

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-30-17>

УДК 338.488.2:640.43]:005.591.6

ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

INNOVATIVE TECHNOLOGIES IN RESTAURANT BUSINESS

Поворознюк Інна Миколаївна

кандидат економічних наук, доцент,
Уманський державний педагогічний університет
імені Павла Тичини

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2575-5114>

Povorozniuk Inna

Pavlo Tychyna Uman State Pedagogical University

У статті приділено увагу інноваційним технологіям використовуваним у сфері ресторанного бізнесу. Важливою умовою їх реалізації є вміння підприємців адаптуватися до нових умов сформованої економіки. Розкриваються проблеми розвитку підприємств ресторанного бізнесу, які полягають у тому, що керівники не хочуть зрозуміти необхідність інноваційного оновлення, так як існує нерозуміння ролі інформації, як базового ресурсу управління підприємством. Обґрунтовано, що інноваційні технології, дозволять рестораторам домогтися певних переваг перед конкурентами. Щоб успішно працювати в сфері громадського харчування, професіоналам необхідно вміти швидко реагувати на змінну ситуацію на ринку і приймати оптимальні рішення, що базуються на стратегії управління, яка передбачає постійне впровадження інновацій.

Ключові слова: ресторанний бізнес, громадське харчування, інновації, інноваційні технології, пандемія, криза.

В статье уделено внимание инновационным технологиям используемым в сфере ресторанного бизнеса. Важным условием их реализации является умение предпринимателей адаптироваться к новым условиям сложившейся экономики. Те, кто проявят гибкость и способность внедрение новых технологий с легкостью этот период могут пройти. Раскрываются проблемы развития предприятий ресторанного бизнеса. Для многих предприятий остается проблемой руководителей понять необходимость инновационного обновления, так как существует непонимание роли информации как базового ресурса управления предприятием. Обосновано, что инновационные технологии позволят рестораторам добиться определенных преимуществ перед конкурентами. Чтобы успешно работать в сфере общественного питания, профессионалам необходимо уметь быстро реагировать на меняющуюся ситуацию на рынке и принимать оптимальные решения, основанные на стратегии управления, которая предусматривает постоянное внедрение инноваций.

Ключевые слова: ресторанный бизнес, общественное питание, инновации, инновационные технологии, пандемия, кризис.

The article focuses on innovative technologies used in the restaurant business. An essential condition for their implementation should be the ability of entrepreneurs to adapt to the new requirements of the economy. Those who show flexibility and ability to implement new technologies, principles of work, and customer service will be able to easily this period of minutes. By investing in innovative technologies, restaurateurs achieve certain advantages over competitors, which will positively impact the work of their establishments in the future. The article reveals the problems of development of the restaurant business because the restaurant business is very different from the production or other type of business, because of which restaurateurs face regular difficulties. Moreover, for many companies, the inability of managers to understand the need and achieve innovative renewal remains a problem, as there is a misunderstanding of the role of information as a fundamental resource for enterprise management. Enterprises with established innovation processes and developed infrastructure are analyzed. The current situation of their work has only accelerated the launch of "pilots" aimed at sustainability, transparency, and operational efficiency. It is proved that the mechanism of introduction of innovative management at all levels of the food industry is determined by intellectual, organizational, technical, production non-governmental, marketing and financial levers, and structured by technical, organizational-technological, interactive, software-complex factors. One of the unique, innovative concepts in the context of the coronavirus pandemic, which has a rapid tendency to develop, should be "automated maintenance". We should not forget that in the restaurant business, innovations have some features and depend on many factors, namely: the cost of the product, public health, purchasing power of the population, demography, level, and quality of life, attitude to a healthy lifestyle. To successfully work in catering, professionals need to be able to quickly respond to the constantly changing situation in the market and make optimal decisions based

on management strategy, which involves the constant introduction of innovations. One of the unique, innovative concepts in the context of the coronavirus pandemic, which has a rapid tendency to develop, should be "automated maintenance". We should not forget that innovations have some features in the restaurant business and depend on many factors: the cost of the product, public health, purchasing power of the population, demography, level, and quality of life, attitude to a healthy lifestyle. Therefore, to successfully work in catering, professionals need to quickly respond to the constantly changing situation in the market and make optimal decisions based on management strategy, which involves the constant introduction of innovations.

