

**Міністерство освіти і науки України
Луцький національний технічний університет
Факультет митної справи, матеріалів та технологій
Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи**

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
ЗА СТУПЕНЕМ ВИЩОЇ ОСВІТИ «БАКАЛАВР»**

**ІННОВАЦІЙНІ НАПРЯМКИ УДОСКОНАЛЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ
ПІДПРИЄМСТВА ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ
(НА ПРИКЛАДІ КАВ'ЯРНІ НАРРУ ВАКЕРУ)**

спеціальність 241 Готельно-ресторанна справа
освітня програма «Готельно-ресторанна справа»

Виконав: здобувач вищої освіти
групи ГРС-41
Бондарчук Дмитро Русланович

Керівник:
к.г.н., доцент
Лепкий Михайло Іванович

Кваліфікаційну роботу
допущено до захисту
«__» _____ 2023 р.
к.г.н., доцент
Гарант освітньої програми:
Громик Оксана Миколаївна

Луцьк – 2023 року

ЛУЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет митної справи, матеріалів та технологій
Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи
Ступінь вищої освіти: бакалавр
Галузь знань: 24 Сфера обслуговування
Спеціальність: 241 Готельно-ресторанна справа
Освітня програма: Готельно-ресторанна справа

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

_____ Л.Ю. Матвійчук

(підпис)

« ___ » _____ 2023 року

ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧУ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Бондарчуку Дмитру Руслановичу

1. Тема кваліфікаційної роботи *Інноваційні напрямки удосконалення діяльності підприємства індустрії гостинності (на прикладі кав'ярні Harry Bakery)*

Керівник роботи *Лепкий Михайло Іванович, к.г.н., доцент*

затверджені наказом вищого навчального закладу від «27» грудня 2022 р. № 966/01-02

2. Строк подання здобувачем вищої освіти кваліфікаційної роботи «01» червня 2023 р.

3. Вихідні дані до роботи *нормативно-правові документи України, науково-практична література з основної проблематики роботи, спеціалізовані періодичні видання, окремі Інтернет-ресурси.*

4. Зміст розрахунково – пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити)

Розділ 1. Теоретичні аспекти вивчення інноваційної діяльності ресторанного господарства

Розділ 2. Дослідження інноваційних процесів Harry bakery, бісто-пекарня міста Луцька

Розділ 3. Проблеми та перспективи інноваційних процесів Harry bakery, бісто-пекарня міста Луцька

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень)

1. Потреби в технологічних новаціях

2. Новації, що діють на гостинність

3. Схема визначення новаційних потреб закладу

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис	
		завдання видав	завдання прийняв
Розділ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВИВЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА	Доцент Лепкий М.І.		
Розділ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ HARRY BAKERY, БІСТО-ПЕКАРНЯ МІСТА ЛУЦЬКА	Доцент Лепкий М.І.		
Розділ 3. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ HARRY BAKERY, БІСТО-ПЕКАРНЯ МІСТА ЛУЦЬКА	Доцент Лепкий М.І.		
Висновки	Доцент Лепкий М.І.		
Нормо контроль	Доцент Лепкий М.І.		

7. Дата видачі завдання 15.09. 2020 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів дипломної роботи бакалавра	Термін виконання етапів дипломної роботи бакалавра	Примітка
1	Обґрунтування теми	до 28.09.2022 р.	
2	Огляд літератури із досліджуваної проблеми	до 31.10.2022 р.	
3	Розділ 1. Теоретичні аспекти вивчення інноваційної діяльності ресторанного господарства	до 28.12.2022 р.	
4	Розділ 2. Дослідження інноваційних процесів Harry bakery, бісто-пекарня міста Луцька	до 14.03.2023 р.	
5	Розділ 3. Проблеми та перспективи інноваційних процесів Harry bakery, бісто-пекарня міста Луцька	до 16.05.2023 р.	
6	Висновки	до 18.05.2023 р.	
7	Формування списку використаних джерел	до 18.05.2023 р.	
8	Формування додатків	до 18.05.2023 р.	
10	Попередній захист кваліфікаційної роботи бакалавра	до 19.05. 2023 р.	
11	Нормоконтроль	до 25.05.2023 р.	
12	Інструментальна перевірка на академічний плагіат	до 28.05.2023 р.	
13	Представлення кваліфікаційної роботи бакалавра до захисту	до 01.06.2023 р.	

Здобувач вищої освіти _____ Бондарчук Д.Р.

Керівник кваліфікаційної роботи _____ Лепкий М.І.

АНОТАЦІЯ

Бондарчук Д.Р. Інноваційні напрямки удосконалення діяльності підприємства індустрії гостинності (на прикладі кав'ярні Harry Bakery).
Рукопис.

Кваліфікаційна робота бакалавра ОП «Готельно-ресторанна справа» спеціальності 241 Готельно-ресторанна справа. Луцький національний технічний університет. Луцьк, 2023.

Кваліфікаційна робота бакалавра складається з вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, додатків.

У роботі досліджено теоретичні аспекти вивчення інноваційної діяльності ресторанного господарства, проведено дослідження інноваційних процесів Harry bakery, бісто-пекарня міста Луцька та визначено проблеми та перспективи інноваційних процесів Harry bakery.

Об'єктом дослідження кваліфікаційної роботи бакалавра є інноваційні послуги обслуговування споживачів в Майстерні Живого хліба Harry bakery міста Луцька. Предмет дослідження – сукупність теоретичних, методичних і прикладних аспектів розробки та впровадження інновацій в Майстерні Живого хліба Harry bakery міста Луцька.

Новизна результатів дослідження полягає у розвитку методичного інструментарію пошуку інноваційних трендів в ресторанному господарстві для визначення пріоритетів інноваційної діяльності з метою формування конкурентних переваг.

Ключові слова: новація, новаційні послуги, кав'ярня, тенденції, ресторанні послуги, ресторанний сервіс, конкурентоспроможність, кавові напої, маркетингові інновації.

ANNOTATION

Bondarchuk D.R. Innovative directions for improving the activity of the hospitality industry enterprise (on the example of the Happy Bakery coffee shop). Manuscript.

Bachelor's qualification work of OP "Hotel and restaurant business" specialty 241 Hotel and restaurant business. Lutsk National Technical University. Lutsk, 2023.

The bachelor's qualification work consists of an introduction, three sections, conclusions, a list of used sources, and appendices.

In the work, the theoretical aspects of the study of innovative activities of the restaurant industry were investigated, the research of the innovation processes of Happy bakery, the Bisto-bakery of Lutsk, was carried out, and the problems and prospects of the innovation processes of Happy bakery were determined.

The object of research of the bachelor's qualification work is innovative customer service at the Live Bread Workshop Happy bakery in the city of Lutsk. The subject of the research is a set of theoretical, methodological and applied aspects of the development and implementation of innovations in the Live Bread Workshop Happy bakery in the city of Lutsk.

The novelty of the research results lies in the development of a methodical toolkit for finding innovative trends in the restaurant business to determine the priorities of innovative activities in order to create competitive advantages.

Key words: innovation, innovative services, coffee shop, trends, restaurant services, restaurant service, competitiveness, coffee drinks, marketing innovations.

ЗМІСТ

ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВИВЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА	10
1.1. Сутність інновацій та інноваційної діяльності підприємств ресторанного господарства	10
1.2. Основні інноваційні тренди в індустрії гостинності	14
1.3. Діяльність закладів ресторанного господарства в умовах війни	18
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ HAPPU BAKERY, БІСТРО-ПЕКАРНЯ МІСТА ЛУЦЬКА	22
2.1. Сегментація ринку кав'ярень Волинської області	22
2.2. Інноваційні послуги обслуговування споживачів в Майстерні Живого хліба Harry bakery міста Луцька	25
2.3. Оцінка новаційних послуг Майстерні Живого хліба Harry bakery	31
РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ HAPPU BAKERY, БІСТО-ПЕКАРНЯ МІСТА ЛУЦЬКА	36
3.1. Проблеми функціонування закладу ресторанного господарства міста Луцька	36
3.2. Можливі напрямки новаційного розвитку Майстерні Живого хліба Harry bakery	37
ВИСНОВКИ	42
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	45
ДОДАТКИ	48

ВСТУП

Обґрунтування актуальності вибору теми роботи. Однією із головних тенденцій на сьогоднішній день залишається аналіз ресторанного сервісу, а також виділення головних складових його розвитку, що дозволять запровадити власникам ресторанних закладів нові перспективи для відкриття бізнесу, в тих складових ринку, які є найбільш затребуваними та перспективними, що, в подальшому приведе до розквіту ресторанного бізнесу в післявоєнний час. Велике суперництво в індустрії гостинності заохочує до пошуку нових методів та елементів дієвої діяльності.

Однією із головних складових в даній галузі є розроблення і використання різних нововведень, що можуть бути кроком для розвитку ресторанного сервісу. На сьогоднішній день нововведення потрібні для діяльності та конкурентоздатності ресторанних закладів. В ході введення новацій в закладах ресторанного сервісу проходять переміни, що мають істотний вплив на всю діяльність ресторанного сервісу. Даний факт підтверджує необхідність здобування дієвих управлінських чинників керівництва новаціями. Такі розвідини потребують включення всіх сторін діяльності закладу і заключаються в дієвому зближенні наукових, новаційних, ринкових критеріїв.

Дієвий прогрес закладу ресторанного сервісу жадає головних перемін в способах, що використовуються, критеріях створення організаційних складових, керівництва всім сервісом, що проходить в закладах ресторанного господарювання. В таких умовах утворення і використання нововведень є головним чинником піднесення не лише окремого ресторанного закладу, а й усїєї галузі.

Процеси нововведень в теперішній час стають все більш важливими, а їх основним критерієм є здобуток закладами ресторанної індустрії прерогатив суперництва та більшої насолоди при отриманні відвідувачами високоефективного сервісу.

Актуальність дослідження проявляється також і в тому, що ступінь піднесення сервісу ресторанних послуг в економіці нашої держави являється одним із головних чинників якості життя місцевих мешканців.

Саме ці складові визначають актуальність вибору теми бакалаврської роботи.

Стан вивченості проблеми. Основні тенденції розвитку закладів ресторанного господарства висвітлені в різноманітних працях, зокрема Воловельської І., Гапоненко Г., Гінди М., Євтушенко О., Лоєнко О., Шамари І. та інших. Окремі аспекти інноваційних ресторанних технологій досліджують у своїх працях такі науковці як, В. Біян, О. Борисова, Б. Брухлій, С. Ілляшенко, О. Григоренко, І. Корецька, Н. Кравчук, Т. Литвиненко, Т. Мостенська, Н. Найдюк, Олейник, Н. Прилепа, Г. П'ятницька, В. Ростовський, Г. Сімахіна, Г. Соколюк, А. Українець, О. Шалева та ін.

