

**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 ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ЧИННИК ПІДВИЩЕННЯ  
ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ УСТАТКУВАННЯ (НА  
ПРИКЛАДІ КАВ'ЯРНІ ЛЬВІВСЬКИЙ КРУАСАН)**

спеціальність 241 Готельно-ресторанна справа

освітня програма «Готельно-ресторанна справа»

Виконав: здобувач вищої освіти  
групи ГРС-41  
**Іщук Олександр Юрійович**

---

Керівник:  
к.т.н., доцент  
Подоляк Володимир Миколайович

---

Кваліфікаційну роботу  
допущено до захисту  
«\_\_» \_\_\_\_\_ 2023 р.  
к.т.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

**Іщуку Олександрю Юрійовичу**

1. Тема кваліфікаційної роботи *Інноваційні технології як чинник підвищення ефективності функціонування устаткування (на прикладі кав'ярні Львівський круасан)*

Керівник роботи *Подольак Володимир Миколайович, к.т.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 засади інноваційних технологій у сфері обслуговування

Розділ 2. Загальна характеристика закладу «Львівський Круасан»

Розділ 3 Пропозиції щодо інноваційної діяльності у кав'ярні «Львівський круасан»

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

6. Консультанти розділів роботи

| Розділ   | Прізвище, ініціали та посада консультанта | Підпис         |                  |
|--|---|----------------|------------------|
|  |   | завдання видав | завдання прийняв |
| Розділ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У СФЕРІ ОБСЛУГОВУВАННЯ       | Доцент<br>Подоляк В.М.                    |                |                  |
| Розділ 2. ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ЗАКЛАДУ «ЛЬВІВСЬКИЙ КРУАСАН                    | Доцент<br>Подоляк В.М.                    |                |                  |
| Розділ 3. ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У КАВ'ЯРНІ «ЛЬВІВСЬКИЙ КРУАСАН | Доцент<br>Подоляк В.М.                    |                |                  |
| Висновки   | Доцент<br>Подоляк В.М.                    |                |                  |

7. Дата видачі завдання 15.09. 2022 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 засади інноваційних технологій у сфері обслуговування       | до 28.12.2022 р.                                   |          |
| 4     | Розділ 2. Загальна характеристика Закладу «Львівський Круасан                    | до 14.03.2023 р.                                   |          |
| 5     | Розділ 3. Пропозиції щодо інноваційної діяльності у кав'ярні «Львівський круасан | 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 \_\_\_\_\_

Керівник кваліфікаційної роботи \_\_\_\_\_

Іщук О.Ю.

Подоляк В.М.

## АНОТАЦІЯ

Іщук О.Ю. Інноваційні технології як чинник підвищення ефективності функціонування устаткування на прикладі кав'ярні Львівський Круасан.

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.

У даній роботі досліджено теоретично-методологічні засади інноваційного розвитку ресторанного господарства, проведений аналіз діяльності кав'ярні «Львівський Круасан» та здійснено роботу щодо застосування інноваційних технологій у закладі та шляхи вирішення проблем, які стосуються підвищення ефективності функціонування закладу.

Об'єктом дослідження кваліфікаційної роботи бакалавра є : устаткування у закладах ресторанного господарства та безпосередньо в кав'ярні «Львівський Круасан». Предмет дослідження – вивчення сукупності методів підвищення ефективності функціонування устаткування у закладах ресторанного господарства.

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

Ключові слова: інноваційні технології, інновація, кав'ярня, тенденції, круасан, заклад, обслуговування.

## ANNOTATION

Ishchuk O.Y. Innovative technologies as a factor of increasing the efficiency of the equipment's functioning (on the example of the Lviv Croissant).

Qualification work of the bachelor "Hotel and restaurant business" specialty 241 Hotel and restaurant business. Lutsk National Technical University. Lutsk, 2023.

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

In this work, the theoretical and methodological principles of innovative development of the restaurant industry were investigated, the analysis of the activity of the Lviv Croissant coffee shop was carried out, and work was carried out on the application of innovative technologies in the institution and ways to solve problems related to increasing the efficiency of the institution's functioning.

The object of research of the bachelor's qualification work is: the equipment in the establishments of the restaurant industry and directly in the coffee shop "Lviv Croissant". The subject of the research is the study of a set of methods for increasing the efficiency of equipment functioning in restaurants.

The novelty of the research results lies in the development of a methodological toolkit for the search for innovative technologies in the restaurant business to determine the priorities of innovative activities in order to form competitive advantages.

Keywords: innovative technologies, innovation, coffee shop, trends, croissant, establishment, service.

## ЗМІСТ

|   |           |
|---|-----------|
| <b>ВСТУП .....</b>  | <b>8</b>  |
| <b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ІННОВАЦІЙНИХ<br/>ТЕХНОЛОГІЙ У СФЕРІ ОБСЛУГОВУВАННЯ .....</b>       | <b>11</b> |
| <b>1.1 Оцінка та тенденції розвитку інноваційної діяльності .....</b>                             | <b>11</b> |
| <b>1.2 Адаптація ресторанного ринку в умовах повномасштабного<br/>втручання .....</b>             | <b>19</b> |
| <b>1.3 Кейтеринг як елемент інноваційної діяльності .....</b>                                     | <b>22</b> |
| <b>РОЗДІЛ 2. ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ЗАКЛАДУ<br/>«ЛЬВІВСЬКИЙ КРУАСАН».....</b>                    | <b>25</b> |
| <b>2.1 Загальна характеристика закладу.....</b>   | <b>25</b> |
| <b>2.2 PEST-аналіз підприємства «Львівський Круасан».....</b>                                     | <b>31</b> |
| <b>2.3 SWOT-аналіз підприємства .....</b>   | <b>33</b> |
| <b>РОЗДІЛ 3. ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ<br/>У КАВ'ЯРНІ «ЛЬВІВСЬКИЙ КРУАСАН».....</b> | <b>35</b> |
| <b>3.1 Сучасні проблеми та завдання закладів «Львівський Круасан»<br/>.....</b>                   | <b>35</b> |
| <b>3.2 Пропозиції щодо введення інноваційних технологій.....</b>                                  | <b>38</b> |
| <b>ВИСНОВКИ .....</b>   | <b>44</b> |
| <b>СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ .....</b>   | <b>46</b> |

