

DOI: <https://doi.org/10.32782/2521-666X/2023-82-10>

УДК 338:24:640:41(045)

Небаба Н.О.

доктор економічних наук, доцент кафедри
туризму та готельно-ресторанної справи,
Університет митної справи та фінансів

Горб К.М.

кандидат географічних наук, доцент,
доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи,
Університет митної справи та фінансів

Мартиненко О.К.

здобувач,
Університет митної справи та фінансів

Nebaba Nataliia, Horb Kostiantyn, Martynenko Olha
University of Customs and Finance

ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

INNOVATIVE DEVELOPMENT OF ENTERPRISES IN THE HOSPITALITY INDUSTRY

Стаття присвячена аналітичному розгляду сервісних інновацій в ресторанах як основних компонентів інноваційного розвитку підприємства. Була досліджена законодавча база, на яку спираються інноваційні процеси в Україні, а також розглянуті суб'єкти інноваційної діяльності країни. Були розглянуті поняття інноваційного проекту, інноваційної продукції, інноваційних діяльності та продукту. Було встановлено, що для впровадження інновацій у ресторан або готель, заклад повинен обрати свою інноваційну стратегію та поставити чіткі цілі, які будуть досягатись за допомогою стратегічного управління інноваційною діяльністю. Було встановлено інноваційні інструменти для привертання гостей в заклади і проаналізовано сучасні формати ресторанів. Зазначено важливість діджиталізації як інноваційного процесу підприємств гостинності.

Ключові слова: інновації, індустрія гостинності, інноваційна діяльність, інноваційний розвиток, інноваційна стратегія.

The article is devoted to the analytical consideration of service innovations in restaurants as the main components of innovative development of the enterprise. The legislative framework on which innovation processes in Ukraine are based was investigated, as well as the subjects of the country's innovative activity were considered. It was noted that the level of development of the country, the economic and political situation, and the current legislation affect innovative activity in Ukraine. Innovative activity of the total activity of institutions is a determining factor of innovative development of the entire state, its foundation and engine, it is reflected through the efficiency of innovative activity. The article analyzes the importance of the implementation of innovation policy and methods of its implementation. Concepts of innovative project, innovative products, innovative activities and product were considered. It was established that in order to implement innovations in a restaurant or hotel, the institution must choose its innovation strategy and set clear goals that will be achieved through the strategic management of innovation activities. It has been stated that there are four types of innovation strategies, which are distinguished by the type of technological innovation, objectives, costs of the company and its risks. Examples of companies using one of the above strategies were given. Innovative tools for attracting guests to establishments were installed and modern restaurant formats were analyzed. The most popular concepts of restaurant establishments in Ukraine were established. These include club and family types of establishments. The importance of digitalization as an innovative process of hospitality enterprises is indicated. It was determined that the following are among the main digital innovations: touch displays, interactive (electronic) menus and tablets on tables, QR codes, LED notification technologies, 3-D printers in the kitchen, food producers with the help of a sensor, the introduction of three-dimensional projections and video mapping for effective demonstration of cooking, use of web and telecommunication technologies.

Key words: innovations, innovative activity, innovative development, hospitality industry, innovative strategy.

Постановка проблеми. Останні кілька років індустрія гостинності переживає кризові стани та видозміну своєї діяльності, через що усі підприємства шукають можливості для розвитку та збільшен-

ня конкурентоспроможності. Для цього необхідно знаходити сучасні рішення, що не є можливим без впровадження та налагодження інноваційного розвитку закладу.

Аналіз останніх досліджень. Дослідженням інноваційного розвитку підприємств присвячені роботи таких вчених, як Бишовець Л.Г., Завадинська О.Ю., Микитюк П.П., Овсянюк-Бердадіна О.Ф., Сербенівська А.Ю., Сковчиляс С.М., Крижанський А.І., Крисько Ж.Л., Куракін О.Б., Шикіна О.В..

Мета статті. Полягає у виявленні особливостей інноваційного розвитку підприємств індустрії гостинності, аналізі сучасних інноваційних рішень для подальшого їх впровадження в заклади готельно-ресторанної сфери.

Виклад основного матеріалу. Готельно-ресторанний бізнес в Україні стрімко розвивається навіть в складні економічні часи, але для досягнення конкурентоспроможності в умовах різноманітності закладів треба відходити від традиційних методів ведення бізнесу. Інновації, як інструмент для розвитку підприємства, мають різноманітний характер та сферу поширення.

Згідно із законодавством України, а саме з Законом «Про інноваційну діяльність» від 04.07.2002 р. № 40-IV, інновації визначаються як новостворені або вдосконалені конкурентоспроможні технології, в тому числі продукція чи послуги, організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, які суттєво покращують процеси виробництва та їх якість [1]. Нижче на рисунку 1 наведені основні поняття, які стосуються інновацій у цьому законі.

Метою інноваційних процесів є підвищення ефективності підприємницької та господарської діяльності шляхом введення змін та інновації в процеси, послуги і товари. Існує велика різноманітність інновацій, тому доцільно розподілити їх в групи за різними категоріями.

Інновації розрізняють за багатьма критеріями, серед яких основні: технологічні параметри; зміни, які привносить інновація; тип розповсюдження; місце у виробничому циклі; обсяг; ступінь впливу, тощо.