Вивченню своєрідностей теперішніх новаційних процесів в галузі ресторанного сервісу приділяли увагу вітчизняні вчені, серед яких О. Борисюк, Я. Голлі, О. Григоренко, О. Завадинська, Н. Ковешніков, В. Найдюк, Г. П'ятницька, А. Ткаченко, А. Яхтер та ін. Українськими науковцями присвячено велику увагу основним питанням новаційного розвитку закладів ресторанного обслуговування та новаційних процесів в них, проте подальшому аналізу необхідно приділити увагу використанню новаційних інструментів та технологій.

Мета і завдання роботи. Метою кваліфікаційної роботи бакалавра є виявлення особливостей інноваційного впровадження й перспектив розвитку Майстерні Живого хліба Harry bakery міста Луцька та визначення його місця в індустрії гостинності.

Для досягнення поставленої мети вирішено наступні завдання:

- розглянуто сутність інновацій та інноваційної діяльності підприємств ресторанного господарства;
- проаналізовано основні інноваційні тренди в індустрії гостинності;

- охарактеризовано інноваційні послуги обслуговування споживачів в Майстерні Живого хліба Harry bakery міста Луцька;
- дано оцінку новаційних послуг Майстерні Живого хліба Harry bakery;
- визначено проблеми функціонування закладу ресторанного господарства міста Луцька;
- запропоновано можливі напрямки новаційного розвитку Майстерні Живого хліба Harry bakery.

Об'єктом дослідження є інноваційні послуги обслуговування споживачів в Майстерні Живого хліба Harry bakery міста Луцька.

Предмет дослідження – сукупність теоретичних, методичних і прикладних аспектів розробки та впровадження інновацій в Майстерні Живого хліба Harry bakery міста Луцька.

Методика дослідження. Для досягнення визначеної мети та поставлених завдань у роботі використано сукупність загальнонаукових та спеціальних методів аналізу, а саме: теоретичного узагальнення та системного підходу – для уточнення сутності новацій та новаційної діяльності; порівняльного аналізу – для здійснення аналізу інноваційних трендів в індустрії гостинності; формалізації та групування – для оцінки новаційних послуг закладу ресторанного сервісу; графічного аналізу – для систематизації результатів дослідження у вигляді діаграм; табличний метод дослідження використано для наочного відображення результатів дослідження.

Джерела інформаційної бази дослідження. Інформаційну базу роботи становлять теоретико-методологічний матеріал, дослідження та публікації українських та зарубіжних вчених у інноваційної діяльності закладів ресторанної сфери. При проведенні дослідження використовуються статистичні дані Головного управління статистики у Волинській області, а також матеріали Майстерні Живого хліба Harry bakery, що доступні в мережі Інтернет.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВИВЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

1.1. Сутність інновацій та інноваційної діяльності підприємств ресторанного господарства

Об'єктом інноваційної діяльності є інновації. Інновації – це кінцевий результат інноваційної діяльності, у вигляді нового чи удосконаленого продукту або технологічного процесу, який наділено якісними перевагами при використанні та проектуванні, виробництві, збуті, використовується у практичній діяльності та має суспільну перевагу [1]. Отже, інновації – «це результат науки, який дозволяє людству, спрощувати технологічні процеси, умови праці, та переходити на новий більш розвинутий рівень суспільства. Інновації в ресторанному бізнесі – це впровадження у закладі нових технологій та здійснення маркетингових кроків, для кращого задоволення клієнта та проявлення у ньому бажання прийти ще» [11].

Отже, інновація – це кінцевий результат інноваційної діяльності, який дістав утілення у вигляді виведеного на ринок нового чи вдосконаленого продукту, процесу, що використовується у практичній діяльності, або нового підходу до соціальних послуг.

Суб'єкти інноваційної діяльності – фізичні або юридичні особи, які провадять інноваційну діяльність і (або) залучають майнові та інтелектуальні цінності, вкладають власні чи позичені кошти у реалізацію інноваційних проектів [9].

Поняття «інновація» вперше було застосовано Й. Шумпетером, що запропонував дане поняття, а також провів його систематизацію.

У виробництві ресторанних послуг основними типами інновацій є технічні, організаційно-технологічні, управлінські, комплексні. Технічні нововведення пов'язані з впровадженням нових видів техніки, пристосувань, інструментів, а також техніко-технологічних прийомів праці в обслуговуванні,

з впровадженням комп'ютерної техніки, поширенням інформаційно-технологічних нововведень, що полегшують роботу з клієнтами і допомагають вдосконалити у цілому весь процес сервісного виробництва. Організаційно-технологічні інновації пов'язані з новими видами послуг, більш ефективними формами обслуговування та організаційними нормами праці. Управлінські орієнтовані на вдосконалення внутрішніх і зовнішніх зав'язків організації, що використовують методи і форми менеджменту, наприклад ресторани швидкого обслуговування і так звані «сімейні ресторани», де власники працюють в закладі, який йому належить. Комплексні охоплюють одночасно різні аспекти і сторони сервісної діяльності [12].

Сьогодні сфера послуг ресторанів репрезентований великою різноманітністю закладів громадського харчування: ресторації, бари, кав'ярні, кафе-бари і т.д. [2].

Головним сервісом ресторанного бізнесу є сервіс надання їжі, що представлений сервісом виготовлення їжі, розробленням чинників для її реалізації та смакуванням. Окрім сервісу надання їжі, заклади також можуть пропонувати інші додаткові складові:

- замовлення місця; запровадження бонусних карток;
- оплата карткою на виплату;
- обслуговування банкоматами, які є в користуванні закладу та пунктами міняння іноземних грошей;
- місцями зберігання речей;
- Інтернетом;
- продавання пам'яток, газет, квітів і їх збирання та фасування;
- викликання машини або транспортної служби агентства і інші [2].

Різнманітність закладів ресторанного сервісу та обслуговування, що пропонують, викликало збільшення суперництва. В теперішній час підвищення якості продукції та сервісу недостатньо, тому існує нагальна потреба впровадження новаційних компонентів та надання спеціальних послуг у технологію громадського харчування. Є новації, які відгукуються певним

складовим соціального чи організаційного розвитку життя, викликаного об'єктивними потребами певного періоду часу, наприклад, ресторани надають безкоштовний бездротовий Інтернет, Wi-Fi тощо (табл. 1.1, рис. 1.1).

Таблиця 1.1

Потреба і технологічні новації в закладах ресторанного сервісу

№	Назва потреби	Значення потреби
1	можливість замовити їжу на виніс	71%
2	безкоштовний Wi-Fi	52%
3	попереднє замовлення по телефону	47%
4	меню закладу в Інтернеті	78%
5	платити через Apple Pay і Google Pay	32%

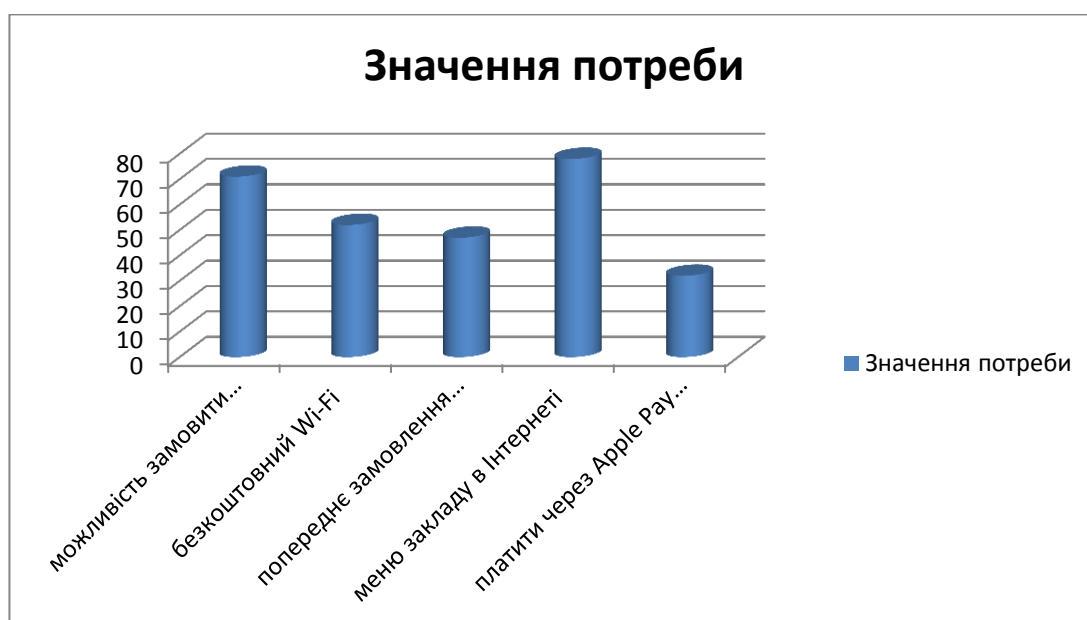


Рис. 1.1. Потреби в технологічних новаціях

Але наявність таких новацій зробить бізнес унікальним, самобутнім і привабливим для відвідувачів. Введення новацій у ресторанному господарстві повинно ввести багато зручностей для відвідувачів. Теперішніми новаційними ресторанными нововведеннями відмічаємо електронні (інтерактивні) карти страв, планшетних екранів, інтерактивних моніторів, використання QR-кодів, світлодіодні технології сповіщень, 3-D пристрої для їжі, впровадження 3D-

оцінки для показу приготування їжі, комп'ютеризація бізнес-процесів, впровадження мережевих та інших технологій [11].

Основними напрямками розвитку сучасних технологій у закладах ресторанного господарства є:

- створення ресторанів по типу FreeFloor;
- відкриття фуд-кортів;
- створення концептуальних підприємств ресторанного господарства;
- розширення мережі віртуальних ресторанів, що забезпечують замовлення по мережі Інтернет та доставку споживачеві; приготування страв у присутності відвідувачів;
- організація обслуговування за системою кейтерінг тощо [5].

Ресторани фрі-фло, мають новий формат із поєднанням фаст-фуду та «шведського столу», де клієнт має свободу вибору та безпосередній доступ до товару, переважають низькі ціни та швидке обслуговування. У ресторанах такого типу нарівні із традиційними виробничими цехами функціонує відкрита кухня, де відбувається демонстрація приготування страв [22].

Фуд-корт – це кілька невеликих закладів харчування, що спільно мають великий публічний зал, що може бути на вулиці або в приміщенні. Як наприклад, його можна розмістити в торгових центрах, офісах і т.д. Основними типами підприємств можуть бути Fresh Bar, Potatoe, Pancakes, Grill, Coffee Shop, Pizza Place, Sandwich Shop, Ice Cream, Fun Food (Popcorn, Cotton Candy) тощо [19].

У концептуальному підприємстві ресторанного господарства інтер'єр оформлений у національному або екзотичному стилі, а в меню можливе суміщення різної кухні і стилів. Ідея концептуального ресторану включає вибір певної теми, відповідно до якої розробляється меню, оформлення інтер'єру, обслуговування, посуду, меблів та ін.

Організація виїзного обслуговування за системою кейтерінг поставляє продукти харчування, напої, посуд і все необхідне для організації прийому, банкету поза рестораном, обслуговування різних заходів. Види кейтерінгу: у

приміщенні, поза рестораном, соціальний, роз'їзний, роздрібний продаж, VIP-кейтерінг [21].