Keywords: restaurant business, catering, innovation, innovative technologies, pandemic, crisis.

Постановка проблеми. Пандемія коронавірусу завдала серйозної шкоди розвитку ресторанному бізнесу. За даними аналітичного центру «Ресторани України», протягом «карантинного» 2020-го року, кількість ресторанів та кафе в Україні зменшилась майже на 4 тисячі закладів.

На початок 2021 року працювало 14,7 тисячі ресторанів, кафе та барів, у порівнянні з початком 2020 року, коли в Україні працювало 18,6 тисячі закладів. Відповідно об'єм ресторанного ринку скоротився за 2020 рік майже на 30% і склав за 2020 рік 14,1 мільярда гривень.

За 2020 рік ресторанний ринок втратив майже 6 мільярдів гривень [2]. При цьому варто звернути увагу на те, що розширення та закриття ресторанного бізнесу в Україні відбувалося і відбувається методом спроб та помилок, а наукові методи організації і управління в цій сфері були задіяні мало. У зв'язку з цим у виграші залишаються підприємці, які розуміють, що джерелом довгострокового економічного зростання є наукові розробки та ті підприємства, які створюють і впроваджують стратегію управління, засновану на різноманітні інноваційних підходів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням розвитку інноваційних технологій у ресторанному господарстві присвячено значну кількість праць. Так Й. Шумпетер, зазначав, що інновації в діяльності підприємств спрямовані на отримання нових знань і продуктів, на відкриття нових закономірностей, явищ і властивостей матеріального світу. Результатом інноваційної діяльності в усіх сферах соціуму виступає поява нових технологій, нового продукту, нових матеріалів, нових методів організації та управління виробництвом, що дає економічний, соціальний, екологічний або інший ефект (J.A. Schumpeter, 1883–1950 pp.).

Інновація розглядалася як засіб подолання економічних криз. Й. Шумпетер розмежував економічне зростання та економічний розвиток: «Поставте в ряд стільки поштових карет, скільки забажаєте – залізниці у Вас при цьому не вийде» [8]. Економічне зростання харак-

теризується збільшенням виробництва і споживання одних і тих самих товарів та послуг (зокрема, поштових карет) з плином часу, а економічний розвиток – поява нового, невідомого раніше (Залізниць). Шумпетер вважає інновацію створенням нового товару, з яким споживачі ще не знайомі; нового методу виробництва, ще не випробуваного в даній галузі промисловості.

На думку колективу вчених, інновації в ресторанному бізнесі мають бути не менш прогресивними, ніж в інших сферах господарювання людини, а також бути спрямованими на вирішення наявних проблем. Крім того, вони мають допомагати споживачу розкрити нові можливості, створити комфортні умови обслуговування, що можуть не тільки стати візитною карткою підприємства ресторанного бізнесу, виокремити його серед інших закладів харчування, але й задати новий вектор розвитку [3, с. 95].

Як зазначає Сокирник І.В., для успішного формування та реалізації стратегії закладу ресторанного бізнесу є створення якісно нових конкурентних переваг на основі цифрових технологій, розвиток багатовекторного та динамічного співробітництва з підприємствами комплементарних галузей, урядовими структурами та місцевим співтовариством, пошук та впровадження інновацій у всі складові бізнес-процесів [6].