При введенні якогось інноваційного продукту в заклад треба заздалегідь оцінити ступінь впливу нововведень. Таким чином, інновації бувають радикальні і додаткові. Радикальні інновації повністю змінюють якийсь сегмент ринку, в той час як додаткові перетворюють та створюють щось нове з вже існуючих продуктів або послуг. Для прикладу, повний перехід з паперового меню на електронне – це радикальна інновація, а зміна рецептури деяких страв – додаткова.

Основними видами інновацій, які напряму використовуються в сфері ресторанного обслуговування, є:

1) маркетингові інновації: впровадження нових засобів просування продуктів та послуг. До них може входити зміна упаковки, рекламна кампанія в соціальних мережах, створення інформаційних буклетів, тощо;

2) організаційні: включення нововведень в структуру закладу. До них відносяться: людські ресурси, культура компанії, управління якістю;

3) інновація продукту: вдосконалення конкретних послуг і товарів, які пропонуються гостям. Приклади: патентування нових продуктів, включення розважальних послуг, зміна оформлення страв;

4) ресурсні інновації: пошук і використання нових джерел і ресурсів для розвитку закладу.

На інноваційну діяльність в Україні впливає рівень розвитку країни, економіко-політична ситуація, чинне законодавство. Інноваційна активність сумарної діяльності закладів є визначальним фактором інноваційного розвитку всієї держави, його фундаментом та двигу-

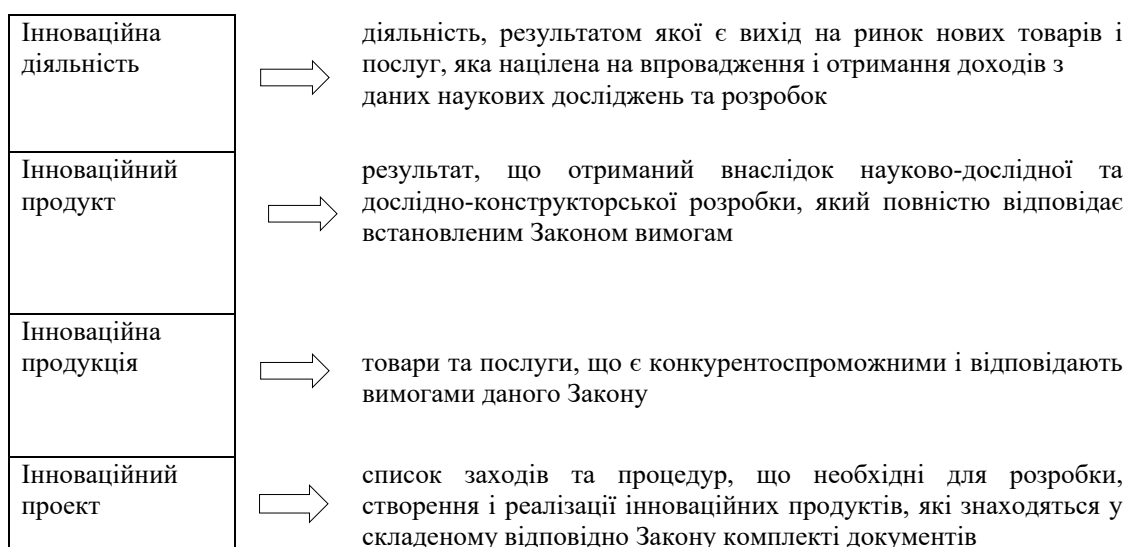


Рис. 1. Поняття інноваційного продукту, діяльності, проекту і продукції

Джерело: складено автором на основі [1]

ном, вона відображається через ефективність інноваційної діяльності. Сфері інноваційної діяльності підпорядковуються такі органи та установи: ВРУ; КМУ; ради народних депутатів: обласні і районні, міські, селищні, сільські; органи місцевого самоврядування та місцеві державні адміністрації [12].

На рисунку 2 зображені суб'єкти інноваційної діяльності України, до яких належать:

- державні органи управління інноваційною діяльністю;
- інноваційні підприємства;
- фінансово-кредитні інноваційні установи [12].

Для забезпечення безперебійного циклу роботи підприємства і удосконалення його виробничих процесів необхідно постійно аналізувати, які перспективи та проблеми існують і що з ними слід робити. Це означає, що варто здійснювати пошукову інноваційну діяльність у всіх напрямках роботи з виділенням окремих пріоритетних інноваційних завдань та проектів. Сам процес пошуку можливостей та заходів для поліпшення конкурентоспроможності виробництва, а також введення інноваційної стратегії виробництва, називається інноваційною політикою (розвитком) підприємства. Інноваційна політика підприємства – це повноцінна стратегія розробки, реалізації і фінансування інновацій. Вона має формуватися на засадах створення обдуманих та

обґрунтованих завдань і цілей фірми, на базі кваліфікованого персоналу, що готов змінюватись і допомагати покращувати процеси, а також враховувати ресурсне забезпечення підприємства.

Метою інноваційної політики є розвиток закладу через гнучкість та забезпечення можливостей до зростання. Для розроблення такої політики підприємства необхідна постановка цілей, визначення місії і стратегії та найближчу та далеку перспективу. При цьому цілі поділяються на дві категорії, які зображені на рисунку 3.

Заклад чи підприємство, що зробило ставку на інноваційну політику, має вдосконалювати матеріально-технічну і виробничу бази, оптимізувати рух та збут товарів, адаптувати всю систему до змін на ринку. В той же час перебудовується організаційна структура, підвищується кваліфікованість робітників, змінюється імідж та налагоджується система зв'язків. Кожна наступна успішно реалізована інновація збільшує можливості суб'єкта господарювання. Схема інноваційного розвитку відображена на рис. 4.