Результатом новаційного розвитку закладів ресторанного сервісу можна вважати новітні задуми, новітня або покращена ресторанна їжа та сервіс.

Велика роль у виборі інновацій належить вивченню тенденцій на світовому ринку ресторанного бізнесу та прогнозуванню, оцінці перспектив розвитку. Необхідно звертати увагу на основні сучасні тенденції розвитку науки і техніки, новинки та винаходи у харчовій галузі та на ринку послуг. На основі зібраної інформації можна зробити вибір інноваційної стратегії та відповідно до цього обрати предметну спеціалізацію ресторанного підприємства, технології основного та допоміжного виробництва, стиль обслуговування, систему управління тощо. Запровадження інновацій коштує недешево, проте запропонувавши клієнтам ексклюзивний сервіс, меню та послуги заклади ресторанного господарства здатні забезпечити собі виживання та прибуток на ринку послуг.

Впроваджувати новації дорого, але, надаючи клієнтам ексклюзивні пропозиції, меню чи послуги, підприємства ресторанного сервісу можуть покрити своє виживання та отримати додаткові кошти в сфері ринку сервісу.

1.2. Основні інноваційні тренди в індустрії гостинності

Так як їжа завжди була одним із невід'ємних атрибутів життя людини, ресторани підприємства, при правильній організації є одними з найприбутковіших. З кожним роком кількість закладів, особливо ресторанів швидкого харчування, зростає, але люди готові платити більше за якісне обслуговування та смачну їжу. Ресторан повинен бути орієнтований на клієнта, і власник повинен зробити все можливе, щоб розширити джерело клієнтів і захистити бізнес від ризиків і збитків. Важливою умовою їх реалізації має стати можливість адаптації підприємців до нових умов сучасного етапу розвитку бізнесу та здатність своєчасно та ефективно

впроваджувати різноманітні види інновацій (технічні, виробничі, логістичні, економічні, соціальні, інформаційні). чином і вміло керувати ними з'єднувати їх.

Поточна ситуація впливає на купівельну поведінку нових партнерів і, ймовірно, триватиме навіть після завершення війни. Для багатьох компаній це означає перегляд досвіду клієнтів і оцінку використання цифрових каналів для підтримки та підвищення рівня задоволеності клієнтів. Пошук нових каналів для взаємодії з клієнтами в нинішньому середовищі є обов'язковим як для ресторанної, так і для туристичної індустрії.

Дослідження показує, наскільки поширеними є певні технології в ресторанній індустрії [4]:

- 78% компаній впроваджують способи обробки електронних замовлень;
- безоплатний Wi-Fi для всіх відвідувачів – 66%;
- приймання замовлень через інформаційні системи – 40%;
- приймають вартості послуг через смартфони – 35%;
- реальні мобільні програми – 36%.

Інновації в рестораних підприємствах на сучасному етапі включають (рис. 1.2):

1. Технологія, що передбачає впровадження нового обладнання, пристроїв, засобів, а також технологій і процесів у сфері послуг. Впровадження комп'ютерної техніки, поширення інформації та тенденції технологічних інновацій допомагають полегшити роботу з клієнтами та покращити процес виробництва послуг.

2. Організації та технології, пов'язані з більш ефективними видами послуг та організаційними нормами праці. Підвищуючи якість обслуговування, ресторани можуть збільшити кількість постійних клієнтів і отримувати більше прибутку. Дослідження показали, що при збільшенні кількості постійних клієнтів на 10% зростання прибутку досягне 38%.

3. Керуюча компанія використовує інтерактивні методи управління.

4. Комплексні програмні продукти одночасно охоплюють різні сторони сервісної діяльності.



Рис. 1.2. Новації, що діють на гостинність [4]

Сьогодні креативні ІКТ привносять інновації в сферу ресторанных підприємств. Сьогодні і туристи, і жителі міста вибирають ресторан, кафе чи бар з безкоштовним Wi-Fi: чекаючи замовлення, ви можете працювати, перевіряти пошту, читати новини чи спілкуватися з друзями та родиною [3].

Теплан-шоу, коли шеф-кухар теплан спритно створює фірмову страву на очах у публіки. Але якою б захоплюючою не була ідея, не всім подобається запах кухні і вигляд використовуваного посуду.

Технологічний прогрес також приніс теплові інновації в ресторанный індустрію: камери встановлені на кухні, де працює шеф-кухар, і лише зацікавлені відвідувачі можуть бачити кожен його рух на моніторах за обіднім столом.

Цифрові меню: нова роль для iPad, заміна старих паперових меню. Крім того, від нововведення виграють як ресторатори, так і туристи: інтерактивне електронне меню стає каналом зв'язку між ними, дозволяючи менеджерам швидко редагувати меню та додавати в нього нові позиції.

Для клієнтів патронування ресторану можна порівняти з грою, яка дозволяє:

- вибрати вино з винної карти готелю за ціною, роком, регіоном і ароматом, а потім вибрати страву з місцевого меню до нього;
- розрахувати калорійність тієї чи іншої їжі;

- миттєвий перегляд остаточної квитанції замовлення при виборі страви [4].

Безмежні можливості QR-кодів і мобільного маркетингу - QR-коди - підприємства взаємодіють зі споживачами онлайн. У яскравому квадратному лабіринті QR-кодів ви можете запрограмувати всі відомі інновації індустрії громадського харчування, а також багато нових можливостей.

QR-код на рахунках клієнтам – чудовий рекламний хід. На яскравій площі можна зашифрувати історію закладу, його походження, вік, унікальні деталі інтер'єру та автора картин. Відвідувачі із задоволенням ознайомляться з меню ресторану, в якому детально описані інгредієнти та джерело інгредієнтів, етапи та способи обробки, поживність та калорійність кожної страви [5].

Зрозуміло, що зміна умов життя українців позначається і на їхніх сильних сторонах. Не всі популярні сьогодні майданчики такими залишаться. Натомість ринок зустріне нові формати та ідеї з розпростертими обіймами.

Найближчим часом дорогі, претензійні та складні ресторани та ресторани «все, що завгодно» помруть. Буде активно розвиватися малий бізнес з демократичними цінами, розрахований на середній клас, оскільки особливого зростання фінансового становища українців найближчими роками не передбачається. Також буде зростати українська кухня, заснована на рецептах різних регіонів, особливо інтерес до національної кухні в різних місцевих проявах.

Сьогодні в нашій країні цей напрямок розвинений недостатньо. Активно розвиватимуться кав'ярні. Культура споживання кави розвивається на наших очах і ця тенденція йде із Заходу. Будуть відкриті кав'ярні різного формату, починаючи від альтернативних, де всі люблять каву, і закінчуючи традиційними. У тренді буде вулична їжа та все, що стосується гнучких, швидких мобільних форматів.

Для того, щоб привернути клієнтів та зберегти лояльність, кав'ярні повинні бути в курсі останніх новацій та використовувати нові технології:

– використання різноманітних кавових апаратів – кав'ярні можуть пропонувати клієнтам різноманітні сорти кави, залежно від того, які апарати вони використовують. Наприклад, кав'ярні можуть використовувати апарати для приготування кави з капсул, або ж вони можуть працювати з ручними кавомолками, щоб дати можливість клієнтам вибирати між різними сортами кави та методами її приготування;

– розумні технології – кав'ярні можуть використовувати різноманітні технології, щоб підвищити ефективність та зручність обслуговування клієнтів. Наприклад, вони можуть використовувати мобільні додатки для замовлення кави на відстані або ж розумні пристрої для оплати;

– наголос на екології – кав'ярні можуть використовувати екологічно чисті матеріали, такі як біодеградуючі стакани та столові прибори зі скла або бамбука. Крім того, вони можуть роздавати металеві чи скляні посуд та запропонувати клієнтам приносити свій власний чайник чи кружку для напоїв [25].

1.3. Діяльність закладів ресторанного господарства в умовах війни

Основні проблеми, з якими зіткнулося підприємство громадського харчування під час війни, включали: переполох, відтік працівників, матеріально-технічне забезпечення, розірвання домовленостей на доправлення товарів, підтримку зв'язку в різних точках. На початках війни, ресторани господарства переключилися на виготовлення простої і широковідомої їжі, а саме кондитерські вироби, хліб і хлібобулочні вироби [10].

В даний час розвиток сфери громадського харчування чітко розподілено географічно (рис. 1.3-1.4).



Рис. 1.3. Плин грошових переводів у закладах ресторанного господарства за лютий 2022 – лютий 2023 рр. [5]

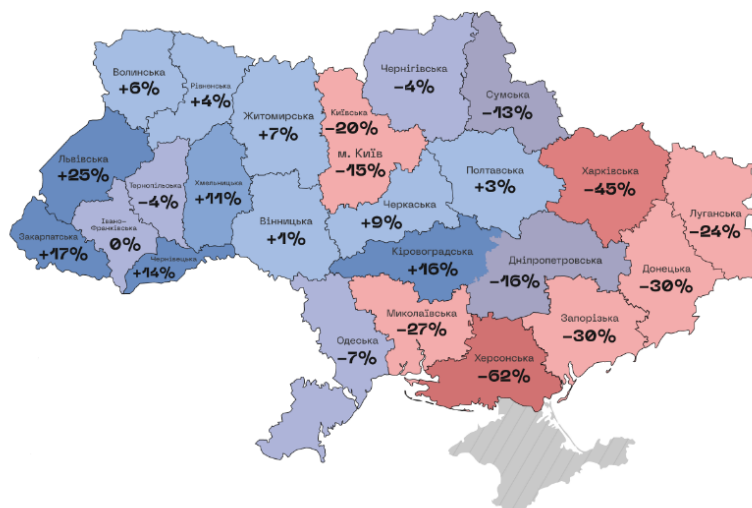


Рис. 1.4. Мапа грошових переводів у закладах ресторанного господарства за лютий 2022 – лютий 2023 рр. [5]

Негативно вплинути на ефективність ресторанного бізнесу можуть такі фактори:

- понівечення та знищення майна, споруд, інвентарю;
- поцуплення статків на місцевостях, які на сьогоднішній день тимчасово перебувають під загарбанням;

- переривання постачання напівфабрикатів, сирцю і товарів з-за меж нашої держави;
- підвищення вартості та знецінення гривні;
- примусове відселення мешканців нашої країни;
- доходи українців зменшуються, що призводить до зниження можливості купляти необхідні товари [8].

Крім того, можна відмітити ресторани та мережі ресторанів, що запланували зайнятись волонтерством: тут займаються приготуванням їжі для бійців ЗСУ, ТРО, людей, що переїхали та всіх потребуючих. Серед волонтерських закладів виділяємо: Холдинг Емоцій !FEST, Kyiv Food Market, Goodwine, Ресторани Дмитра Борисова та велика кількість інших [1]. Велика кількість ресторанів перепрофільовано на військово-польові кухні.