Ощипок І.М. у своїй праці зауважив, що процес формування високих технологій за допомогою перетворення інновацій і можливостей цифровізації в ключовий фактор d-господарювання є невід'ємним базисом ефективного розвитку і зростання. Це створює передумови для вдосконалення стандартних принципів проведення прибуткового моніторингу рівня використання модернізаційного потенціалу, а також обліку упорядкування характеристик вкрай неоднорідних суб'єктів [5].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Оскільки харчування завжди залишається одним з обов'язкових атрибутів людського життя, то харчова індустрія є однією з найбільш рентабельних,

в разі правильної організації бізнесу. З кожним роком кількість закладів, особливо це стосується фастфуда, зростає, але люди готові платити більше за якісне обслуговування і смачну їжу. Ресторани повинні орієнтуватися на свою аудиторію, а їх власники повинні робити все можливе, щоб розширити число клієнтів і убезпечити свій бізнес від ризиків та збитку.

Важливою умовою їх реалізації повинно стати вміння підприємців адаптуватися до нових умов, що склалися на даному етапі господарювання та вміти вчасно і ефективно впроваджувати різні види інновацій (технологічні, виробничі, логістичні, економічні, соціальні, інформаційні) та вміло пов'язувати їх в управлінській діяльності.

Для багатьох підприємств залишається проблемою нездатність керівників зрозуміти необхідність та домогтися інноваційного оновлення, так як існує нерозуміння ролі інформації, як базового ресурсу управління підприємством. Тому, що інноваційні технології сьогодні, як ніколи раніше, стають цінним ресурсом для підприємств ресторанного бізнесу.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є узагальнення і систематизація основних напрямів інноваційного розвитку підприємств ресторанного господарства та їх використання на сучасному етапі господарювання.

Виклад основного матеріалу дослідження. Система послуг громадського харчування в Україні завжди змінювалася залежно від впливу різних зовнішніх та внутрішніх чинників. На сьогодні підприємства громадського харчування перебувають у досить складній ситуації. Загроза зараження COVID-19 та карантинні обмеження у всьому світі змінили реалії та діяльність усіх підприємств індустрії гостинності.

За даними Міжнародного валютного фонду світова економіка переживає найсильніший спад з часів Великої депресії, і вперше з тих часів негативні темпи зростання прогноуються як в країнах з розвинутою економікою – 6,1%, так і в країнах, що розвиваються –1% і –2,2%, якщо виключити Китай. У більш ніж 170 країнах світу очікується скорочення доходів на душу населення [1].

Найбільше від наслідків COVID-19 постраждала нафтогазова галузь, авіакомпанії, туристичний сектор, промислове виробництво, будівництво та нерухомість, банки, роздрібна торгівля, ресторанный і готельний бізнес.

Поточна ситуація впливає на формування нових партнернів купівельної поведінки, які

з великою ймовірністю збережуться і після закінчення кризи.

Для багатьох підприємств це означає перегляд досвіду роботи з клієнтами, а також оцінку використання цифрових каналів для підтримки і підвищення задоволеності клієнтів.

Здатність переналаштувати канали взаємодії з кінцевими користувачами і клієнтами є необхідною умовою для збереження поточного доходу, драйвером для залучення нових клієнтів та відповідно, гарантом стабільності функціонування підприємств.

Знаходження нових каналів взаємодії з клієнтами в поточних умовах є необхідним для банків і страхових компаній, компаній роздрібною торгівлі, готельного та ресторанного бізнесу, а також індустрії туризму.

Важливо зрозуміти, що в ситуації, що склалася всі існуючі проблеми, з якими пов'язані труднощі при впровадженні інновацій – бюджети, процеси, відсутність талантів – тільки загострилися і стали по-справжньому вузькою ланкою інноваційних процесів підприємств.

Корпоративні інноватори стикаються із заморожуванням усіх нових проєктів. Однак, для корпорацій із сформованими інноваційними процесами та інфраструктурою, поточна ситуація тільки прискорила запуск «пілотів», спрямованих на стійкість, прозорість і операційну ефективність.

COVID-19 вже продемонстрував світові здатність людей об'єднуватися навколо єдиної мети – перемогти хворобу і знизити негативний ефект. Те ж саме відбувається і в корпораціях: коли співробітники бачать, що цифрова трансформація, інноваційна діяльність дозволяє їм швидко адаптуватися до сформованих ситуацій, залишатися на плаву і продовжувати успішно вести бізнес, це підвищує їх залученість до інноваційних процесів.