Розроблення стратегії починається з визначення чіткої мети, яка повинна бути виражена у числовому виразі (гроші, кількість гостей тощо), й бути досяжною і обов'язково обмеженою в часі. Потім мету треба конкретизувати і сформулювати комплекс цілей, що не мають суперечити одна одній і голо-

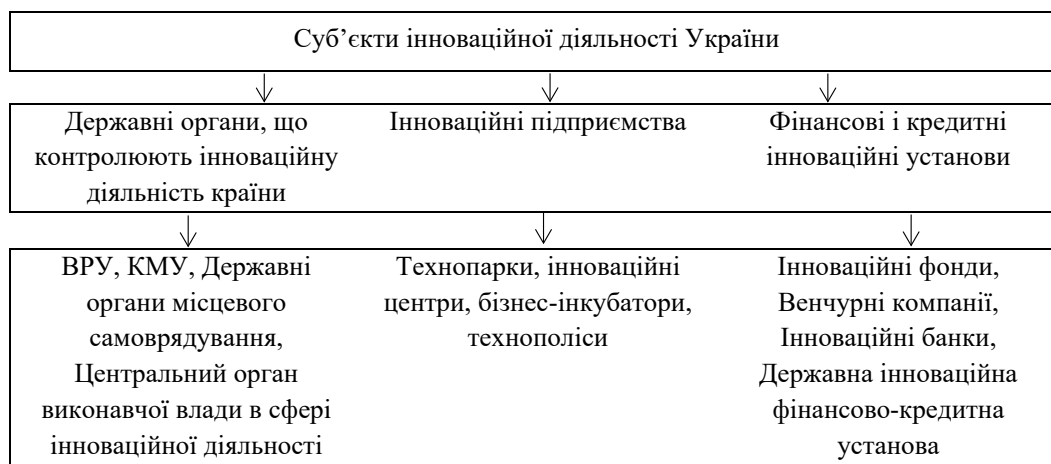


Рис. 2. Суб'єкти інноваційної діяльності України

Джерело: створено автором на основі [12]

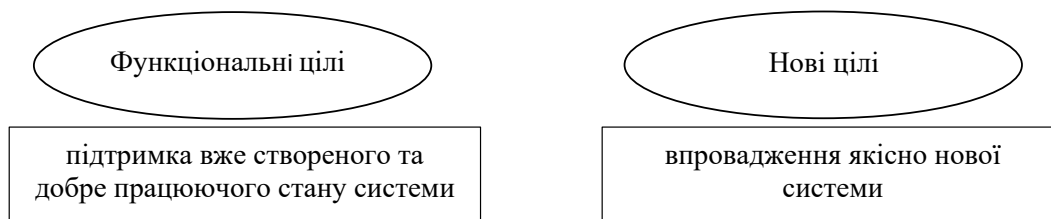


Рис. 3. Категорії цілей для інноваційної політики закладу

Джерело: складено автором на основі [9]

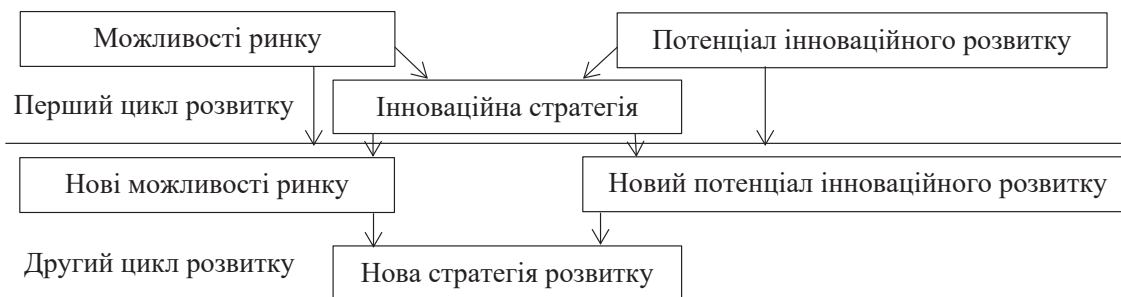


Рис. 4. Схема зростання стратегічних можливостей підприємства за допомогою інновацій

Джерело: складено автором на основі [11]

вній меті. Стратегію доцільно розглядати на трьох рівнях узагальнення:

1) корпоративний рівень, де розробляються загальні засади інноваційної стратегії як складової розвитку, і відбувається узгодження її з іншими функціональними стратегіями (кадровою, фінансовою, маркетинговою тощо);

2) бізнес-рівень, де розробляють більш конкретні заходи щодо розробки та впровадження запланованої інновації для кожної стратегічної зони господарювання;

3) власне товарний рівень, де розробляються маркетингові програми і інноваційна стратегія для просування товарної інновації на ринку [10]. Більш детально ці три рівні відтворені у вигляді схеми нижче на рис. 5.

Інноваційна стратегія також включає в себе такі етапи, як: соціально-психологічний, організаційно-управлінський, маркетинговий, економічний, виробничий та науково-технічний. Вибір інноваційної стратегії є важливим етапом. Виділяють чотири основні інноваційні стратегії, які можна адаптувати під особливості компанії (табл. 1).