Успішно відкриті та профільні ресторани стикаються з однаковими проблемами без винятку:

- нестача кадрів у зв'язку з переїздом або призовом на військову службу;
- зниження доходів через зменшення кількості відвідувачів – в середньому на 50% менше довоєнного рівня;
- деякі продукти подорожчали або їх не було, а відповідно – поменшало позицій меню. Залежно від категорії, ціни на інгредієнти зросли на 20-30%. У найбільш вразливих місцях дорого купувати рибу, морепродукти, екзотичні фрукти та специфічні соуси, особливо азійської кухні, де складне постачання;
- мало цікавість у багатьох проявах – фірмові вечірки, дні народження, дитячі свята, парубочі вечори;
- падіння попиту на виїзні послуги громадського харчування;
- зменшення часу роботи закладу через комендантську годину, яка вплинула на рентабельну складову ресторанів – вечері;
- порівняно недавно було заказано реалізовувати алкогольні вироби, а пізніше було введено лімітуючі заборони у часі. Це завадило відкриттю підприємств, що отримували прибутки за рахунок барів [14].

Для нормалізації деякої частини економіки і для одержання фінансової вигоди для країни через податки, деякі власники ресторанів, які були там на початку війни, почали відкривати філії в західній частині України.

Крім того, люди що переїхали зробили великий внесок у галузь громадського харчування під час війни, відкриваючи різноманітні міні-кафе, таверни та ресторани, щоб вижити та забезпечити роботою інших. Приклад тому – переселенці з Ірпеня та Бородянки, які відкрили у Львові «вікно» з кавою та пирогами. За допомогою соцмереж заклад, де готують каву, млинці та пироги, швидко здобув визнання і почав називатися «Кіт».

Слід також відмітити, що ресторани, які спеціалізуються на морепродуктах і суші, зазнали величезних втрат під час війни, так як ціна імпортової продукції дуже зросла. Тому одним із головних трендів стане зменшення кількості чужих інгредієнтів і перепрофілювання більш звичних страв.

Фахівці також виділили тренди на ринку HoReCa, які оновилися після початку війни:

- зберегти потребу на домашню їжу, готові страви швидкого приготування та швидкі перерви в закладах ресторанного харчування;
- ефект засад ведення війни: комендантська година та необхідність дотримання стандартів повітряного попередження;
- закономірність упорядковувати логістику швидкої доставки їжі;
- дія розміщення ресторану: його близькість до зон бойових дій, розташування ВПО [4].

Отже, враховуючи проведені дослідження, варто зазначити, що в умовах сучасного воєнного стану та повномасштабної військової агресії Російської Федерації проти України українські підприємства, організації та установи засвоїли новий підхід до соціальної відповідальності як інструменту управління в ресторанні підприємства. Ці підходи відображені в щоденній волонтерській роботі, відкритті соціальних кухонь, постійній підтримці постраждалих та відповіді на виклики часу.

РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ HARRY BAKERY, БІСТРО-ПЕКАРНЯ МІСТА ЛУЦЬКА

2.1. Сегментація ринку кав'ярень Волинської області

Сьогоднішня галузь гостинності являється масштабним явищем, яка продовжує працювати в умовах війни та гострого суперництва. Це визначає вагу новаційного чинника, що став основним фактором, що визначає змагальність закладів ресторанного бізнесу.

Вплив кави на корпоративну репутацію закладів гостинності відноситься в людей, здебільшого до обряду освіження розуму та підняття бадьорості. Це стосується, насамперед, ділових людей, так як пришвидшений сенс існування життя дозволяє підтримувати власний тонус даним смаколиком.

Різноманітний асортимент даного напою дозволяє врахувати уподобання різних споживачів, так як сортів і видів кави в світі дуже багато (рис.2.1).



Рис. 2.1. Міжнародна класифікація кави [16]

Бізнес місьць, де можна посмакувати каву в Україні переважно складається на основі мережевих закладів та власних кав'ярень. Велика складова ринку цього напою знаходиться у великих населених пунктах нашої держави.

Композиція закладів ресторанного сервісу, які пропонують послуги з приготування кави на території нашої області наведено на рисунку 2.2.

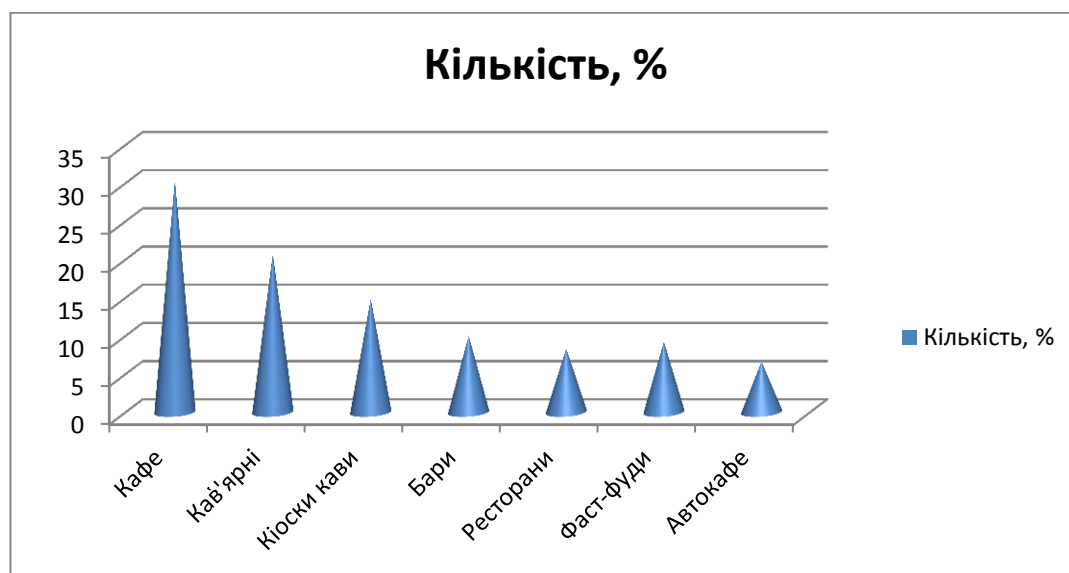


Рис. 2.2. Структура кав'ярень Волинської області, % [6]

Аналізуючи статистичні дані за 2022-2023 роки, ми можемо відмітити, що найбільша кількість кавового сервісу Волинської області належить різноманітним кафе (29,8%), кав'ярням (18,9%). Велика кількість приготування кави припадає на кіоски кави (14,6%), бари (9,7%) та фаст-фуди (6,6%) [23].

Як відомо, основним фактором успіху ресторанного кавового бізнесу являється потужна концепція бізнес-моделі та надання споживачам унікальних послуг з урахуванням сучасних тенденцій попиту, технологій громадського харчування та цінової політики. В даному випадку кафе, кав'ярня, кавові кіоски – найпопулярніший і прибутковий бізнес. Варто зазначити, що 63,3% нових підприємств ресторанного харчування склали кав'ярні, кавові кіоски та кафе.

У кав'ярнях Волинської області переважає апаратне та фільтраційне приготування кави (табл. 2.1).

Способи заварювання кави в кав'ярнях Волинської області [14]

№	Поширений спосіб заварювання	Кількість, %
1	Фільтр-кава або «крапельниця»	79,8
2	Кава в турці (по-східному)	10,1
3	Еспресо (заварений під пресом)	8,0
4	Екзотичне заварювання	2,1

Серед додаткових стимулів відвідувати різноманітні кав'ярні на території Волинської області є застосування різноманітних способів заварювання кави і з цією метою закупається різноманітні кавові апарати. В теперішній час в кав'ярнях переважають такі способи, як сифон, френч-прес, кемекс, аеропрес, пулвер (рис. 2.3).



Рис. 2.3. Способи приготування кави на вимогу клієнта

Дані, які ми отримали, показують, що на територію нашої області поширена культура смакування кави. Багато споживачів кави хочуть пити еспресо. Відомо, що кава не обов'язково має бути настільки гіркою, щоб до неї додавати цукор і молоко. Кав'ярні показали своїм клієнтам, що якісні кавові зерна та свіже обжарювання, дозволяють приготувати збалансовану каву без додавання молока та цукру.

В теперішній час, на території Волинської області, включають в кавовий бізнес різноманітні кавові сітки, які поширені і по інших регіонах України. Крім того, багато відкриваються невеликих кав'ярень, які не мають до них ніякого відношення: «Кофемолочка», «Кавуся», Coffeemolka, кав'ярня-піцерія «Золоте дерево» (м. Горохів), Happy bakery, «Золотий дукат», Street Café, UNO, Старе місто (м. Луцьк), Carruccino, Coffeein, Jazzve Coffee, Éclair cafe (м. Ковель), Pancake bakery, Капкейк, Кава Тута, Coffissimo Coffee&Shop (м. Володимир) (табл. 2.2).

Таблиця 2.2

Оцінка кав'ярень Волинської області

м. Луцьк	м. Горохів	м. Ковель	м. Володимир
IDEALIST COFFEE CO.	Золоте Дерево	Сарруссіно	Pancake bakery
«Золотий дукат»	Coffeemolka	Coffeein	Капкейк
Happy bakery	POINT coffe bar	Jazzve Coffee	Coffissimo Coffee&Shop
Не Про Хліб	Bellagio	Éclair cafe	KAVA AVENUE
UNO	Кофемолочка	Lux Café	Лукке - кав'ярня щасливих
Старе місто	Кавуся	Coffee Dali	Кафе «Кондитерська»
Сарруссіно	Feniks	The Spiceroom Kovel	Булик

Отже, можна констатувати, що культура споживання кави на території Волинської області представлена досить різноманітними закладами ресторанного бізнесу, що пропонують різноманітні кавові напої.

2.2. Інноваційні послуги обслуговування споживачів в Майстерні Живого хліба Happy bakery міста Луцька

Майстерня Живого хліба Happy bakery відкрилася в 2019 році. В місті Луцьку є два заклади – по вул. Лесі Українки, 61 та вул. Кравчука, 48а, тел. +38 0961950721, режим роботи пн.-нд. 07.30-22.00. Сторінка в соціальних

мережах: <https://www.facebook.com/HappyBakeryLutsk/> та https://www.instagram.com/happybakery_rekarnia/. Основна концепція – випічка та продаж хлібо-буличних виробів на заквасках (рис. 2.4).

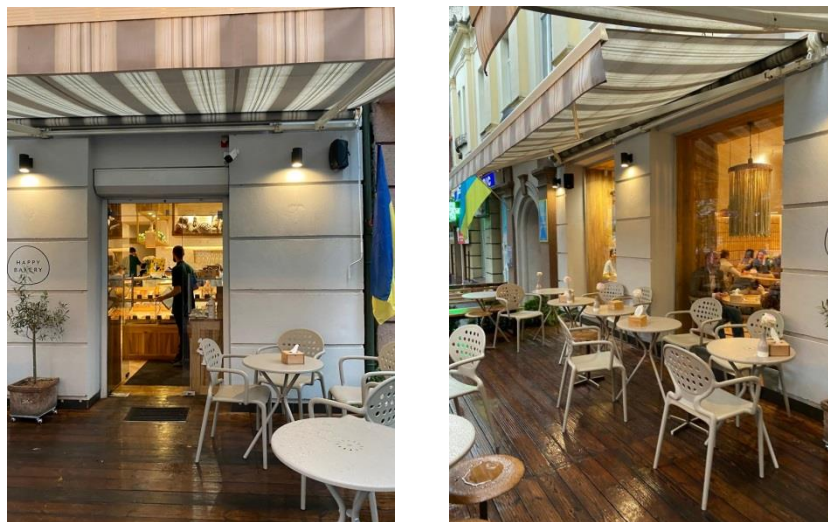


Рис. 2.4. Вхід та зовнішня тераса закладу (вул. Лесі Українки, 61)

Заклад за адресою м. Луцьк, вул. Лесі Українки має декілька залів. Крайній до вулиці із чудовим виглядом через вітражні вікна на центральну вулицю міста. В закладі є ігрова кімната. Заклад у стилі Loft з приємним інтер'єром (рис. 2.5).