Технології стають основним драйвером функціонування та адаптації для компаній в поточній ситуації. Спектр рішень, які активно розвиваються в ситуації, що склалася, дуже широкий, але можна виділити наступні п'ять ключових напрямків:

- автономні речі (autonomous things);
- ідентифікація і відслідковування (identification and traction);
- автоматизація (automation);
- онлайн-залучення і розваги (online engagement and entertainment);
- кібербезпека (cybersecurity).

Створення та впровадження найбільш актуальних рішень дозволяють компаніям функціонувати не просто в нормальному

режимі, а часто із підвищенням рівня ефективності та продуктивності.

Підвищена увага до санітарних стандартів та потреба в безконтактному обслуговуванні, що з'явилися в зв'язку з пандемією, помножені на брак лінійного персоналу, підігрують інтерес рестораторів до автоматизації в різних її видах.

Індустрія гостинності традиційно не відноситься до того, що прийнято називати *knowledge intensive industry*, тобто, галуззю з інтенсивним використанням знань. Технологічні інновації для неї є скоріше допоміжним інструментом у досягненні стратегічних цілей і забезпеченні конкурентоспроможності. Незважаючи на це, останнім часом глобальний інтерес галузі до нових цифрових технологій значно зріс.

Представники індустрії гостинності розглядають нові технології та інноваційні рішення в сфері ІТ як значимий фактор конкурентоспроможності.

Згідно з дослідженнями Національної асоціації рестораторів США, близько 80% рестораторів вважають, що нові технології здатні забезпечити зростання продажів, підвищити операційну ефективність і є конкурентною перевагою [4].

Однак визнання на словах ролі сучасних ІКТ не є відповіддю на питання про те, які саме технології і в яких саме бізнес-процесах забезпечують найбільший приріст ефективності. Дослідження NRA показує ступінь поширеності окремих технологій в ресторанній індустрії США [4]:

- технології електронної обробки заказів використовують 81% компаній;
- безкоштовний Wi-Fi для клієнтів – 68%;
- прийом заказів онлайн – 37%;
- прийом мобільних платежів – 32%.
- власне мобільний додаток – 33%.

На сучасному етапі господарювання підприємства ресторанного бізнесу використовують інновації:

1. Технічні, пов'язані з впровадженням нових видів техніки, пристосування, інструментів, а також техніко-технологічних прийомів праці в обслуговуванні.

Тренд на впровадження комп'ютерної техніки, поширення інформаційно-технологічних нововведень сприяє полегшенню роботи з клієнтами і удосконалення процесу сервісного виробництва.

2. Організаційно-технологічні, пов'язані з більш ефективними видами послуг та організаційними нормами праці. Підвищуючи якість

обслуговування, ресторани підвищують число постійних гостей і отримують більше прибутку. Дослідження показали, що якщо хоч на 5 % збільшиться чисельність постійних клієнтів, то ріст прибутку складе 28%. Прикладом ефективних форм обслуговування можна назвати ресторан «Yo! Sushi», де не приходиться чекати офіціанта: свіжі суші та ролли пропливають крізь столики на конвеєрі. Вставати не треба, а гості беруть тільки сподобавші страви.

3. Використання техніки інтерактивного менеджменту управлінськими компаніями.

4. Комплексні програми, що охоплюють одночасно різні аспекти сервісної діяльності. Сьогодні відвідувач приходить у ресторан не тільки і навіть не стільки за їжею, скільки за враженнями. І платити він теж готовий за враження та відчуття. Все, що дають йому ці враження: нові форми обслуговування, незвичайна подача, неповторний асортимент, перестрає бути для нього виконавчими послугами.

