

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ВІННИЦЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТИТУТ  
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ВОДНОГО ГОСПОДАРСТВА ТА  
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ  
ЛЬВІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ФІЗИЧНОЇ КУЛЬТУРИ  
ІМЕНІ ІВАНА БОБЕРСЬКОГО  
ДЕПАРТАМЕНТ МАРКЕТИНГУ МІСТА ТА ТУРИЗМУ ВІННИЦЬКОЇ  
МІСЬКОЇ РАДИ**



## **ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ**

**ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ ІНТЕРНЕТ-  
КОНФЕРЕНЦІЇ**

*До 55-річчя Вінницького торговельно-економічного інституту ДТЕУ*

**«ІНДУСТРІЯ ГОСТИННОСТІ: СТАН, ТЕНДЕНЦІЇ  
ТА ТРЕНДИ РОЗВИТКУ»**

**19 жовтня 2023 року**

**Вінниця – 2023**

УДК 338.488.2:640.4

**Індустрія гостинності: стан, тенденції та тренди розвитку:** збірник наукових праць Всеукраїнської науково-практичної Інтернет-конференції. Вінниця: Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ ДТЕУ, 2023.

У збірнику наукових праць Всеукраїнської науково-практичної конференції досліджуються проблеми та перспективи розвитку індустрії гостинності в умовах глобальних викликів, аналізуються стратегічні орієнтири розвитку менеджменту та маркетингу в індустрії гостинності, висвітлюються тенденції та тренди розвитку національного та міжнародного туристичного ринку в контексті сталого розвитку України, а також проаналізовано сучасні інноваційні технології в сфері ресторанного господарства.

Розраховано на науковців, викладачів, аспірантів, провідних фахівців сфери гостинності та туризму.

**Редакційна колегія:**

Голова редакційної колегії – **Гирич Сергій**, канд. техн. наук, доцент.

Відповідальний секретар – **Чорна Наталія**, д-р істор. наук, професор.

**Члени редакційної колегії:**

**Кізюн Алла**, канд. географ. наук, доцент;

**Мазуркевич Ірина**, канд. екон. наук;

**Постова Валентина**, канд. екон. наук;

**Онищук Наталя**, канд. екон. наук, доцент;

**Семко Тетяна**, канд. техн. наук, доцент;

**Бондар Сусанна**, начальник відділу наукової роботи та міжнародної співпраці.

Відповідальність за достовірність даних, статистичної інформації, власних імен, цитат та інших відомостей, наданих у рукописах, несуть автори публікацій.

<b>Гуща Олексій</b> здобувач ОС «магістр», 242 «Туризм» Національний університет водного господарства та природокористування	
<b>ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ У РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ.....</b>	<b>123</b>
<b>Крижак Лілія</b> кандидат технічних наук, доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ	
<b>ВЛАСТИВОСТІ СТРУКТУРОУТВОРЕННЯ РІДКИХ КИСЛОМОЛОЧНИХ НАПОЇВ.....</b>	<b>130</b>
<b>Пахомська Олена</b> асистент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ	
<b>СУЧАСНІ ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В РЕСТОРАННІЙ СФЕРІ УКРАЇНИ.....</b>	<b>136</b>
<b>Постова Валентина</b> кандидат економічних наук, доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ	
<b>ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ ВПРОВАДЖЕННЯ АВТОМАТИЗОВАНИХ СИСТЕМ УПРАВЛІННЯ В ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ.....</b>	<b>144</b>
<b>Семко Тетяна</b> кандидат технічних наук, доцент, доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ	
<b>КУЛЬТУРА ХАРЧОВОЇ ЯКОСТІ ТА БЕЗПЕКИ.....</b>	<b>153</b>
<b>Фіалковська Лариса</b> кандидат технічних наук, доцент, доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ	
<b>РОЗРОБКА ТЕХНОЛОГІЇ ВІТАМІНІЗОВАНОГО МОЛОКА.....</b>	<b>162</b>

3. Крижак Л. *Clitoria ternatea* — джерело функціонального компоненту для збагачення йогуртів. *Вісник Хмельницького національного університету. Серія: технічні науки*. Хмельницький, 2022. № 2(307) С. 182-187.

4. Ладика В. І., Шильман Л. З., Перцевой Ф. В. Сучасні методи дослідження сировини та харчових продуктів. URL: [https://repo.btu.kharkov.ua/bitstream/123456789/4114/1/modern%20methods\\_181.pdf](https://repo.btu.kharkov.ua/bitstream/123456789/4114/1/modern%20methods_181.pdf) (дата звернення 20.09.2023).