Рис. 2.5. Інтер'єр закладу

Happy bakery по вул. Кравчука 48, а – частина закладу відведена під кав'ярню, на іншій же за прозорим склом знаходиться пекарня, тому всі відвідувачі можуть у першій половині дня спостерігати за випіканням. Випікають зернові буханці з насінням соняшнику, льону та кунжуту, журавлинові з льоном та медом, хліб із йогуртом, звичайний пшеничний та два

види багетів – із прянощами та класичний французький. У пекарні стоїть унікальна піч, що працює на деревному паливі. Її розробляли спеціально на замовлення “Harry Bakery” (рис. 2.6).

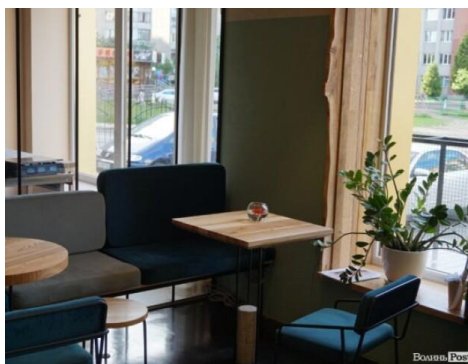


Рис. 2.6. Кав'ярня-пекарня на вулиці Кравчука, 48а
Формат відкритої пекарні з кав'ярнею. Основний продукт виробництва тут – хліб на заквасці. Тут готують такі види:

- класичний пшенично-житній;
- пшеничний цільнозерновий;
- житній;
- зерновий (з додаванням насіння соняшника, кунжуту, льону);
- з журавлиною (з додаванням льону, меду і журавлини);
- гречаний (рис. 2.7).



Рис. 2.7. Види хліба пекарні: зерновий, з журавлиною

Також печуть багети: класичний з пшеничного борошна і «пікантний» (в тісто додають коріандр, майоран, два види кунжуту, сушений часник), готують сіннабони і власну кондитерку.

У пекарні готують булки: з насінням гарбуза, кунжуту й льону, а ще – з цибулею та кропом. Крім того розробляють лінійку хлібобулочних виробів для

прихильників здорового харчування. Happy bakery має незвичний формат, який включає три елементи – InternetCafe, Store та FoodEstablishment.

InternetCafe – місце для людей, що бажають працювати та відпочивати, маючи доступ до швидкісного інтернету. В закладі створено все необхідне для комфортної роботи: атмосфера, комфортні крісла, великі столи, найсучасніша техніка.

Формат Store – майже все в закладі виготовлено власноруч: домашні хліби, випічка, солодощі, домашні консерви та мед.

Формат FoodEstablishment Happy Bakery – якісні сніданки та великі обіди, а також кава та десерти (табл.2.3-2.4, рис. 2.8-2.9).

Таблиця 2.3

Меню майстерні Живого хліба Happy bakery

№ п/п	Вид меню	Кількість позицій меню	Вага страв, г	Ціна страв
1	Хеппі Сніданок	10	250-350	79-196
2	Тости/Мелти	4	240-350	123-194
3	Салати	7	250-320	127-247
4	На обід	15	250-590	69-246
5	Хліб	12	1000	38-84
6	Випічка	14		45-87
7	Десерти	15		34-83
8	Бранч	6		82-195

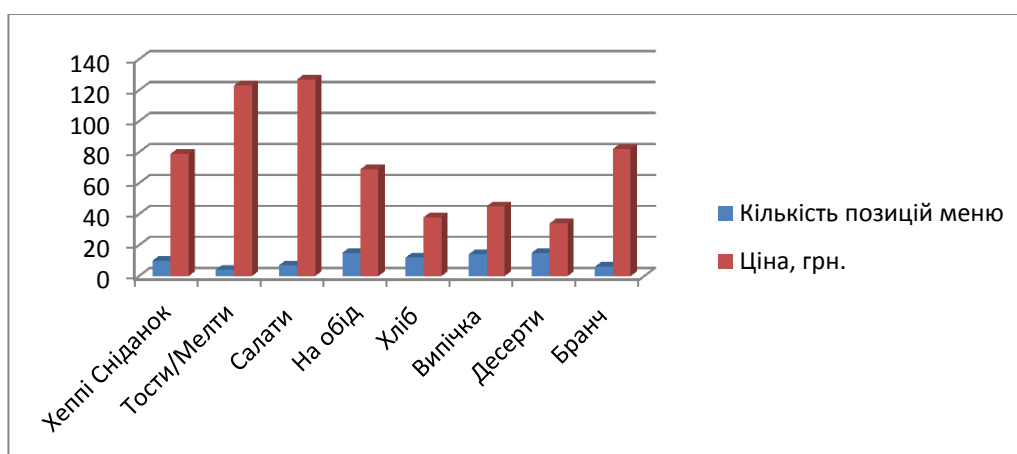


Рис. 2.8. Меню з мінімальною ціною закладу

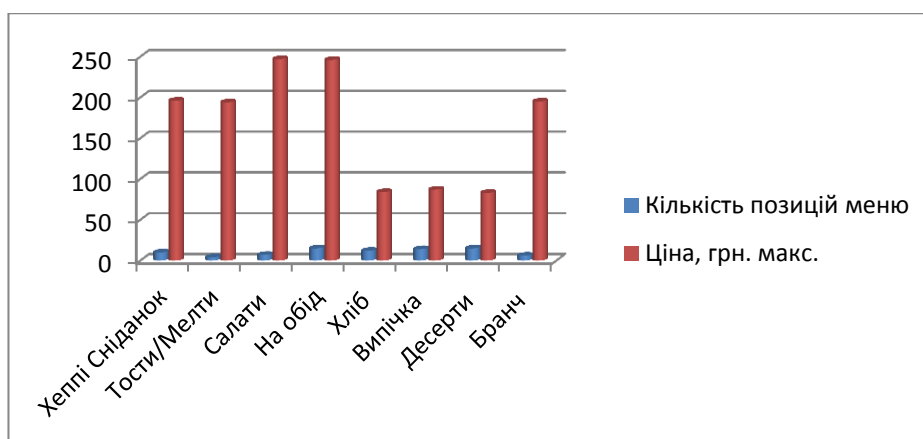


Рис. 2.9. Меню з максимальною ціною закладу

Таблиця 2.4

Десерти майстерні Живого хліба Harry bakery

№	Назва десерту	Ціна десерту
1	Чізкейк Баскський	82
2	Чізкейк ягідний	83
3	Чізкейк Гурме	76
4	Тарт Тофіфі	72
5	Тарт карамельно-горіховий	66
6	Тарт лимонний	73
7	Макарон Дор блю	54
8	Макарон Бейліс	54
9	Макарон Лимончело	54
10	Тірамісу	79
11	Наполеон	79
12	Горішки (1 уп)	66
13	Зефір	34
14	Шу крем чіз-смородина	69
15	Шу вишня-шоколад	69

Майстерня Живого хліба Harry bakery подає власний заклад, як кав'ярня нового формату, тобто спеціальне смажене зерно преміум-класу готується на обладнанні преміум-класу. Крім того, крім еспресо-машини, є ручна модуляція, яка є ще одним варіантом. Каву Harry bakery сама не обсмажує, зерна надає львівська кавова компанія «ТОВ МАКС», що без посередників

співпрацює з підприємцями із країн вирощування кави. Для приготування напоїв тут використовуються тільки високоякісні спеціальні зерна. Спеціальна кава – це категорія високоякісної кави – кава арабіка, вирощена на висоті понад 1000 метрів. У цьому випадку кавове дерево віддає весь сік у плоди. Зерно проходить спеціальне оброблення (до 15 ступенів). На спеціалізованих кавових пакетиках вказано не лише країну походження, а й регіон або плантацію.

У Майстерні Живого хліба Harry bakery два класичних напоїв еспресо: капучіно, лате, флет вайт та альтернатива – виготовлена за допомогою іншого обладнання. Все це обладнання – заварювання фільтр-кави в ємностях різної форми (табл.2.5, рис. 2.10).

Таблиця 2.5

Кавові напої майстерні Живого хліба Harry bakery

№	Назва напою	Ємність напою, мл	Ціна напою, грн.
1	Капуоранж	200	78
2	Раф кокос	200	65
3	Флет вайт	250	60
4	Дабл кавучино	330	58
5	Лате	330	58
6	Капучино	200	48
7	Дабл американо	200	46
8	Дабл еспресо	60	46
9	Фільтр	200	38
10	Еспресо	30	36



Рис. 2.10. Приготування кави в майстерні Живого хліба Harry bakery

Крім того, в закладі можна замовити різноманітні чаї, какао та напої з льодом (додаток А). Коли готують напої, то добавки для приготування напоїв не вживають, в закладі впевнені, що їхнє додавання до кави тільки псуєть смак. Тут також на столах не можна побачити цукор, але якщо клієнти потребують, то його приносять.

Також в майстерні Живого хліба Harry bakery можна замовити каву на рослинному молоці – поки, що тільки вівсяному, а в подальшому хочуть додати мигдальне і кокосове.

Серед новацій, що пропонуються в майстерні Живого хліба Harry bakery:

- виготовлення та продаж хлібобулочних виробів;
- виготовлення та продаж десерти та напої;
- доставка їжі;
- планується проведення бізнес-ранків;
- буде вечір дегустації виробів;
- зустріч подорожуючих з відвідувачами, з розповідями і враженнями

[16].

2.3. Оцінка новаційних послуг Майстерні Живого хліба Harry bakery

З метою вивчення діяльності Майстерні Живого хліба Harry bakery, а також для того щоб дослідити основні новаційні послуги в даному закладі, нами протягом березня-квітня 2023 року, проведено опитування в Інтернеті з використанням опитувальника GoogleForms (додаток Б). В опитуванні прийняло участь 100 осіб, які відвідали даний заклад.

Основним нашими респондентами були жінки – 62%, а кількість відправлених анкет чоловіками склала 38%, в основному вік опитаних коливався від 15 до 50 років (50% – від 15 до 26 років, 39% – від 27 до 40 років, 11% – від 41 до 50 років). По зайнятості клієнтів закладу можна сказати, що основна категорія відвідувачів це учні та студенти – 52%, на другому місці –

працівники фірм, що розташовані поряд (28%), на третьому – бізнесмени (15%) і четверте місце займають туристи, які відвідали наше місто (5%). Так як концепція закладу в основному розрахована на молодь, то можна констатувати, що опитування є правдивим. Результати опитування клієнтів Майстерні Живого хліба Harry bakery по типах харчування представлені в табл. 2.6.