Активна стратегія – це інвестування у різні варіанти, де прогнозуються середні прибутки. Ця стратегія актуальна для підприємств, які діють найчастіше на стабільних ринках. Проактивна – інвестування великих коштів у інвестиції, від яких очікується значний прибуток. Має найбільші ризики, які може собі дозволити фірма-першопроходець чи та, яка вже має стрімкий розвиток. Реактивна – стратегія очікування, за якою опції подальшого розвитку залишаються від-



Рис. 5. Структурно-логічна схема стратегічного управління інноваційною діяльністю на підприємстві

Джерело: складено автором на основі [11]

Основні інноваційні стратегії підприємства

Характерні особливості стратегій	Проактивна	Активна	Реактивна	Пасивна
Цілі	Технологічне та ринкове лідерство	Не бути першими, але бути готовими до швидкого наслідування	Очікування та поступове прийняття інформації	Виконувати те, чого потребує клієнт
Тип технологічних інновацій	Радикальні та поступові	Здебільшого поступові	Виключно поступові	Зрідка поступові
Джерело знань	Наука, внутрішні дослідження, розробки, клієнтська база, співробітництво з лідерами	Внутрішні дослідження та розробки, співробітництво з лідерами, клієнтами і постачальниками	Конкуренти, придбання патентів, клієнти	Клієнти
Витрати на інновації	Фундаментальні і прикладні дослідження, нові для світу продукти та послуги, освіта та тренінги, операційна діяльність	Прикладні дослідження, продукти та послуги нові для компаній, маркетинг, освіта і тренінги, операційна діяльність	Фокус на операційній діяльності	Формально відсутні
Ризики	Високі	Середні	Низькі	Немає ризиків
Зразки компаній	Apple, Qantas, Singapore Airlines	Microsoft, Dell	Low-cost airlines: Ryanair, Air Asia	Третій і четвертий рівні автомобільних постачальників

Джерело: складено автором на основі [14]

критими, поки інші несуть більші ризики і беруть ініціативу. Це підходить для компаній-послідовників, які згодом отримують економію і вигоду, використовуючи більш дешеву сировину, при цьому перейнявши досвід більш ініціативної фірми. Пасивна – це стратегія, за якої компанія імплантує інновації виключно за потребою або запитом споживача [4]. Отже, впровадження інноваційної політики підприємства є досить складним процесом, який має ланку дій та наслідків. Головною позицією, яку треба визначити на початку, є інноваційна стратегія, однак її вибір напряму залежить від показників та стану підприємства, його мети і цілі, а також ресурсних можливостей.

В Україні ресторанний бізнес є одним з найбільш популярних видів малого бізнесу, тому власники закладів ведуть безперервну боротьбу за сегментацію ринку, нових споживачів їхньої продукції та послуг. Для того, аби вистояти в умовах конкуренції, ресторани впроваджують інноваційні технології і підходи в обслуговуванні споживачів і тримають «руку на пульсі» [8]. Прогресивні, новітні форми обслуговування використовуються для досягнення багатьох цілей, серед яких:

- залучення нового сегменту споживачів;
- збільшення продажів шляхом здивування споживача та задоволення його потреб;
- прискорення обслуговування за умовою обмеженості часу та великої хвилі замовлень [7].

У конкурентній боротьбі за залучення споживачів, ресторатори використовують різноманітні

інструменти, серед яких особливо варто виділити системи лояльності, екологічне та крафтове виробництво, кейтеринг, тощо. Більш детально ці інструменти зображені на рисунку 6 нижче.

Форма обслуговування напряму залежить від обраного закладом формату. Провівши дослідження літературних та онлайн-джерел можна виділити наступну кваліфікацію сучасних форматів закладів ресторанного господарства, як на рис. 7.

Фаст-фуд – це швидке харчування, їжа, яку можна споживати на ходу і яка не потребує довгої підготовки. Цей формат харчування є дуже популярним у сучасному швидкому світі. Прикладом є «Fast Food Systems», яка за роки роботи розширилась від одного закладу до понад 150 ресторанів по всій Україні. Серед таких закладів харчування є «Картопляна Хата», піцерія «Челентано», «ЯПІ» та інші. Ці заклади поєднують традиційні схеми роботи ресторану з принципами швидкого харчування [2].

Фуд-корт – це формат, який є найвигіднішим для закладів харчування поруч з бюджетними кафе та ресторанами, особливо у торгово-розважальних або бізнес-центрах. Зазвичай фуд-корти розміщуються поряд з кількома фаст-фудами і є спільним місцем для прийому їжі. Проте такий формат роботи створює жорстку конкуренцію. Відвідувача приваблює та заклад, де черга коротша, широкий вибір, нижчі ціни і цікаве оформлення [2].