Так, у Великобританії необхідність забезпечити мінімальний контакт між співробітниками і гостями різко зросла (причина COVID-19), безконтактні рішення для розміщення та оплати замовлень з'явилися у більшості підприємств практично за одну ніч. Це дозволило експертам заявити, що Фудсервіс у Великобританії зробив стрибок на п'ять років вперед всього за кілька тижнів. Розглянемо деяких з них, які опинилися в авангарді.

Почнемо з Грейт-Портленд-стріт в Лондоні, де 4 вересня 2020 р процвітаюча fast casual мережа Iitsu відкрила свій «ресторан майбутнього». Це концептуальний заклад, розроблений під час локдауна в обстановці секретності, використовує новітні роботизовані технології, щоб скоротити час приготування їжі, кількість відходів і точок контакту між людьми.

Згідно «Книзі рекордів Гіннеса», найшвидший суші-майстер у світі поставив рекорд, зробивши 12 порцій ролів за дві хвилини. На кухні Iitsu на Грейт-Портленд-стріт новітні японські роботи з виробництва виробляють 4800 штук за годину кожен. Незважаючи на те що через пандемію активність у центрі Лондона помітно знизилася, нова точка обробляє близько 350 замовлень за день.

Технології активно працюють не тільки в зоні кухні. Щоб скоротити кількість точок контакту з клієнтами, в закладі немає стійки з холодильниками – її замінила єдина точка видачі замовлень, звідки можна забрати гарячі і холодні страви. Розмістити замовлення і оплатити його карткою можна через термінали: весь процес займає 40 секунд.

Багато підприємств вирішили автоматизувати обслуговування відвідувачів і операційні потоки, при цьому скоротивши витрати на персонал і кількість відходів.

У мережі впровадили єдину технологічну екосистему, яка працює з усіма каналами продажів, включаючи партнерів зі служби доставки. Технологія, надана Vita Mojo, включає мобільну систему розміщення і оплати замовлень для тих, хто їсть за столиком, а також систему «кликни і забери» та термінали самообслуговування для тих, хто хоче забрати замовлення із собою.

Єдина система управління кухнею і виробництвом агрегує всі ці замовлення, а також замовлення через Deliveroo на одному екрані. Ці системи також інтегровані з Yumplingo – системою «клієнтських почуттів», яка відстежує відгуки на конкретні страви, а також Fourth, яка управляє запасами і звітами. Конвеєрні стрічки також були оновлені. Тепер замовлення виставляють на стрічку по одному і відправляють до конкретного столика.

Цифрова трансформація мережі виявилася вкрай успішною. На додаток до очевидної економії на зарплатах кількість відходів зменшилася на 10%. 100% замовлень в YO! тепер розміщують в цифровому середовищі, і 95% з них приносять докладні дані про клієнтів.

У Франції власники паризької піцерії Pazzi кажуть, що їх заклад – перший в світі автономний ресторан. Там працює робот, який за 5 хвилин повністю готує страву. У автомата є руки, печі, холодильники і посудомийна машина. Він може виробляти 80 піц на годину, а коли закінчуються продукти (приблизно після 300 піц), він сам дозамовляє їх. Піцаробот також миє себе і кладе використані ним інструменти в посудомийку. Він може передбачати можливі проблеми в системі і направляти інженерам компанії запит на профілактичну перевірку.

Рестораном управляє всього один співробітник: він вітає гостей і при необхідності перезавантажує автомат. Все інше гості можуть зробити самостійно: замовити піцу через додаток Pazzi або ресторани термінали, оплатити замовлення, забрати коробку з піцою, коли та буде готова, з'їсти піцу в ресторані або взяти на винос. Доставка, звичайно, теж є.

Ресторанні тренди міняються швидко, особливо це пов'язано з введенням карантинних заходів у різних країнах. Якщо раніше доставка з ресторану була не дуже актуальна, то зараз більшість виручки припадає саме на замовлення доставки із собою.

Згідно з останніми дослідженнями Research And Markets, обсяг світового ринку доставки громадського харчування онлайн у 2018 році склав \$ 84,6 млрд. За прогнозами аналітиків, активне зростання продовжиться і в майбутньому – в середньому на 9,8% – до 2026 року. У Росії і Україні сегмент доставки також показує активне зростання: за останні 5 років ринок виріс на 35% [7].