Таблиця 2.6

Результати опитування по способу харчування клієнтів закладу

№	Спосіб харчування клієнтів закладу	Результати опитування, %
1	Звичайний спосіб	50,3
2	Здорова їжа	36,7
3	Не споживають тваринної їжі	10
4	Споживають дієтичну їжу	3

Якщо проаналізувати табл. 2.6, то можна відмітити, що в Луцьку зростає число клієнтів ресторанних закладів, які приділяють увагу своєму здоров'ю та прагнуть дотримуватись правил і принципів здорової їжі, яка констатує про поширення цієї складової в закладах кавового бізнесу. Тобто, кав'ярням потрібні якісні, натуральні та корисні напої та страви і тому Майстерні Живого хліба Harry bakery потрібно враховувати цей аспект і подальшому розширення свого меню.

За результатами обробки відповідей виявилось, що більшість відвідувачів, а саме 80,3%, мали намір йти до Майстерні Живого хліба Harry bakery заздалегідь, а 19,7% вирішили відвідати даний заклад спонтанно (рис. 2.11). При цьому стабільність у виборі рішення має переваги та призводить до постійної кількості клієнтів. Щоб збільшити кількість навмисних відвідувань закладу необхідно стимулювати бажання відвідувача за рахунок різноманітних заходів: акцій збуту, спеціальні пропозиції.

За результатами анкети, також можна побачити, що більшість (тобто 35,2%) відвідують Harry bakery 2-3 рази на місяць, а ще 11,8% – 1 раз на

тиждень (рис. 2.12), з чого видно, що в закладу є достатня та стабільна кількість відвідувачів для забезпечення стабільності доходу.

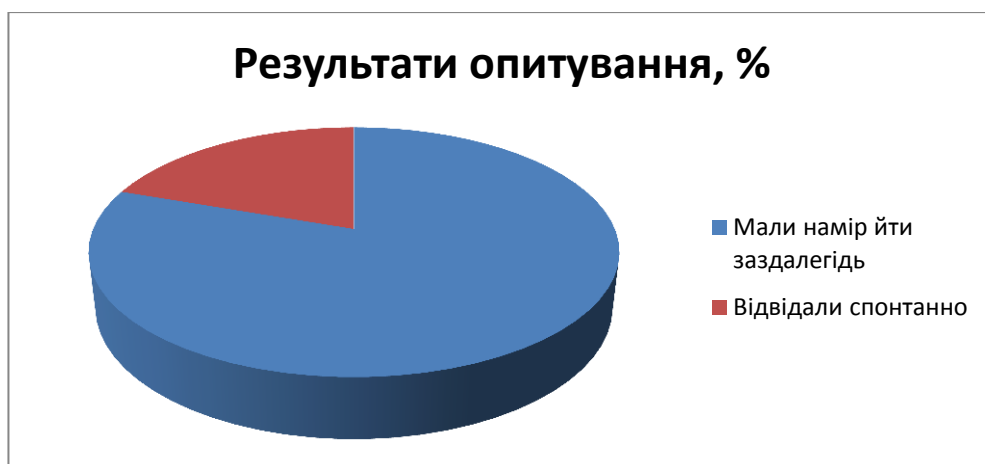


Рис. 2.11. Оцінка за намірами відвідати заклад



Рис. 2.12. Частота візиту до Майстерні Живого хліба Harry bakery

При цьому 24,2% респондентів відвідують Harry bakery хоча б 1 раз на місяць, 16,8% – 1 раз на 2-3 місяці, 12% респондентів відвідують кав'ярню рідко. Запуск стимулів сприятиме зростанню трафіку споживання, що ще більше збільшить продажі Майстерні Живого хліба.

Задоволення клієнтів є головним чинником роботи Harry Bakery. Значна частина цих технологій у Майстерні Живого хліба спрямована на покращення досвіду клієнтів. Крім того, Harry Bakery докладася зусиль для того, щоб

скоротити час витрачений на обслуговування клієнтів, тим самим зменшуючи витрати на персонал і збільшуючи прибуток від збільшення кількості відвідувачів. У майбутньому можливість спробувати різні страви може зацікавити відвідувачів закладу у 40,2% випадків, отримати інформацію про особливості приготування страв та напоїв (24,8%), поспілкуватися з відомими людьми (20,6%) та інші відповіді. - 2,4. Крім того, посмакувати різні страви та напої – 6,0%, нові види страв та напоїв – 6,0%.

Наступним аспектом нашого аналізу, було з'ясувати мету відвідування Майстерні Живого хліба Harry bakery. Згідно з опитуванням, 36% людей, які приходять в Harry bakery – посмакувати улюблені страви чи напої, перекусити/пообідати – 36%, зустрітися з друзями і перекусити – 20%, відпочити – 5,9%, проводити вільний час – 2,1%. Аналізуючи дані, необхідно забезпечити швидкість обслуговування в обідній час, пропонувати комплексні «обідні» пропозиції, запровадити мобільні додатки як можливість економити обідню перерву шляхом бронювання (рис. 2.13).

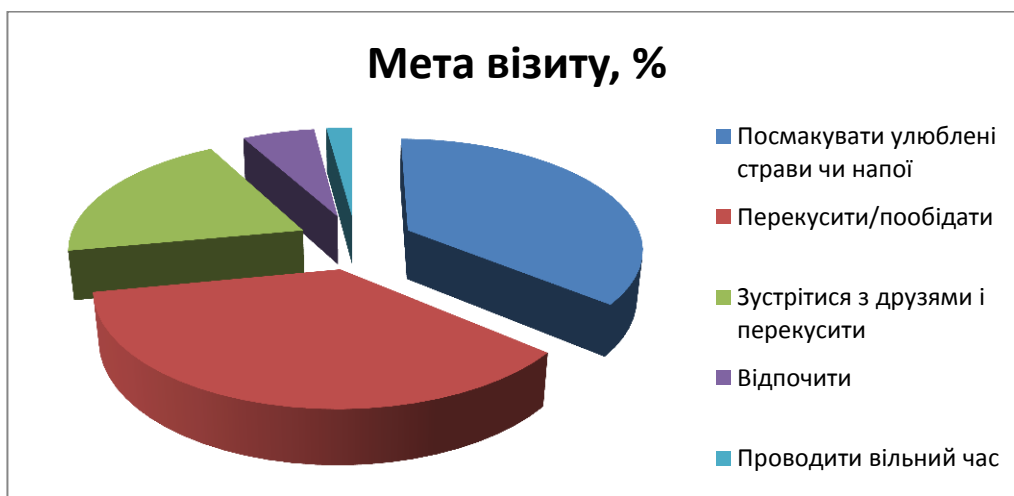


Рис. 2.13. Мета візиту до Майстерні Живого хліба Harry bakery

Наступне, що ми хочемо проаналізувати, це джерело інформації Майстерні Живого хліба Harry bakery. Здебільшого відвідувачі дізнаються про Harry bakery від друзів та знайомих – 56,3%, що доводить необхідність забезпечення високого рівня вірності та постійності відвідувачів, які залежатимуть від їхньої готовності рекомендувати іншим відвідувати даний заклад. Інтернет-мережі (соцмережі – 18,7%, сайти – 9,8%, інтернет-ресурси –

7,2%) – основні показники, які визначають привабливість Harry bakery. Інша реклама закладу становила 4,8%, вивіска – 3,2% (рис. 2.14).



Рис. 2.14. Інформація про Майстерню Живого хліба Harry bakery

На основі аналізу анкет, можна відмітити, що на вивіску чи зовнішню рекламу припадає другорядна роль, тому місце потребує покращення зовнішнього вигляду, встановлення вітрини, щоб привернути увагу потенційних відвідувачів, які проходять повз Майстерню Живого хліба Harry bakery. Через важливу роль, яку відіграють Інтернет-ресурси (соціальні мережі, веб-сайти, Інтернет-ресурси), необхідно використовувати більш новачійні підходи, особливо проведення конкурсів, розіграшів для користувачів Інтернет-ресурсів.

Згідно з аналізом результатів опитування, можна сказати, що найважливішим фактором у виборі Майстерні Живого хліба Harry bakery є професійність персоналу – 36,6%, якість і смак їжі та напоїв – 26,6%, різноманітність меню їжі та напоїв – 20,8%, швидкість обслуговування – 9,4%, рівень цін – 6,6%.

Тому саме вищезазначені компоненти вимагають найбільшої уваги з точки зору підвищення конкурентних переваг.

Отже, відмічені складові потребують найбільшої уваги щодо посилення конкурентних прерогатив.

РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ HARRY BAKERY, БІСТРО-ПЕКАРНЯ МІСТА ЛУЦЬКА

3.1. Проблеми функціонування закладу ресторанного господарства міста Луцька

У розвитку ресторанної сфери міста Луцька є певні труднощі, а саме:

- непостійність кадрів;
- відсутність професійних працівників;
- багато підприємств ресторанного господарства Луцька мають розміщення в непристосованих приміщеннях;
- необхідно дістати велику кількість погоджувальних та ліцензійних документів;
- підпорядкованість продуктовому обезціненню та кон'юктурі ресторанного ринку.

Непостійність професійних працівників і неохота власників закладів інвестувати в підготовку співробітників гальмують розвиток усієї сфери ресторанного сервісу міста. Складно характеризувати перспективи ресторанної індустрії без постійного припливу фахівців кулінарного мистецтва, торгівлі. Крім допустимих ризиків, власники ресторанного бізнесу також повинні брати до уваги економічні тенденції, оскільки макроекономічні фактори значно впливають на розвиток міських ресторанів. Фахівці у сфері громадського харчування простежили підпорядкованість розвитку закладів елітного чи середнього класу на ринку громадського харчування та розвитку великого чи малого бізнесу [5].

Основними чинниками, які стримують піднесення закладів ресторанного сервісу в місті Луцьку та і у всій Україні можна назвати:

- суцільне економічне падіння в Україні внаслідок війни, що позначилося на зменшенні потреби на послуги ресторанного сервісу,

зниження складових фінансової стабільності та операційної практики закладів ресторанного бізнесу;

- існують значні недоліки у сфері законодавства та нормативно-правової бази сфери громадського харчування в Україні;

- значна ступінь грошових ризиків та корупції в Україні не допомагає притягувати світові бренди у ресторанну індустрію;

- змінилася чисельність і структура населення внаслідок війни на території України, значно скоротилися групи потенційних споживачів, прискорилися темпи зростання виїзного туризму;

- керівникам закладів ресторанного господарства не вистачає практики антикризового управління, що викликає зменшення кількості компаній з фінансовими ресурсами, які зазвичай приймають стратегії скорочення чи ліквідації;

- значні орендні ставки через нестачу якісних місць, що негативно позначається на відкриття нових закладів ресторанного сервісу та цінову стратегію існуючих ресторанних закладів [6]. Якщо порівнювати із закордоном, то оренда не може бути більшою за 6% прибутку, а в Луцьку та й і в Україні ця межа доходить до 50%. Крім того, є багато об'єктів, що перебувають на межі закриття через підвищення цін у постачальників продукції, затримання платежів та збільшення заборгованості по кредитах [7; 14; 17].