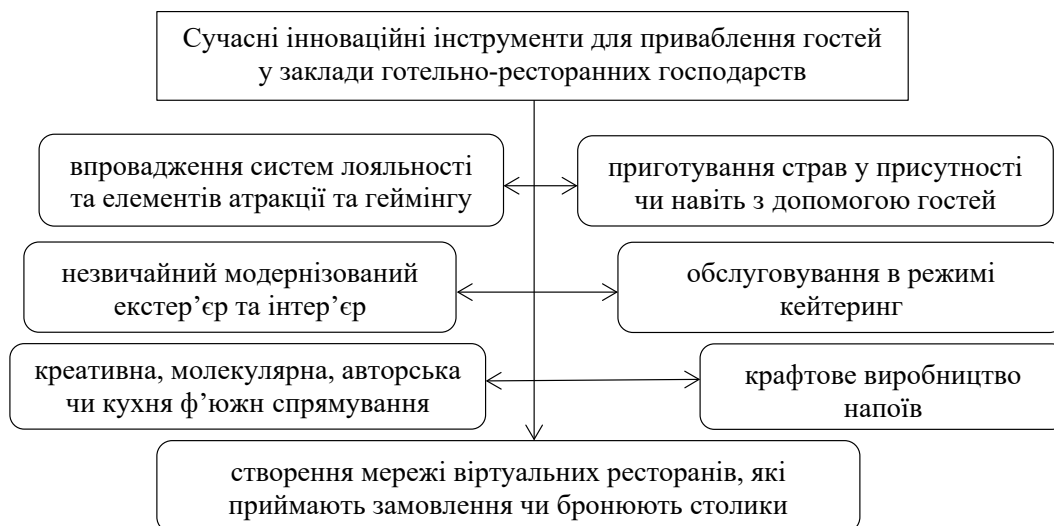


Рис. 6. Сучасні інноваційні інструменти для приваблення гостей у заклади готельно-ресторанних господарств

Джерело: складено автором на основі [8]

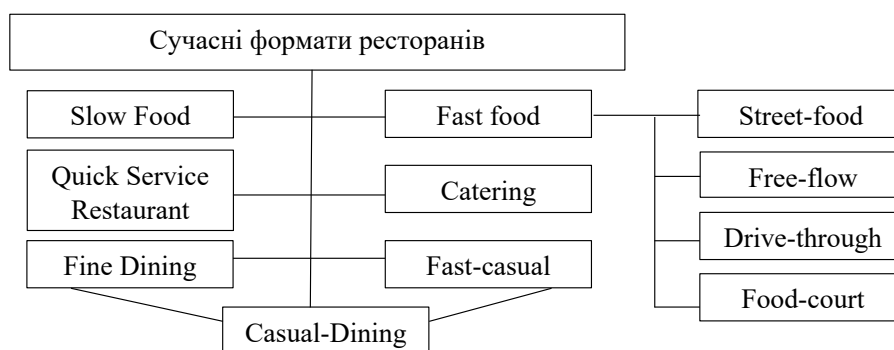


Рис. 7. Сучасні формати ресторанів

Джерело: створено автором на основі [13]

Вуличне харчування – це сектор, який представлений багатьма мережами та невеликими місцевими підприємствами. Пропозиція задовольняє попит на 65% у Києві і 30-40% в регіонах. Цей сектор пропонує різні типи закладів і спеціалізовані концепції, різноманітні кулінарні напрями, різні цінові категорії та прагне до виготовлення і реалізації якісної, здорової, збалансованої їжі та постійного розширення асортименту. Останні кілька років в українських містах проводяться фестивалі вуличної їжі, де представляють можливості цього формату. На таких заходах можна не тільки скуштувати смачну і здорову їжу, але й взяти участь у майстер-класах, конкурсах, послухати музику і навіть переглянути фільми.

Фрі-флоу – це унікальна комбінація ресторану, фаст-фуду і «буфету». Цей формат дає можливість клієнтам не тільки вибирати з готових страв, але й створювати свої власні індивідуальні замовлення з широкого асортименту інгредієнтів. Окремі само-

обслуговувальні станції або острівці розподілені ідеально уникатимуть черг. Однією з відмінних особливостей цих закладів, крім приготування їжі перед гостями, є більш демократичний підхід і відсутність черг [2].

Fast-casual (швидкий і неформальний формат) – одна з найцікавіших ідей у сучасній гастрономії, яка успішно поєднує елементи фаст-фуду (швидке обслуговування, відсутність офіціантів, компактність) з оригінальним дизайном, використанням екологічного посуду та розширеним асортиментом свіжих та здорових страв. Цей формат особливо підходить для невеликих закладів.

Ресторани вишуканої кухні – це заклади, що пропонують авторські страви, відомі шеф-кухарі, широкий вибір дорогих вин, театралізоване подачу страв, витончений дизайн та високі ціни. Експерти вважають, що ринок преміум-класу заповнений і консервативний. Заклади цього сегмента змагаються за

тих самих клієнтів, спробуючи переконати їх обрати саме їхні послуги.

В Україні наразі найбільш популярні клубні та сімейні ресторани. Сучасні клубні формати мають різні концепції. Лаундж-кафе з дизайном, спрямованим на спокій і релаксацію, приваблює любителів хорошої музики для приємного відпочинку та спілкування. Подієві ресторани поєднують в собі ресторани, концертний зал, танцпол та високоякісну кухню. Віджей-кафе включає в себе сучасні тенденції та інноваційні технології, такі як мультимедійні проєкції на стінах та використання широких відео панелей [2]. Танцювальні клуби пропонують масові танці, яскраву шоу-програму та виступи відомих ді-джеїв, а також оригінальне барне меню.

Сімейні ресторани – це, як правило, демократичні заклади з дитячими ігровими майданчиками або окремими кімнатами, меблями та стравами для дітей, іграшками та аніматорами, а також дитячим меню. Інтер'єр, обслуговування та дружня атмосфера сприяють спокійному та комфортному відпочинку. Зазвичай такі ресторани працюють тільки у вихідні та святкові дні, а в будні мають невелику кількість клієнтів.