5. Гладкий Ф. Ф. Сенсорний аналіз харчових продуктів : навч. посіб. Нац. тех. ун-т «Харків. Політехн. Ін-т». Харків : Технологічний центр. 2018. 131 с.

**УДК 005.342:640.43(477)(045)**

**Пахомська Олена, асистент**

ORCID <https://orcid.org/0000-0002-0915-8811>

Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ

## **СУЧАСНІ ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЙ В РЕСТОРАННІЙ СФЕРІ УКРАЇНИ**

*У статті досліджено сутність інноваційних технологій у сфері ресторанної сфери. Доведено, що найважливішими інноваційними технологіями є інформаційно-комп'ютерні технології, які дозволяють значно спростити та оптимізувати низку специфічних для цього бізнесу процесів. Проаналізовано переваги від застосування інноваційних технологій у ресторанній сфері.*

**Ключові слова:** *інновації, ресторанна сфера, IT-технології, розвиток.*

**Постановка проблеми.** На сучасному етапі розвитку економіки України в умовах цифровізації її галузей основним засобом зростання і розвитку суб'єктів господарювання у довгостроковій перспективі стають досягнення науково-технічного прогресу та інновації. Від розвитку підприємств сфери послуг залежить якість життя суспільства, економічне зростання та позиція України на світовому ринку послуг. Успішний розвиток підприємств сфери послуг уможлиблюється винятково за умов впровадження інноваційної моделі розвитку, що передбачає пошук інноваційних методів і технологій управління, здатних пришвидшити адаптацію цих підприємств до новітніх досягнень науки [1, с. 6].

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Окремі аспекти інноваційного розвитку сфери ресторанного господарства та оцінювання ефективності інноваційної політики підприємств цього виду діяльності висвітлювалися у працях Г. П'ятницької, О. Григоренко. та інших вчених.

**Мета статті.** Дослідження інноваційних технологій в ресторанній сфері України, а також дослідити основні переваги від впровадження інноваційних технологій у сфері ресторанного бізнесу.

**Виклад основного матеріалу.** Інновації є основним засобом забезпечення конкурентоспроможності послуг та забезпечення стійкості успіху ресторанного підприємства на ринку. В силу цього управління інноваційною діяльністю є складовою частиною та одним з основних напрямків стратегічного управління підприємством.

Астрійський економіст Й. Шумпетер виділив п'ять типових змін у ресторанному господарстві:

- використання нової сировини;
- впровадження продукції з новими властивостями;
- зміни в організації виробництва;
- зміни в організації матеріально-технічного забезпечення виробництва;
- поява нових ринків збуту.

Й. Шумпетер виділяє три фази інноваційної діяльності:

- Створення винаходу, тобто відкриття чогось нового.
- Комерціалізація цієї новинки, тобто виведення її на ринок.
- Наслідування новатора (винахідника) іншими, що позначає розповсюдження та поширення (дифузії) інновації.

Інноваційний продукт є результатом виконання інноваційного проєкту і науково-дослідною і (або) дослідно-конструкторською розробкою нової технології (в тому числі – інформаційної) чи продукції з виготовленням експериментального зразка чи дослідної партії і відповідає таким вимогам:

– інноваційний продукт є реалізацією (впровадженням) об'єкта інтелектуальної власності (винаходу, корисної моделі, промислового зразка, топографії інтегральної мікросхеми, селекційного досягнення тощо), на які виробник продукту має державні охоронні документи (патенти, свідоцтва) чи одержані від власників цих об'єктів інтелектуальної власності ліцензії, або реалізацією (впровадженням) відкриттів. При цьому використаний об'єкт інтелектуальної власності має бути визначальним для цього продукту;

– розробка продукту підвищує вітчизняний науково-технічний і технологічний рівень;

– в Україні цей продукт вироблено (буде вироблено) вперше, або якщо не вперше, то порівняно з іншим аналогічним продуктом, представленим на ринку, він є конкурентоздатним і має суттєво вищі техніко-економічні показники.

Інноваційною може бути визнана продукція, яка відповідає таким вимогам: є результатом виконання інноваційного проєкту. Продукція виробляється (буде вироблена) в Україні вперше, або якщо не вперше, то порівняно з іншою аналогічною продукцією, представленою на ринку, вона є конкурентоздатною і має суттєво вищі техніко-економічні показники [2, с. 28].