3.2. Можливі напрямки новаційного розвитку Майстерні Живого хліба Harry bakery

Світова практика сформулювала такі типи напрямків новаційного розвитку:

- напрям трансферу (використання іноземної технологічної здатності та перенесення його результатів у власну економіку);

- напрям переймання (опанування виготовлення продукції високих технологій, яка вже існує в зарубіжних країнах);
- напрям розширення (споживання своєї технологічної здатності).

Базисом організаційно-технологічного піднесення будь-якого закладу ресторанного сервісу є переважаючий напрямок науково-технічного розвитку, так як покращення ефективності закладу засноване на новітніх науково-технічних досягненнях [22].

В теперішній час розвитку економіки України перед закладами ресторанного сервісу міста Луцька стоїть дилема підняття конкурентоспроможності, а також результативного застосування власної конкурентної здатності.

Питання переходу закладу ресторанного сервісу на впровадження новацій можна поставити з кількох причин:

- достеменно гостра потреба в новаціях, що призведе до покращення дієвості бізнесу, а як наслідок забезпечить виживання на ринку;
- реагування на дії конкурентів чи здобуток управлінських рішень відповідно до загального рівня розвитку сфери послуг.

Формулювання потреби застосування новацій та глибину переміни рекомендується за такими основними критеріями [Ілляшенко]:

- оцінка того, чи задоволений заклад ресторанного сервісу динамікою діяльності та фінансовим станом;
- змагальність закладу вимірюється індексом задоволеності відвідувачів;
- власники закладу вирішують, яку позицію вони планують займати на ринку: зберегти чи змінити поточне становище [23].

На рис. 3.1 подана схема визначення новаційних потреб закладу Майстерні Живого хліба Harry bakery та їх глибини, а також подано всі можливі варіанти результатів аналізу. Було визначено три спрямування застосування новацій з урахуванням матеріального здобутку, наявності ресурсів, споживчого попиту та уявлення керівництва про майбутній бажаний розвиток власного бізнесу та його ринкову конкурентоздатність.

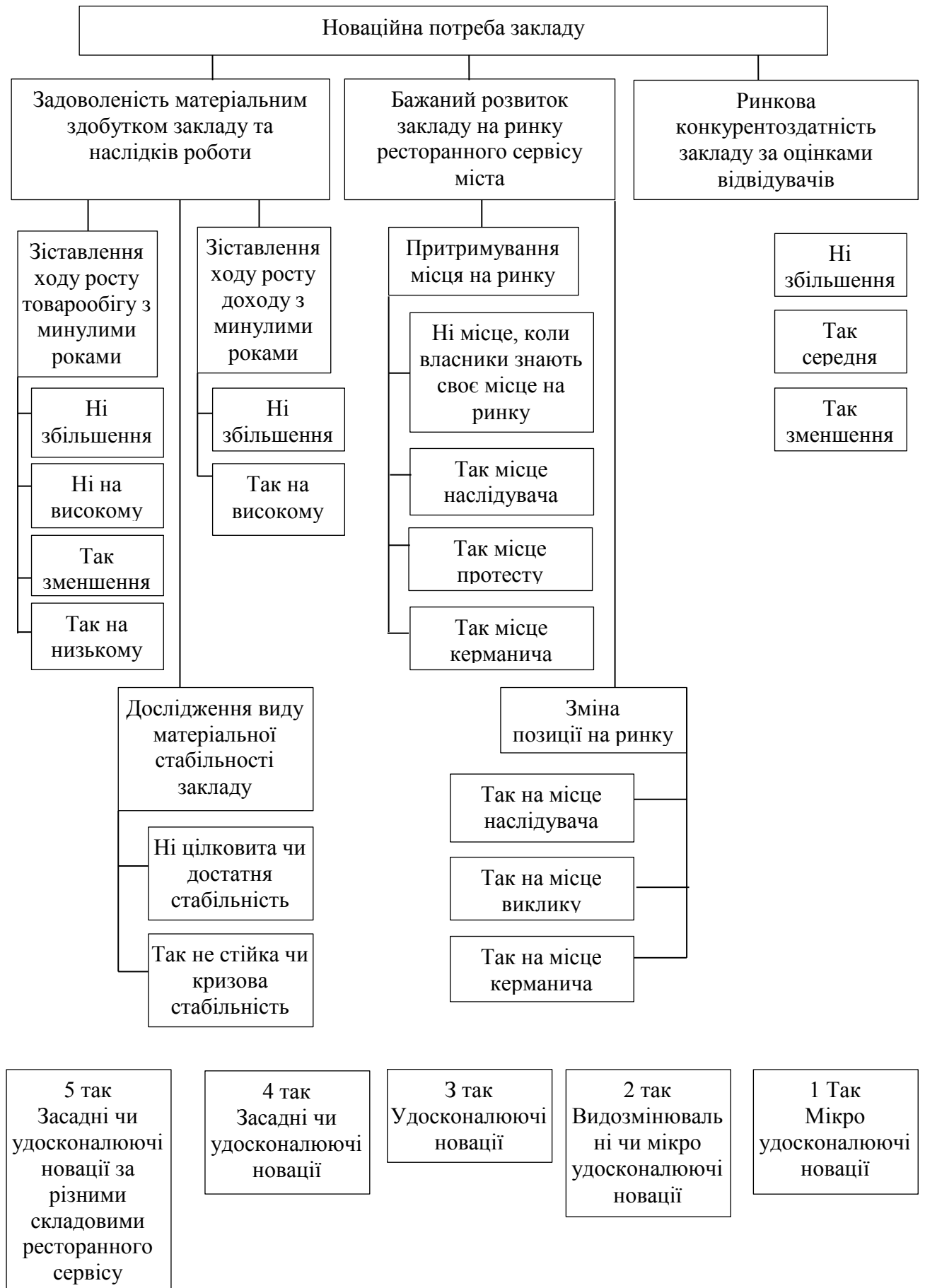


Рис. 3.1. Схема визначення новаційних потреб закладу
Щоб підібрати необхідну новацію, проаналізуємо їх.

Засадні новації – це новації, які формують різні складові ресторанного сервісу. Часто формуються на основі наукових відкриттів, тобто для істотної зміни діяльності закладу, або для формування новітніх напрямів роботи.

Удосконалюючі новації – новації, які подають значні зміни або покращення основних нововведень. Вони полягають у вдосконаленні існуючої продукції або впровадженям нових чи вдосконалених методів роботи закладу.

Видозмінювальні новації включають невеликі зміни, які покращують існуючі продукти, технології або системи управління. Вони не змінюють продукту чи виробничий процес, але призводять до покращень у сервісі [13].

Мікроудосконалюючі – являють собою незначні зміни засадної новації. Серйозних новинок вони не вносять.

За певних стратегічних умов розвитку та загальних економічних умов можливе впровадження мікроудосконалюючих новацій, тобто запровадження невеликої кількості новацій, достатньої для вирішення існуючих закладі ресторанного сервісу проблем та підвищення ефективності функціонування та використання ресурсів. Вони не потребують значного фінансування, адаптації та серйозних змін у впровадженні.

Коли проаналізувати рис. 3.1 то можна відмітити, що якщо заклад ресторанного бізнесу отримує «так» – далі рекомендується впроваджувати мікроудосконалюючі; 2 «так» – видозмінювальні або мікроудосконалюючі; 3 «так» – удосконалюючі новації; 4 «так» – засадні чи удосконалюючі новації; 5 «так» – засадні чи удосконалюючі новації за різними складовими ресторанного сервісу.

Подальшим чинником у визначенні новаційних потреб є визначення новаційної здатності закладу ресторанного сервісу, який включає:

- дослідження бажання закладу до застосування новацій;
- вибір конкретних складових впровадження новацій в закладі.

На відміну від екстенсивного та інтенсивного методів розвитку, інноваційний шлях розвитку суттєво орієнтований на збільшення доходу,

збільшення виробництва та зниження витрат відповідно. Крім того, орієнтація закладу ресторанного сервісу на новачі та розвиток дозволяє їм адаптуватися до змін зовнішнього середовища та довгостроково закріплюватися на ринку ресторанних послуг.

Для Майстерні Живого хліба Harry bakery доцільно ввести такі новачі:

- організувати кейтерингове обслуговування. В закладу вже є доставлення їжі клієнтам, але доцільно ще і запровадити виїздне обслуговування;

- перспективним є тренд української національної кухні з пропозицією крафтової їжі;

- реалізація здорового харчування, через введення в меню низькокалорійної їжі та напоїв;

- готування їжі в присутності замовника. В закладі, по вулиці Кравчук, 48 вже частина закладу відведена під пекарню за прозорим склом і відвідувачі можуть у першій половині дня спостерігати за випіканням хліба. Доцільно було ввести таку локацію і в закладі по вул. Лесі Українки, 61.

Ефективне існування закладу ресторанного господарства, на сьогоднішній день, неможливе без формування обґрунтованої стратегії новаційного розвитку. Але, кризові явища сьогодення постійно гальмують новаційний розвиток закладу, утримуючи більшість креативних рішень на стадії концепції та нездатних втілити в життя. У цьому випадку особливо важливо створити ефективну систему управління новаційним процесом на кожному етапі розвитку закладу ресторанного господарства.

ВИСНОВКИ

Нововведення – це наслідок новаційної роботи, що виступає новим чи покращеним результатом на ринку, тобто це хід прикладної роботи або новітній засіб соціального сервісу. Учасниками новаційної роботи являються індивіди, або підприємства, що проводять, яку небудь новаційну діяльність та підключають товарні чи розумові значущості, залучають особисті чи позичені цінності у втілення новітніх розробок.

Так як їжа завжди була одним із невід’ємних атрибутів життя людини, ресторани підприємства, при правильній організації є одними з найприбутковіших. З кожним роком кількість закладів, особливо ресторанів швидкого харчування, зростає, але люди готові платити більше за якісне обслуговування та смачну їжу. Ресторан повинен бути орієнтований на клієнта, і власник повинен зробити все можливе, щоб розширити джерело клієнтів і захистити бізнес від ризиків і збитків. Важливою умовою їх реалізації має стати можливість адаптації підприємців до нових умов сучасного етапу розвитку бізнесу та здатність своєчасно та ефективно впроваджувати різноманітні види інновацій (технічні, виробничі, логістичні, економічні, соціальні, інформаційні). чином і вміло керувати ними з’єднувати їх.

Поточна ситуація впливає на купівельну поведінку нових партнерів і, ймовірно, триватиме навіть після завершення війни. Для багатьох компаній це означає перегляд досвіду клієнтів і оцінку використання цифрових каналів для підтримки та підвищення рівня задоволеності клієнтів. Пошук нових каналів для взаємодії з клієнтами в нинішньому середовищі є обов’язковим як для ресторанної, так і для туристичної індустрії.

