтингу (реберня «Під Арсеналом», «М'яса та справедливості», «Сім поросят» і ін.);

– львівський сирник («Валентино», «Львівські плячки», «Ресторація Бачевських», «Grand Cafe Leopoldis», «Вероніка», «Цукерня», «Кентавр» та ін.);

– львівський штрудель («Львівські плячки», «Цукерня», «Під синьою пляшкою», «Італійський дворик» та ін.);

– львівські шоколадні плячки і цукерки ручної роботи («Вероніка», «Цукерня», «Львівські плячки», «Валентино», «Ресторація Бачевських», «Grand Cafe Leopoldis» та ін.);

– авторські арт-фуд-композиції («Дуже висока кухня»);

– роли із сала («Сало»);

– і т. і.

Безумовними флагманами популяризації фудплейтингу у Львові є «Дуже висока кухня», «Ресторація Бачевських» та заклади «Холдингу емоцій !FEST». Авторський фудплейтинг від шефа є бізнес-ідеєю ресторації «Дуже висока кухня» (тут відсутнє меню, а кожна страва є продуктом спільної творчості й уяви гостя та кухаря). Імпозантні оформлення і подача низки фірмових страв – бізнес-фішка і секрет успіху «Ресторації Бачевських». І вже легендарними й широко розрекламованими серед туристів є креативні фудплейтингові фішки у закладах «Холдингу емоцій !FEST» («Криївка», «Львівська копальня кави», «Майстерня шоколаду» та ін.).

Висновки. Таким чином, сьогодні концепція фудплейтингу активно впроваджується гастрономічними закладами по всьому світі, зокрема, і в Україні. Можна стверджувати, що фудплейтинг за наступні десятиріччя перетвориться на ключову конкурентну перевагу ресторанного закладу в умовах тотального побутування технологій цифрової економіки. Мільярди споживачів послугуватимуться смартфонами із сайтами і мобільними застосунками із пошуку, відсіювання й ухвалення рішень про відвідини того чи іншого гастро-

номічного закладу на основі суб'єктивної оцінки “смачних світлин” страв та відповідних очікувань у процесі їх безпосереднього приготування, мистецького оформлення та креативної подачі. У таких кон'юнктурних реаліях концепція «food plating» стрімко розповсюджується від ресторанів високої кухні до множини гастрономічних закладів бюджетніших форматів.

Ресторанний бізнес України задля виживання в несприятливі роки пандемійної й воєнної криз активно включився у глобальний тренд впровадження модних елементів фудплейтингу. Локомотивами інновацій є заклади громадського харчування найбільших міст України. Київ, Львів, Одеса та інші центри гастрономічного туризму України сьогодні здобувають лідерські позиції за креативністю фудплейтингу у регіоні Центрально-Східної Європи.

ЛІТЕРАТУРА

1. Geary P. *Experimental Dining: Performance, Experience and Ideology in Contemporary Creative Restaurants*. New York : Intellect Books, 2021. 220 p.
2. Grahl Jo. *Secrets Of Modern Plating: The Importance, Tools, And Techniques Of Food Plating: An Overview Of Food Styling And Carving*. London : Independently Published, 2021. 241 p.
3. Hobday C., Denbury Jo. *Food Presentation Secrets: Styling Techniques of Professionals*. New York : Firefly Books, 2010. 176 p.
4. Kushniruk H., Rutynskyi M. Development of the infrastructure of Turkish restaurants in the tourist center of Eastern Europe: the case of Kyiv. *GastroMedia Journal*. 2022. 1(1). P. 1–18. DOI: 10.54497/Gastromedia.2022.1
5. Michel C., Velasco C., Fraemohs P., Spence C. Studying the impact of plating on ratings of the food served in a naturalistic dining context. *Appetite*. 2015. Vol. 90. P. 45–50. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.appet.2015.02.030>
6. Moss D. *The Art of Food Presentation: The Eye Also Eats*. London : CreateSpace Independent Publishing Platform, 2016. 56 p.
7. Pendrill K. *Food Plating Techniques: How to Plate Food Like a Chef*. URL: <https://www.touchbistro.com/blog/food-plating-techniques-for-restaurants/> (дата звернення: 10.01.2023).
8. Rutynskyi M., Kushniruk H. Restaurant industry in the tourist city of Eastern Europe: Post-COVID-19 perspectives – The case of Lviv, Ukraine. In *Borges A. et al. (Eds). Gastronomy, Hospitality, and the Future of the Restaurant Industry: Post-COVID-19 Perspectives*. Hershey, USA : IGI Global, 2022. P. 220–243. DOI: 10.4018/978-1-7998-9148-2