Стратегічне управління інноваційною діяльністю. Націлене на прогнозування глобальних змін в економічній ситуації та пошук і реалізацію масштабних інноваційних проєктів, які сприятимуть успіхові підприємства і забезпечуватимуть його ефективне функціонування і розвиток у тривалій перспективі. Для реалізації цих завдань необхідно:

- розробляти плани і програми інноваційної діяльності;
- здійснювати обґрунтування проєктів створення нових продуктів;
- розробляти ефективні організаційні форми управління реалізацією інноваційних проєктів;
- керувати ресурсним забезпеченням інноваційних програм та проєктів.

Планування інноваційної діяльності підприємства в межах загальної стратегії охоплює такі етапи:

- аналіз зовнішнього середовища і прогнозування його розвитку;
- аналіз внутрішнього середовища підприємства;
- визначення загальної стратегії підприємства;
- визначення інноваційних можливостей підприємства;
- формування стратегічних інноваційних цілей;
- розроблення концепції інноваційної стратегії;
- формування планів і програм інноваційної діяльності;
- розроблення і реалізація інноваційних проєктів.

Оперативне управління інноваційною діяльністю полягає у:

- складанні календарних планів-графіків виконання робіт і контролюванні їх виконання;
- вивченні економічних, організаційно-управлінських, соціально-психологічних факторів, що впливають на здатність фірми здійснювати інноваційну діяльність;
- розробленні ефективних форм організації інноваційної діяльності [3, с. 188].

Основні критерії, що дозволяють віднести харчовий продукт до групи інноваційних продуктів харчування:

- тип харчування: здорове, лікувальний, профілактичний, дієтичне харчування;
- основне призначення: запобігання розвитку аліментарних захворювань; забезпечення збалансованого, повноцінного, здорового харчування;
- основна функція: підтримка оптимального співвідношення макро- і мікронутрієнтів в організмі людини, що носять зміцнюючий, тонізуючий характер;
- повна відповідність фізико-хімічним, мікробіологічним та показникам безпеки та вимогам нормативно-технічної документації;

– застосування екологічно чистої продовольчої сировини і упаковки.