Drive through – заклади, які створюють можливість замовити бажане, не полишаючи своєї автівки. Можуть бути як варіацією обслуговування, так і самостійним закладом.

До інноваційних видів обслуговування також можна віднести концептуальні заклади, які підлаштовують сервіс, меню, оздоблення закладу і багато іншого під єдину нестандартну концепцію. Для прикладу, багато концептуальних закладів розміщено у місті Львів, серед яких «Львівська копальня кави», де весь заклад являє собою лабіринт-шахту, з якої ніби добивають каву і потім подають у емалірованих, металевих кружках. Подача теж специфічна: при замовленні можна попросити спеціальну пропозицію, коли на пінку посипають цукор, а після цього підпалюють це все спеціальним пристроєм.

В сучасних умовах, процес діджиталізації виступає як невід'ємна частина постійних змін, які стосуються усіх сфер, включаючи і ресторани. Цей процес охоплює трансформацію та впровадження цифрових технологій, спрямованих на оптимізацію та автоматизацію бізнес-процесів, зокрема з метою поліпшення комунікаційних зв'язків та підвищення ефективності підприємств. Концепція «Стратегія розвитку індустрії 4.0», розроблена Асоціацією промисловців та підприємців України, визначає цифрову трансформацію як суспільні та технологічні зміни, пов'язані з впровадженням цифрових технологій у всі сфери взаємодії з людиною. Саме такі трансформаційні зміни дозволяють знаходити цифрові підходи [6].

Впровадження цифрових інновацій в заклад потребує ретельного аналізу ситуації на ринку, бо діджитал-сфера розвивається досить стрімко і через це власники ресторанів можуть не втриматись в умовах активної конкуренції. До технологічних інновацій належать такі: сенсорні дисплеї, інтерактивне (електронне) меню і планшети на столах, QR-коди, технології LED оповіщення, 3-D принтери на кухні, виробники їжі за допомогою сенсору, впровадження тривимірних проєкцій і відео-мепінга для ефектної демонстрації приготування їжі, використання web- та телекомунікаційних технологій та інші. У 2022-2023 роках були виявлені такі напрями розвитку:

1) візуалізація: відео- та фотоконтент допомагає гостям отримати більш детальне розуміння вашого закладу і страв в зручному для них форматі. Успішне ведення блогу про заклад і паралельно введення цікавого та корисного контенту про суміжні галузі, незвичайні страви чи приготування коктейлів допоможе збільшити кількість гостей і поставити вас у список важливих місць для відвідування у туристів;

2) чат-боти: комфортний та швидкий спосіб замовлення з мінімумом спілкування набирає популярність у молоді. Такий бот може одночасно обслуговувати до 100 людей і є зручним варіантом для служби доставки чи повноцінного закладу. До цього пункту можна додати і голосовий пошук на вашому сайті чи в чаті, що полегшує ситуацію для людей з обмеженими можливостями;

3) система ідентифікації гостей (NFC): це технологія безконтактного обміну інформацією між двома об'єктами. Серед переваг технології є безконтактний доступ до меню та можливість ідентифікації гостя, що дозволяє проводити цільові рекламні кампанії. Більш того, за допомогою NFC людина може оплачувати рахунок напряму через мобільний телефон. Для введення такої технології необхідно мати свій сайт, еквайринг-термінали або інтегрована система оплати вже на сайті, а також спеціальні NFC картки, які будуть пропонуватись гостям;

4) метавесвіт: найменш розвинута функція в нашій країні, де є багато можливостей для розвитку. Сучасні технології вже дозволяють проводити вечірки і концерти в метавесвіті. Щойно окуляри доповненої реальності стануть масовими – це перетвориться на буденність. Це дозволить створювати не просто страви, а мультисенсорний досвід, який людина отримує в ресторані (візуалізація будь-якого простору, музики чи будь-чого іншого);

5) оплата всіма можливими способами, окрім готівки: криптовалюта, бонуси, бали в додатку, NFC, тощо. Перетворення звичайного процесу оплати за допомогою гейміфікації на додаткову розвагу важитиме не менше, ніж інтер'єр чи пакування страви.

Основні видозміни клієнтського досвіду за рахунок діджиталізації у ресторанній сфері

Очікування клієнтів	Економіка послуг	Цифрова економіка
Основний ресурс інформації для клієнта	Інтернет, пошукові системи	Соціальні мережі, додатки, чати
Клієнтська цінність	Послуга підприємства ресторанного бізнесу	Персоналізація та індивідуалізація доставки продукції
Ресторанний продукт	Стандартний	Кастомізований
Ціна	Ціна є найбільшим пріоритетом	Готовність платити більше за ширший асортимент меню, швидкість надання послуги
Комунікації	Стандартні інструменти CRM-системи	Персоналізовані інтерактивні онлайн-комунікації
Канали просування	Багатоканальна система	Оmnікальна система
Система обслуговування	Дотримання стандартів	Персоналізація з урахуванням концепту закладу
Цифрові платформи	Бажані	Необхідні 24/7

Джерело: складено автором на основі [5]

Основним поясненням є популяризація швидких розваг та отримання задоволення навіть від маленької секундної справи. Дофамінове покоління – це не жартівливий термін, а сучасна реальність, під яку слід адаптуватися;

6) використання SEO і SMO. SEO – оптимізація сайту в пошукових системах, за допомогою якого можна підвищити видимість сайту при ключових запитах. SMO – система оптимізації для соціальних мереж, яка діє так само, як і SEO. Впровадження цих методів підвищує обізнаність аудиторії та відвідуваність сайту [3];

7) технологія Big Data: вона передбачає збір та аналіз даних про клієнтів (гостей) та виявляє алгоритми формування діючих стратегій у поведінці цільової аудиторії і конкурентів. Це допомагає прогнозувати поведінку окремих цільових груп і побудувати ефективну маркетингову стратегію.