Враховуючи проведені дослідження, варто зазначити, що в умовах сучасного воєнного стану та повномасштабної військової агресії Російської Федерації проти України українські підприємства, організації та установи засвоїли новий підхід до соціальної відповідальності як інструменту

управління в ресторанні підприємства. Ці підходи відображені в щоденній волонтерській роботі, відкритті соціальних кухонь, постійній підтримці постраждалих та відповіді на виклики часу.

Аналізуючи статистичні дані за 2022-2023 роки, ми можемо відмітити, що найбільша кількість кавового сервісу Волинської області належить різноманітним кафе (29,8%), кав'ярням (18,9%). Велика кількість приготування кави припадає на кіоски кави (14,6%), бари (9,7%) та фаст-фуди (6,6%).

Як відомо, основним фактором успіху ресторанного кавового бізнесу являється потужна концепція бізнес-моделі та надання споживачам унікальних послуг з урахуванням сучасних тенденцій попиту, технологій громадського харчування та цінової політики. В даному випадку кафе, кав'ярня, кавові кіоски – найпопулярніший і прибутковий бізнес. Варто зазначити, що 63,3% нових підприємств ресторанного харчування склали кав'ярні, кавові кіоски та кафе.

В майстерні Живого хліба Harry bakery можна замовити каву на рослинному молоці – поки, що тільки вівсяному, а в подальшому хочуть додати мигдальне і кокосове.

Серед новацій, що пропонуються в майстерні Живого хліба Harry bakery: виготовлення та продаж хлібобулочних виробів; виготовлення та продаж десерти та напої; доставка їжі; планується проведення бізнес-ранків; буде вечір дегустації виробів; зустріч подорожуючих з відвідувачами, з розповідями і враженнями.

З метою вивчення діяльності Майстерні Живого хліба Harry bakery, а також для того щоб дослідити основні новаційні послуги в даному закладі, нами протягом березня-квітня 2023 року, проведено опитування в Інтернеті з використанням опитувальника GoogleForms. В опитуванні прийняло участь 100 осіб, які відвідали даний заклад.

Згідно з аналізом результатів опитування, можна сказати, що найважливішим фактором у виборі Майстерні Живого хліба Harry bakery є професійність персоналу – 36,6%, якість і смак їжі та напоїв – 26,6%,

різноманітність меню їжі та напоїв – 20,8%, швидкість обслуговування – 9,4%, рівень цін – 6,6%. Вищезазначені компоненти вимагають найбільшої уваги з точки зору підвищення конкурентних переваг. Відмічені складові потребують найбільшої уваги щодо посилення конкурентних прерогатив.

Основними чинниками, які стримують піднесення закладів ресторанного сервісу в місті Луцьку та і у всій Україні можна назвати: суцільне економічне падіння в Україні внаслідок війни; значні недоліки у сфері законодавства та нормативно-правової бази сфери громадського харчування в Україні; значна ступінь грошових ризиків та корупції в Україні; змінилася чисельність і структура населення внаслідок війни на території України; керівникам закладів ресторанного господарства не вистачає практики антикризового управління; значні орендні ставки через нестачу якісних місць.

Ефективне існування закладу ресторанного господарства, на сьогоднішній день, неможливе без формування обґрунтованої стратегії новаційного розвитку. Але, кризові явища сьогодення постійно гальмують новаційний розвиток закладу, утримуючи більшість креативних рішень на стадії концепції та нездатних втілити в життя. У цьому випадку особливо важливо створити ефективну систему управління новаційним процесом на кожному етапі розвитку закладу ресторанного господарства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Баженова С.Е., Пологовська Ю.Ю., Канцур І.Г. Розвиток готельно-ресторанного бізнесу в умовах сьогодення. *Економіка та суспільство*. Випуск 38. 2022. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-38-22>.
2. Бутенко О.П., Стрельченко Д.О. Стан ресторанного господарства України та перспективи його розвитку. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2019. № 56. С. 18–24.
3. Вдовічен А. Регіональні особливості управління підприємствами сфери гостинності в довоєнний, воєнний та пост воєнний періоди. *Управління розвитком сфери гостинності: регіональний аспект*. Матеріали Міжнародної науково-практичної онлайн-конференції. Чернівці: Технодрук, 2022. С. 10-21.
4. Воловельська І., Лоєнко О. Сучасні тенденції розвитку ресторанного бізнесу в Україні. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2020. № 55. С. 115-118.
5. Гапоненко Г.І., Євтушенко О.В., Шамара І.М. Основні тенденції розвитку ресторанного господарства України в сучасних умовах. *Вісник ХНУ імені В.Н. Каразіна. Серія Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм*. Вип. 14, 2021. С. 132-141.
6. Гінда М.І. Тенденції розвитку ресторанного господарства. *Збірник матеріалів Всеукраїнської науково-практичної конференції «Актуальні проблеми економіки та управління в умовах системної кризи»* (Львів, 29 листопада 2020 р.). Львів: МАУП, 2020. Ч. 1. С. 301-306.
7. Головне управління статистики у Волинській області. URL: <http://www.lutsk.ukrstat.gov.ua/>
8. Державне агентство розвитку туризму. URL: <https://www.tourism.gov.ua/>
9. Івашина Л.Л. Перспективи та проблеми кейтерингу в Україні. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2019. Вип. 17. С. 314-317.
10. Ілляшенко С.М. Управління інноваційним розвитком: Навчальний посібник. 2-ге вид., перероб. Суми: ВТД «Університетська книга», 2018. 324 с.

11. Інновації в ресторанному бізнесі. URL: <https://knowledge.allbest/management/3c0b65635a3ac69b5d43a89521>
12. Клапчук М.В., Біян В.І., Брухлій Б.В. Інноваційні технології в ресторанному господарстві. *Карпатський край*. 2019. № 1(2). С. 92–99.
13. Лапін О.В., Марчук Н.О. Визначення можливих напрямків інноваційного розвитку підприємства. *Ефективна економіка*. № 12, 2021. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=3647>
14. Литвиненко Т.Є. Новітні технології обслуговування у сфері ресторанного бізнесу. *Ресторанне господарство і туристична індустрія у ринкових умовах*. К., 2020. С.123-127.
15. Майстерня Живого хліба Happy bakery. URL: <https://www.facebook.com/HappyBakeryLutsk/>
16. Майстерня Живого хліба Happy bakery. URL: https://www.instagram.com/happybakery_pekarnia/
17. Малюта Л., Мельник Л. Концептуальна модель управління інноваціями: орієнтація на ринок. *Вісник Житомирського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки*. 2015. №2(72). С.139-144.
18. Мізюк Б., Миронов Ю. Методологічні основи системного управління в індустрії гостинності. *Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі*. 2022. № 5. С. 59-67.
19. Поворознюк І.М. Інноваційні технології в ресторанному бізнесі. *Економіка та суспільство*. Випуск 30/2021. URL: <https://economyandsociety.in.ua/php/>
20. Полотай Б.Я., Жмур-Клименко Б.В. Ресторанний бізнес під час війни. *Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі*. Випуск 7, 2022. С. 37-42.
21. Поняття інновацій в ресторанному бізнесі. URL: <http://ekon.in.ua/innovaciyi-v-restorannomu-biznesi.html>
22. П'ятницька Г.І. Інноваційні стратегії в сучасних умовах господарювання: суть та наукові підходи до формування вибору. *Проблеми науки*. 2021. № 11. С. 21-29.

23. П'ятницька Г.Т., Найдюк В.С. Сучасні тренди розвитку ресторанного господарства в Україні. *Економіка та держава*. 2018. № 9. С. 66-73.
24. Сидоренко Т.М. Особливості функціонування готельно-ресторанного бізнесу в умовах воєнного стану. *Підприємництво і торгівля*. 2022. № 33. С. 66-70.
25. Скляр Г. Трансформація розвитку сфери гостинності регіону у воєнний період. *Управління розвитком сфери гостинності: регіональний аспект*. Матеріали Міжнародної науково-практичної онлайн-конференції, м. Чернівці, 5 травня 2022 р. Чернівці: Технодрук, 2022. С. 342–344.
26. Сокирник І.В. Формування та реалізація стратегій підприємств ресторанного господарства в умовах цифрової трансформації економіки. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2019. № 3. С. 165-171.
27. Сучасні тренди ресторанного бізнесу. URL: http://tourlib.net/statti_ukr/kolisnychenko.htm
28. Ткачук О.М., Германюк Н.В. Сучасне удосконалення інноваційної діяльності підприємства. *Економіка і організація управління*. 4 (40). 2020. С. 90-99.
29. Харів П.С. Інноваційна діяльність підприємства та економічна оцінка інноваційних процесів: Монографія. Тернопіль: Економічна думка, 2020. 326 с.
30. Яхтер А.О. Підвищення конкурентоспроможності підприємств ресторанного господарства за рахунок упровадження інноваційної діяльності. *Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки*. 2015. Вип.39. Ч.1. С.132-137.

ДОДАТКИ

Додаток А

А.1 – Чайні та не кавові напої майстерні Живого хліба Harry bakery

№	Назва напою	Ємність напою, мл	Ціна напою, грн.
1	Матча латте	200	82
2	Чай	600	62
3	Какао	330	45
4	Фреш	300	65
5	Молочний коктейль	300	62
6	Смузі на рослинному молоці	300	85
7	Смузі	300	65
8	Глясе	300	62
9	Матча тонік	300	72
10	Еспресо тонік	300	62
11	Айс лате	300	58
12	Айс какао	300	55
13	Лимонад	300	56

Додаток Б

Новая форма

Шановні відвідувачі Harry bakery. Студенти Луцького національного технічного університету проводять опитування з метою виявлення Вашої задоволеності продукції та послугами Harry bakery. Просимо Вас відповісти на питання анкети. Будемо вдячні Вам за відповідь.

Як часто Ви відвідуєте Harry bakery. *

- Щотижня
- 2-3 рази на місяць
- Раз у 2-3 місяці

З якою метою Ви відвідуєте Harry bakery

- попити та посмакувати улюблені страви та напої

Основні питання анкети

1. Як часто Ви відвідуєте Harry bakery?

- щотижня;
- 2-3 рази на місяць;
- раз у 2-3 місяці.

2. З якою метою Ви відвідуєте Harry bakery:

- попити та посмакувати улюблені страви та напої;
- перекусити/пообідати;
- зустрітися та перекусити з друзями;
- відпочити;
- провести вільний час.

3. Зазвичай відвідування Harry bakery:

- Ви плануєте заздалегідь;

- відвідуєте спонтанно.

4. З яких джерел Ви дізналися інформацію про Harry bakery:

- з реклами;
- сайту Harry bakery;
- порадили друзі/знайомі;
- з Інтернету;
- з соціальних мереж (фейсбуку, інстаграм);
- вивіски закладу.

5. Найбільш значними чинниками вибору Harry bakery є:

- професіоналізм персоналу;
- асортимент напоїв та страв;
- якість та смак напоїв і страв;
- якість та швидкість обслуговування;
- рівень цін

6. В повсякденному житті Ви дотримуєтесь типу харчування:

- традиційного;
- здорове харчування;
- вегетаріанство;
- дієтичне харчування.