9. Styler C. *Working the Plate: The Art of Food Presentation*. New York : John Wiley & Sons, 2006. 200 p.

10. Velasco C., Michel C., Woods A., Spence C. On the importance of balance to aesthetic plating. *International Journal of Gastronomy and Food Science*. 2016. Vol. 5–6. P. 10–16. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2016.08.001>

11. Velasco C., Veflen N. Aesthetic plating and motivation in context. *International Journal of Gastronomy and Food Science*. 2021. Vol. 24. 100323. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2021.100323>

12. Zampollo, F., Wansink, B., Kniffin, K.M., Shimuzu, M., Omori, A. Looks good enough to eat: how food plating preferences differ across cultures and continents. *Cross-Cult. Res.* 2012. 46. P. 31–49. DOI: <http://dx.doi.org/10.1177/1069397111418428>

13. Zellner D., Lankford M., Ambrose L., Locher P. Art on the plate: Effect of balance and color on attractiveness of, willingness to try and liking for food. *Food Quality and Preference*. 2010. Vol. 21. Issue 5. P. 575–578. DOI: <http://dx.doi.org/10.1016/j.foodqual.2010.02.007>

14. Zellner, D.A., Loss, C.R., Zearfoss, J., Remolina, S. It tastes as good as it looks! The effect of food presentation on liking for the flavor of food. *Appetite*. 2014. 77. P. 31–35. DOI: <http://dx.doi.org/10.1016/j.appet.2014.02.009>

15. Zellner, D.A., Siemers, E., Teran, V., Conroy, R., Lankford, M., Agrafiotis, A., Ambrose, L., Locher, P. Neatness counts. How plating affects liking for the taste of food. *Appetite*. 2011. 57. P. 642–648. DOI: <http://dx.doi.org/10.1016/j.appet.2011.08.004>

16. Архіпов В.В., Іванникова Т.В., Архіпова А.В. Ресторанна справа: Асортимент, технологія і управління якістю продукції в сучасному ресторані: навч. посібник. Київ : Центр навчальної літератури, 2017. 382 с.

17. Зайченко В.В. Стратегічні пріоритети забезпечення технологічної конкурентоспроможності економіки України. *Регіональна економіка*. 2020. № 1(95). С. 134–143. DOI: <https://doi.org/10.36818/1562-0905-2020-1-14>

18. Кравченко М.Ф., Антоненко А.В. Теоретичні основи харчових технологій: навч. посібник. Київ : Київ. нац. торг-екон. ун-т, 2011. 516 с.

19. П'ятницька Г.Т. Інноваційні ресторани технології : навч. посібник. Київ : Київ. нац. торг-екон. ун-т, 2013. 249 с.

20. Рутинський М.Й. Розвиток сегменту ВВQ-ресторанів в Україні. *Сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності : матеріали II міжнар. наук.-практ. конф. 7-8.10.2021 р.* Львів : ЛДУФК, 2021. С. 91–95.

21. Українець А.І., Сімахіна Г.О., Мазараки А.А. та ін. Інновації в харчовій промисловості: від наукової ідеї до впровадження : монографія. Київ : Київ. нац. торг-екон. ун-т, 2015. 360 с.

REFERENCES

1. Geary, P. (2021), *Experimental Dining: Performance, Experience and Ideology in Contemporary Creative Restaurants*, Intellect Books, New York.

2. Grahl, Jo. (2021), *Secrets Of Modern Plating: The Importance, Tools, And Techniques Of Food Plating: An Overview Of Food Styling And Carving*, Independently Published, London.

3. Hobday, C. and Denbury, Jo. (2010), *Food Presentation Secrets: Styling Techniques of Professionals*, Firefly Books, New York.

4. Kushniruk, H. and Rutynskyi, M. (2022), “Development of the infrastructure of Turkish restaurants in the tourist center of Eastern Europe: the case of Kyiv”, *GastroMedia Journal*, vol. 1(1), pp. 1–18. DOI: [10.54497/Gastromedia.2022.1](https://doi.org/10.54497/Gastromedia.2022.1)

5. Michel, C., Velasco, C., Fraemohs, P., Spence, C. (2015), Studying the impact of plating on ratings of the food served in a naturalistic dining context, *Appetite*, vol. 90, pp. 45–50. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.appet.2015.02.030>

6. Moss, D. (2016), *The Art of Food Presentation: The Eye Also Eats*, CreateSpace Independent Publishing Platform, London.