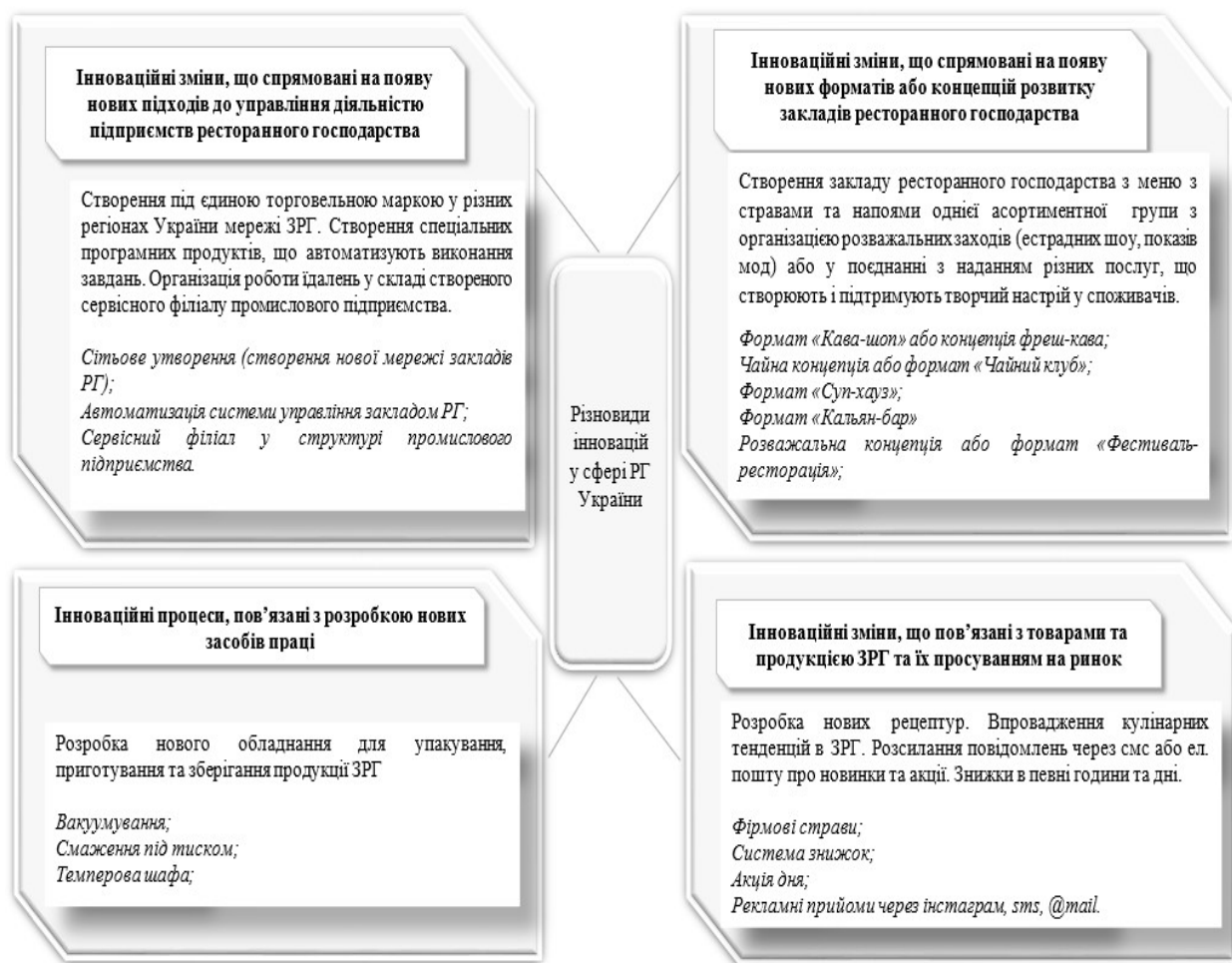


Рисунок 1 – Найбільш поширені інновацій у ресторанній сфері

**Раціональність:** відповідність внесених нутрієнтів (зниження або підвищення їх вмісту) фізіологічним нормам і потребам певних категорій населення з урахуванням фізичної активності, раціону харчування і способу життя [4, с. 135].

Види інновацій, які зараз широко використовуються у ресторанному бізнесі:

– Використання можливостей Інтернету. Сьогодні кожен бажаючий може забронювати столик в Інтернеті. В online-замовленні вказують усі деталі (час, кількість персон, передзамовлення тощо), а також залишають свої контакти.

– Наявність Wi-Fi. Цей критерій для сучасної молоді є одним із найголовніших при виборі закладу харчування або відпочинку. З вільним доступом до Інтернету під час очікування замовлення можна переглянути



новини, поспілкуватися з друзями у соціальних мережах, послухати музику тощо.

– QR-коди і наявність електронного меню. QR-код – це двовимірний штрих-код, з якого телефон зчитує інформацію. Це вдалий маркетинговий хід, завдяки якому привертають увагу відвідувачів. Зайшовши на сайт закладу, потенційні клієнти можуть переглянути on-line-меню, де вказані всі позиції, що є в наявності в ресторані чи кафе. Це зручний спосіб, що спрощує процес вибору і замовлення страв безпосередньо на місці або через доставку.

– Меню на вітринах та при вході в ресторан. Вільний доступ до меню полегшує роботу персоналу у закладах харчування. Відвідувачі мають змогу самостійно ознайомитися з переліком страв і не відволікати офіціантів від роботи.

– Аудіо-візуальні дисплеї. Дисплеї, вбудовані у стіни, шафи, столи, стали не лише оригінальним способом привернення уваги клієнтів, але й вдалим дизайнерським рішенням. Технологічно оновлений інтер'єр гарантує зацікавленість відвідувачів. Дисплеї можуть транслювати музичні кліпи, новини, а також використовуватися як екрани для доступу до Інтернету.

Також однією з основних ІТ-інновацій для ресторанного бізнесу є впровадження комплексу web- і телекомунікаційних рішень для взаємодій зі споживачами. В результаті все частіше з'являються послуги доставки додому замовлень, зроблених за телефоном та через Інтернет [5, с. 256].

Окрім технологічних і технічних нововведень дуже важливими і перспективними є організаційні та продуктові новинки:

– Креативна подача страв. Для того, щоб дивувати клієнтів кухарі вигадують нові способи оформлення замовлень. Зараз набирає поширення оформлення страв з імітацією під текстури (камінь, трава, мотузки тощо).