Процес впровадження інноваційних технологій на підприємствах ресторанного бізнесу відбувається вертикально зверху вниз. При його успішності в цю вертикаль починають інтегруватися і споживачі. Так воно набуває можливість розширюватися: успіх дозволяє збільшити об'єм продажів, розширити число клієнтів і одночасно викликає бажання у конкурентів повторити успіх.

Механізм впровадження інноваційного управління на всіх рівнях індустрії харчування визначають інтелектуальні, організаційні, технічні, виробничі недержавні, маркетингові та фінансові важелі, а структурують технічні, організаційно-технологічні, інтерактивні, програмно-комплексні чинники.

До інноваційних процесів безпосередньо причетний весь персонал ресторанного підприємства.

Адже, нові ідеї, вдосконалені ресторани продукти і послуги, оновлення технологічних процесів, нестандартні форми організації і управління ресторанним бізнесом змінюють імідж ресторанного підприємства, відкривають йому широкий шлях інноваційного розвитку.

Розвиток ресторанного бізнесу в Україні здійснюється в умовах набору певних складнощів, наприклад: плінність кадрів; недолік професіоналів і небажання роботодавців вкладати гроші в навчання тих, хто працює; технічна невідповідність багатьох приміщень вимогам, які слід дотримуватися при розміщенні підприємств громадського харчування; необхідність отримання величезної кількості погоджень та дозвільної документації при відкритті підприємства; залежність від інфляції і кон'юнктури ринку, економічних та політичних криз.

Щоб успішно працювати в сфері громадського харчування, професіоналам необхідно вміти швидко реагувати на постійно змінну ситуацію на ринку і приймати оптимальні рішення, що базуються на стратегії управління, яка передбачає постійне впровадження інновацій. І це на підприємствах ресторанного господарства є об'єктивною потребою, зумовленою постійним посиленням конкуренції, зміною моди, а також смаків та уподобань споживачів, швидким розвитком технологій.

У ресторанному бізнесі інновації мають деякі особливості і залежать від багатьох факторів, а саме: вартості продукту, здоров'я населення, купівельної платоспроможності населення, демографії, рівня та якості життя, ставлення до здорового способу життя. Це важливо враховувати при розробці стратегії організації в напрямку розвитку інновацій.

Висновки. Впровадження інноваційних технологій і управління інноваціями безумовно сприяє ефективності діяльності організації і забезпечує її конкурентоспроможність та стійкість на ринку послуг ресторанного господарства. Тому, управління інноваційною діяльністю повинно перейти в розряд провідних елементів стратегічного управління підприємствами ресторанного господарства. Воно повинно реалізовуватися через розробку планів та програм, а також шляхом забезпечення інноваційної діяльності необхідними ресурсами, наприклад: кадрами, сировиною і матеріалами, фінансами. У зв'язку з цим актуальною повинна стати позиція держави, спрямована на створення дієвих

механізмів, які забезпечать стимулювання підприємців до інноваційного оновлення.

Однією з унікальних інноваційних концепцій в умовах пандемії коронавірусу, що має стрімкі тенденції до розвитку, повинно стати «автоматизоване обслуговування». Проникнення цифрових технологій і засобів доставки вже набрало обертів. Тепер трансформація, яка, за прогнозами повинна була зайняти роки, відбувається всього за кілька місяців.

Для успішного вирішення завдань інноваційного розвитку ресторанного бізнесу необхідно стежити за новими «віяннями моди» на світових і вітчизняних ринках, приділяючи особливу увагу основним тенденціям розвитку науки і техніки.