7. Pendrill, K. (2023), “Food Plating Techniques: How to Plate Food Like a Chef”, available at: <https://www.touchbistro.com/blog/food-plating-techniques-for-restaurants/> (accessed 10 January 2023).

8. Rutynskyi, M. and Kushniruk, H. (2022), Restaurant industry in the tourist city of Eastern Europe: Post-COVID-19 perspectives – The case of Lviv, Ukraine, *Borges A. et al. (Eds). Gastronomy, Hospitality, and the Future of the Restaurant Industry: Post-COVID-19 Perspectives*, IGI Global, Hershey, pp. 220–243. DOI: [10.4018/978-1-7998-9148-2](https://doi.org/10.4018/978-1-7998-9148-2)

9. Styler, C. (2006), *Working the Plate: The Art of Food Presentation*, John Wiley & Sons, New York.

10. Velasco, C., Michel, C., Woods, A., Spence, C. (2016), “On the importance of balance to aesthetic plating”, *International Journal of Gastronomy and Food Science*, vol. 5–6, pp. 10–16. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2016.08.001>

11. Velasco, C. and Veflen, N. (2021), “Aesthetic plating and motivation in context”, *International Journal of Gastronomy and Food Science*, vol. 24, 100323. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2021.100323>

12. Zampollo, F., Wansink, B., Kniffin, K.M., Shimuzu, M., Omori, A. (2012), “Looks good enough to eat: how food plating preferences differ across cultures and continents”, *Cross-Cult. Res.*, vol. 46, pp. 31–49. DOI: <http://dx.doi.org/10.1177/1069397111418428>.

13. Zellner, D., Lankford, M., Ambrose, L., Locher P. (2010), “Art on the plate: Effect of balance and color on attractiveness of, willingness to try and liking for food”, *Food Quality and Preference*, vol. 21(5), pp. 575–578. DOI: <http://dx.doi.org/10.1016/j.foodqual.2010.02.007>

14. Zellner, D., Loss, C., Zearfoss, J., Remolina, S. (2014), "It tastes as good as it looks! The effect of food presentation on liking for the flavor of food", *Appetite*, vol. 77, pp. 31–35. DOI: <http://dx.doi.org/10.1016/j.appet.2014.02.009>
15. Zellner, D., Siemers, E., Teran, V., Conroy, R., Lankford, M., Agrafiotis, A., Ambrose, L., Locher, P. (2011), "Neatness counts. How plating affects liking for the taste of food", *Appetite*, vol. 57, pp. 642–648. DOI: <http://dx.doi.org/10.1016/j.appet.2011.08.004>
16. Arkhipov, V., Ivannikova T., Arkhipova A. (2017), *Restoranna sprava: Asortyment, tekhnolohiya i upravlinnya yakistyu produktsiyi v suchasnomu restorani* [Restaurant business: Assortment, technology and product quality management in a modern restaurant], Center for Educat. Literature, Kyiv, Ukraine.
17. Zaychenko, V. (2020), "Strategic priorities for ensuring the technological competitiveness of the economy of Ukraine", *Rehionalna ekonomika*, vol. 1(95), pp. 134–143. DOI: <https://doi.org/10.36818/1562-0905-2020-1-14>
18. Kravchenko, M. and Antonenko, A. (2011), *Teoretychni osnovy kharchovykh tekhnolohiy* [Theoretical foundations of food technologies], Kyiv. national trading economy University, Kyiv, Ukraine.
19. Pyatnytska, G. (2013), *Innovatsiyini restoranni tekhnolohiyi* [Innovative restaurant technologies], Kyiv. national trading economy University, Kyiv, Ukraine.
20. Rutynskyi, M. (2021), "The development of the BBQ restaurant segment in Ukraine", *Modern trends in the development of the hospitality industry: materials of the II International. science and practice conf., October 7-8, 2021*, LDUFK, Lviv, pp. 91–95.
21. Ukrainets, A., Simakhina, G., Mazaraki, A. et. all (2015), *Innovatsiyi v kharchoviy promyslovosti: vid naukovoyi ideyi do vprovadzhennya* [Innovations in the food industry: from a scientific idea to implementation], Kyiv. national trade and economy University, Kyiv, Ukraine.

Стаття надійшла до редакції
21 листопада 2022 р.