– Оригінальна концепція закладу. Сьогодні заклади намагаються привертати увагу клієнтів сучасними та креативними концепціями оформлення. Це стосується не лише кухні, але й дизайну, і тематики. Модною тенденцією є концепція «open kitchen», коли відвідувачі мають змогу спостерігати за

процесами, які відбуваються на кухні. Попитом користуються тематичні ресторації та кафе зі специфічним дизайном та нетрадиційними підходами до обслуговування.

– Акцент на еко-продукцію. Стала популярною тенденція закупки продукції для ресторацій та кафе з фермерських угідь, у людей, які самостійно займаються вирощуванням овочів, фруктів, доглядом за тваринами, рибальством. Більшість рестораторів роблять спробу повністю перейти на еко-продукцію, яка коштує дорожче, але має вищу якість.

Таблиця 1 – Переваги від застосування інноваційних технологій у сфері ресторанного бізнесу

Інновації	Майбутні зміни ресторанного бізнесу		
	Очікувані позитивні зміни	Галузеві обмеження і ризику	Можливі складності
Інформація внутрішніх сервісів Автоматизація системи розрахунків зі споживачами Автоматизація системи постачання сировиною та матеріалами Впровадження інтегрованих систем	Підвищення гнучкості в роботі зі споживачами, можливість індивідуалізації обслуговування. Збільшення можливостей із залучення споживачів, розширення реклами; співпраці з провідними банками, спільні програми з підвищення лояльності споживачів (знижки, бонуси, спеціальні пропозиції і т.д.), формування постійної клієнтської бази. Підвищення якості постачання, рішення проблеми псування сировини, підтримка ексклюзивного меню.	Збільшення клієнтської бази (створення on-line, web-сервісів) призводить до супутнього зростання транзакційних витрат з обслуговування віддалених споживачів (проблема доставки) Недостатньо висока технологічна і споживча культура населення Ненасиченість попиту на послуги підприємств ресторанного господарства і дозвілля	Інновації, які впроваджуються можуть виявитися надлишковими витратами через випередження існуючої технологічної культури населення, культури споживання і дозвілля Збільшення центрів витрат без супутнього зростання центрів прибутку, випереджаюче зростання витрат на обслуговування «віддаленої» клієнтської бази

**Висновки і перспективи подальших досліджень.** Отже, інноваційні процеси нині набувають все більшої значущості, при цьому їх основні завдання спрямовані на досягнення підприємствами конкурентних переваг і максимальне задоволення попиту споживачів у високоякісній продукції та послугах.

Застосування інноваційних підходів в організації ресторанної сфери допомагає ефективно вдовольняти їх вимоги і втілювати очікування в сервісі, а також збільшувати чисельність відвідувачів. Перспективи подальших досліджень спричиняють розвиток технологій для ресторанного бізнесу, який здатний досягати великих висот, а використання інноваційних розробок, їх втілення в сучасному ресторані - це ще один крок у створення ідеальної кухні, підвищення іміджу, попиту, лояльності споживачів послуг сфери ресторанного бізнесу. В подальшому перспективними можуть бути вивчення сучасного закордонного досвіду і розробка механізму впровадження в діяльність закладів нових інноваційних технологій господарювання. Вважаємо, що це дозволить закладам ресторанного господарства ефективно реалізовувати послуги та бути конкурентоздатними у жорстких ринкових умовах господарювання.

#### **Список використаних джерел:**

1. Соколенко А. С. Інноваційні ресторани технології : конспект лекцій для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти всіх форм навчання зі спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа»; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2022. 151 с.
2. Копитко М. І. Управління інноваціями: навчальний посібник для самостійного вивчення дисципліни у схемах і таблицях. Львів: ЛьвДУВС, 2019. 292 с.
3. Болдирєва Л. М. Маркетингове управління споживачами послуг ресторанного господарства. *Інноваційна економіка*. 2019. № 7 (33). С. 187-190.
4. Йохна М.А., Стадник В.В. Економіка і організація інноваційної діяльності: навчальний посібник. Київ: Видавничий центр «Академія», 2019. 400 с.
5. Карсекін В.І., Воробйова Н.П. Управління рекламною діяльністю на підприємствах ресторанного господарства : монографія. Київ : КНЕУ, 2019. 351 с.

**УДК 338.48:330.341.1**