У людей, які відвідують заклади ресторанного господарства, відбуваються певні зміни в сприйнятті як самого підприємства, так і його товарів і послуг. Відповідно до даних у таблиці 2, фокус цінності зрушується від сервісного процесу до клієнтського досвіду, який є невід’ємним етапом цієї самої послуги. При порівнянні різних закладів перевага надається кастомізованим, за послуги якого треба платити більше, але й задоволення там зростає. Розмір даної переплати характеризує період очікування, доставки та заощаджений гостем час.

Отже, діджиталізація відноситься до ресторанного бізнесу не тільки, як інноваційний інструмент розвитку, але й як необхідна складова конкурентоспромож-

ності на ринку. Вона сприяє клієнтоорієнтованості, створює елементи гейміфікації, економить час клієнта та власника бізнесу, а також в подальшому і гроші.

Підсумовуючи, при продуманому і якісно виконаному впровадженні, інновації здатні примножити кількість клієнтів, ціну одного замовлення та загальну виручку ресторану. Проводити певні зміни потрібно досить послідовно, враховуючи її вплив на всю систему ресторану, починаючи від обслуговування та закінчуючи приготуванням продукції. Ринок ресторанних послуг має нетривалий життєвий цикл та значні ризики, тому постійний розвиток є необхідною умовою для продовження роботи закладу. Впровадження інновацій в цьому випадку є єдиним виходом. Загалом інновації у ресторанній справі поділяються на виробничі (пов’язані на пряму з продуктом і його створенням), та невиробничі. До невиробничих відносяться інноваційні методи обслуговування, які включають в себе створення нових концепцій роботи закладу, нових форматів обслуговування, системи лояльності та елементи геймінгу і атракції. Розвиток технологій теж вносить свій вклад у роботу ресторанного бізнесу, вводячи в користування системи розпізнавання клієнтів, чат-боти, віртуальні ресторани і системи оптимізації на сайтах закладів. Висновок, який варто: інноваційні технології різноманітні і не стоять на місці; вони повинні бути обов’язковим елементом будь-якого закладу, бо допомагають їм розвиватись і привертати до себе нові сегменти клієнтів, збільшувати середній чек та не тільки задовольняти, але й передбачати бажання гостей.

Список літератури:

1. Абзац шостий частини першої статті 1 в редакції Закону № 1714-IX від 07.09.2021. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15#Text> (дата звернення: 20.06.2023).
2. Бишовець Л.Г., Куракін О.Б., Крижанський А.І. Інноваційні технології обслуговування в сучасному ресторанному бізнесі : колективна монографія. Черкаси, 2020. С. 112. URL: <https://er.chdtu.edu.ua/bitstream/ChSTU/3215/2/%D0%91%D0%9B%D0%93%2C%20%D0%9A%D0%9E%D0%91%2C%20%D0%9A%D0%90%D0%86.pdf>
3. Борисов Д. Тренди ресторанного бізнесу 2022. URL: <http://surl.li/jeypu>

4. Глуха Г.Я., Цимбалюк А.І. Сучасний підхід до побудови інноваційної стратегії на підприємстві. *Академічний огляд*. 2018. № 2 (49). С. 62–74. URL: <https://acadrev.duan.edu.ua/images/PDF/2018/2/7.pdf>
5. Гросул В. & Балацька Н. Digital-маркетинг як дієвий інструмент антикризового розвитку підприємства ресторанного бізнесу в період пандемії та її рецесії. *Підприємництво та інновації*. 2020. № (11-2). С. 7–12. DOI: <https://doi.org/10.37320/2415-3583/11.20>
6. Діджиталізація в Україні. URL: <https://forbes.ua/innovations/plandidzhitalizatsiya-na-vidnovlennya-ta-tsifroviyrozvitok-do-2025-roku-khochut-zaluchiti-i-vitratiti-692-mlrd-grn-kudipidut-groshi-05072022-7000>
7. Завадинська О.Ю. Інноваційні технології господарювання в ресторанному бізнесі. *Ресторанний і готельний консалтинг. Інновації*. 2018. № (2). С. 93–102. DOI: <https://doi.org/10.31866/2616-7468.2.2018.157176>
8. Завадинська О.Ю., Кінчур А.А., Деревиський Є.В. Сучасні тенденції впровадження інноваційних форм обслуговування в закладах ресторанного господарства. *Підприємство і торгівля*. 2019. Вип. 25. С. 54–59. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/zavadynska3.htm
9. Інноваційне підприємство : електронний підручник. URL: <https://elearn.nubip.edu.ua/mod/book/view.php?id=357299&chapterid=124435>
10. Микитюк П.П., Крисько Ж.Л., Овсянюк-Бердадіна О.Ф., Скочилиас С.М. Інноваційний розвиток підприємства : навчальний посібник. Тернопіль : ПП «Принтер Інформ», 2015. С. 224. URL: <http://surl.li/bsuia>
11. Основи менеджменту. Управління інноваційною діяльністю на підприємстві. URL: https://pidru4niki.com/73262/investuvannya/upravlinnya_innovatsiynoyu_diyalnistyu_pidpriyemstvi
12. Сербенівська А.І.У. Сутність та значення інноваційних процесів в діяльності підприємства. *Ефективна економіка*. 2012. № 5. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1690>
13. Шикіна О.В. Сучасні тенденції функціонування ресторанного бізнесу. Матеріали круглого столу «Розвиток сталого туризму: виклики і можливості для туристичного та готельно-ресторанного бізнесу» (м. Одеса, 19 квітня 2021 р.). Одеса : ONEU, 2021. 146 с. С. 135–140. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/shykina4.htm
14. The Management of Technological Innovation. Strategy and Practice. Oxford, 2008. P. 408.