Але не слід забувати, що успіх ресторатора в сучасному світі багато в чому залежить від його здатності бути відкритим для інноваційних технологій, перебувати на хвилі свіжих трендів і активно застосовувати їх у своєму бізнесі. Саме це дозволить вигравати у гострій конкурентній боротьбі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Адаптация к новой инновационной реальности: тренды, технологии, перспективы. URL: <https://www.rvc.ru/press-service/media-review/rvk/155754/> (дата звернення: 14.08.2021).
2. Бізнес під час пандемії: з чого почати та як вижити. URL: <https://suspilne.media/139155-biznes-pid-cas-pandemii-z-cogo-pocati-ta-ak-viziti/> (дата звернення: 03.08.2021).
3. Клапчук М.В., Біян В.І., Брухлій Б.В. Інноваційні технології в ресторанному господарстві. *Карпатський край*. 2015. № 1(2). С. 92–99.
4. Mapping the Technology Landscape. National Restaurant Association. URL: <https://www.restaurant.org/research/reports/mapping-restaurant-technology-landscape> (дата звернення: 14.08.2021).
5. Ощипок І.М. Економіка підприємств: фактори ефективного управління та оптимізації діяльності. *Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Економічні науки*. 2020. № 59. С. 83–89. URL: <http://journals-lute.lviv.ua/index.php/visnyk-econom/article/view/830/788> (дата звернення: 15.08.2021).
6. Сокирник І.В. Формування та реалізація стратегій підприємств ресторанного господарства в умовах цифрової трансформації економіки. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2019. № 3. С. 165–171. URL: <http://elar.khnu.km.ua/jspui/bitstream/123456789/8138/1/7.pdf> (дата звернення: 05.08.2021).
7. ТОП-13 трендов в ресторанном бизнесе в 2021. году. URL: <https://joinposter.com/post/restaurant-trends> (дата звернення: 14.08.2021).
8. Шумпетер И.А. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия. Москва : Эксмо, 2007. 864 с.

REFERENCES:

1. Adaptacziya k novoj innovacionnoj realnosti: trendy, tekhnologii, perspektivy [Adaptation to a new innovative reality: trends, technologies, prospects]. Available at: <https://www.rvc.ru/press-service/media-review/rvk/155754/> (accessed 14 August 2021).
2. Biznes pid chas pandemii: z choho pochaty ta yak vyzhyty [Business during a pandemic: where to start and how to survive]. Available at: <https://suspilne.media/139155-biznes-pid-cas-pandemii-z-cogo-pocati-ta-ak-viziti/> (accessed 03 August 2021).
3. Klapchuk M.V., Biian V.I., Brukhlii B.V. (2015) Innovatsiini tekhnolohii v restorannomu hospodarstvi [Innovative technologies in the restaurant industry]. *Karpat'skyi kraj*, no. 1(2), pp. 92–99.

4. Mapping the Technology Landscape. National Restaurant Association [Mapping the Technology Landscape. National Restaurant Association]. Available at: <https://www.restaurant.org/research/reports/mapping-restaurant-technology-landscape> (accessed 14 August 2021).

5. Oshchypok I.M. (2020) *Ekonomika pidpriemstv: faktory efektyvnoho upravlinnia ta optymizatsii diialnosti* [Business economics: factors of effective management and optimization of activity]. *Visnyk Lvivskoho torhovelno-ekonomichnoho universytetu. Ekonomichni nauky*, no. 59, pp. 83–89.

6. Sokyryk I.V. (2019) *Formuvannia ta realizatsiia stratehii pidpriemstv restorannoho hospodarstva v umovakh tsyfrovoy transformatsii ekonomiky* [Formation and implementation of strategies of restaurant enterprises in the conditions of digital transformation of economy]. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu*, no. 3, pp. 165–171.

7. TOP-13 trendov v restorannom byznese v 2021 hodu [TOP-13 trends in the restaurant business in 2021]. Available at: <https://joinposter.com/post/restaurant-trends> (accessed 14 August 2021).

8. Shumpeter I.A. (2007) *Teoriya ekonomicheskogo razvitiya. Kapitalizm, soczializm i demokratiya* [Economic development theory. Capitalism, socialism and democracy]. Moscow: Eksmo, 864 p. (in Russian)