References:

1. Abzats shostyi chastyny pershoi statti 1 v redaktsii Zakonu № 1714-IX vid 07.09.2021 [Paragraph six of the first part of Article 1 as amended by Law No. 1714-IX dated September 7, 2021]. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15#Text> (accessed 20 June 2023).
2. Byshovets L.H., Kurakin O.B., Kryzhanskyi A.I. (2020) Innovatsiini tekhnolohii obsluhovuvannya v suchasnomu restorannomu biznesi [Byshovets L.G., Kurakin O.B., Kryzhanskyi A.I. Innovative service technologies in the modern restaurant business]: kolektyvna monohrafiia. Cherkasy, p. 112. Available at: <https://er.chdu.edu.ua/bitstream/ChSTU/3215/2/%D0%91%D0%9B%D0%93%2C%20%D0%9A%D0%9E%D0%91%2C%20%D0%9A%D0%90%D0%86.pdf>
3. Borysov D. Trendy restorannoho biznesu 2022 [Restaurant business trends 2022]. Available at: <http://surl.li/jeypu>
4. Hlukha H.Ia., Tsymbaliuk A.I. (2018) Suchasnyi pidkhid do pobudovy innovatsiinoi stratehii na pidpriyemstvi [A modern approach to building an innovative strategy at the enterprise]. *Akademichniy ohliad*, no. 2 (49), pp. 62–74. Available at: <https://acadrev.duan.edu.ua/images/PDF/2018/2/7.pdf>
5. Hrosul V. & Balatska N. (2020) Digital-marketynh yak diievyi instrument antykrizovoho rozvytku pidpriyemstva restorannoho biznesu v period pandemii ta yii retsesii [Digital marketing as an effective tool for anti-crisis development of the restaurant business during the pandemic and its recession]. *Pidpriyemnytstvo ta innovatsii*, no. (11-2), pp. 7–12. DOI: <https://doi.org/10.37320/2415-3583/11.20>
6. Didzhitalizatsiia v Ukraini. Available at: <https://forbes.ua/innovations/plandidzhitalizatsiya-na-vidnovlennya-ta-tsifroviyrozvitok-do-2025-roku-khochut-zaluchiti-i-vitratiti-692-mlrd-grn-kudipidut-groshi-05072022-7000>
7. Zavadynska O.Iu. (2018) Innovatsiini tekhnolohii hospodariuvannya v restorannomu biznesi [Innovative management technologies in the restaurant business]. *Restoranni i hotelnyi konsaltnh. Innovatsii*, no. (2), pp. 93–102. DOI: <https://doi.org/10.31866/2616-7468.2.2018.157176>
8. Zavadynska O.Iu., Kinchur A.A., Derevytskyi Ye.V. (2019) Suchasni tendentsii vprovadzhennia innovatsiinykh form obsluhovuvannya v zakladakh restorannoho hospodarstva [Modern trends in the implementation of innovative forms of service in restaurants]. *Pidpriyemstvo i torhivlia*, vol. 25, pp. 54–59. Available at: https://tourlib.net/statti_ukr/zavadynska3.htm
9. Innovatsiine pidpriyemstvo [Innovative enterpris]: elektronnyi pidruchnyk. Available at: <https://elearn.nubip.edu.ua/mod/book/view.php?id=357299&chapterid=124435>
10. Mykytiuk P.P., Krysko Zh.L., Ovsianiuk-Berdadina O.F., Skochylias S.M. (2015) Innovatsiinyi rozvytok pidpriyemstva [Innovative development of the enterprise]: navchalnyi posibnyk. Ternopil: PP “Prynter Inform”, p. 224. Available at: <http://surl.li/bsuia>
11. Osnovy menedzhmentu. Upravlinnia innovatsiinoiu diialnistiu na pidpriyemstvi [Basics of management. Management of innovative activities at the enterprise]. Available at: https://pidru4niki.com/73262/investuvannya/upravlinnya_innovatsiynoyu_diyalnistyu_pidpriyemstvi
12. Serbenivska A.Iu. (2012) Sutnist ta znachennia innovatsiinykh protsesiv v diialnosti pidpriyemstva. *Efektivna ekonomika*, no. 5. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1690>
13. Shykina O.V. (April 19, 2021) Suchasni tendentsii funktsionuvannya restorannoho biznesu [Modern trends in the functioning of the restaurant business]. Materialy kruhloho stolu “Rozvytok staloho turyzmu: vyklyky i mozhlyvosti dlia turystychnoho ta hotelno-restorannoho biznesu”. Odessa: ONEU, 146 p., pp. 135–140. Available at: https://tourlib.net/statti_ukr/shykina4.htm
14. The Management of Technological Innovation. Strategy and Practice (2008). Oxford, p. 408. (in English)