## ВСТУП

**Обґрунтування актуальності теми дослідження.** Актуальним питанням сьогодення для сфери готельно-ресторанного господарства є питання вдосконалення та збільшення ефективності діяльності підприємств на національному та регіональному рівнях. Сучасний гастрономічний ринок змінюється і розширюється з кожним днем, і введення інновацій є ключем до успіху для багатьох ресторанів. Споживачі сьогодення стають все більш технологічно освіченими та звикли до швидкості та зручності. Вони бажають замовляти їжу онлайн, користуватися мобільними додатками для резервування столиків, або отримувати персоналізовані рекомендації з меню. Ресторани, які впроваджують інноваційні технології, здатні задовольнити ці змінені вимоги споживачів та зберегти їх лояльність. Ресторанна галузь є дуже конкурентною, і ресторанам потрібно знайти способи відрізнитися від інших. Введення інноваційних технологій, таких як автоматизація процесів, використання штучного інтелекту, замовлення їжі онлайн або використання технологій віртуальної реальності, може надати ресторану перевагу над конкурентами. Із ростом популярності нашої держави у світі, розвитку її інфраструктури та майбутнім ростом туристичної відвідуваності, заклади ресторанного господарства повинні використовувати новітні технології задля покращення їхньої діяльності в цілому. Поруч з цим, відсутність державного фінансування галузі туризму, гостра потреба в розбудові туристичної та готельно-ресторанної інфраструктури потребують впровадження нових інноваційних технологій із залученням ресурсів суб'єктів господарювання. Також повинні бути вдосконаленими раціональні механізми управління у сфері послуг в цілому, та відповідність устаткування європейським стандартам та вимогам. З огляду на викладене можна стверджувати, що тема даної роботи є актуальною.

**Стан вивченості проблеми.** Тема введення інновацій у готельно-ресторанних комплексах є достатньо глибоко вивченою наступними вченими:

Журавльовою С.М. , П'ятницькою Г., Григоренком О. Також із даної тематики було проведено безліч наукових заходів, один з них, а саме «Збірник виступів учасників XIII науково-практичної конференції студентів вищих навчальних закладів Укоопспілки «Інноваційні процеси і їх вплив на ефективність діяльності підприємства» слугували основою задля вивчення даної теми. Оскільки тема є доволі дослідженою із теоретичної точки зору, у даній роботі було запропоновано саме практичні методи введення інноваційних технологій з огляду на конкретне ресторанне господарство.

**Мета і завдання дослідження.** Мета роботи полягає в узагальненні теоретичних засад щодо видів інновацій у ресторанному бізнесі, а також у дослідженні чинників підвищення ефективності функціонування підприємств та безпосередньо устаткування, які вже активно та успішно використовуються у передових закладах світу.

Відповідно до мети дослідження були поставлені такі завдання:

- оцінити тенденції розвитку інноваційної діяльності у ресторанах
- розглянути та означити роль інновацій у бізнесі;
- дослідити явище адаптації ресторанного ринку в умовах повномасштабного вторгнення
- дослідити вплив інновацій на ресторанний ринок
- здійснити аналіз діяльності готельно-ресторанної індустрії в Україні та оцінити її фінансово-економічні показники
- дослідити діяльність кав'ярні «Львівський Круасан»
- назвати пропозиції щодо введення інноваційних технологій у закладі «Львівський Круасан»

**Об'єкт дослідження** – устаткування у закладах ресторанного господарства та безпосередньо в кав'ярні «Львівський Круасан».

**Предмет дослідження** – вивчення методів підвищення ефективності функціонування устаткування у закладах ресторанного господарства.

**Методи дослідження** – у роботі застосовано системно-структурний підхід із використанням загальновідомих методів дослідження та викладення

інформації, а саме: аналіз, систематизація, та порівняння. Також було використано графічний та табличний підходи задля наочного відображення результатів дослідження. Метод узагальнення – для формування напрямків інноваційного удосконалення устаткування у сфері готельно-ресторанних послуг.

**Інформаційною базою дослідження** були: законодавчі та нормативно-правові акти щодо державного управління готельно-ресторанним бізнесом, інформаційні матеріали Державної служби статистики України, а також наукові праці вітчизняних і зарубіжних вчених та інші інформаційні джерела за напрямом дослідження.

# РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У СФЕРІ ОБСЛУГОВУВАННЯ

## 1.1 Оцінка та тенденції розвитку інноваційної діяльності

Інновації є ключовим елементом успішного бізнесу в сучасному світі. Вони означають впровадження нових ідей, технологій та процесів у практику діяльності компанії з метою покращення її ефективності та конкурентоспроможності.

Одним з основних впливів інновацій на бізнес є здатність до розвитку нових продуктів і послуг, що задовольняють змінювані потреби клієнтів. Інновації дозволяють компанії виходити на нові ринки, збільшувати прибуток, підвищувати рівень задоволення клієнтів і залучати нових клієнтів.

Судячи з Закону України про інноваційну діяльність, термін «інновації» окреслено наступним чином: «інновації - новостворені (застосовані) і (або) вдосконалені конкурентоздатні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери» [8].

Інноваційна діяльність судячи з Закону України – це «діяльність, що спрямована на використання і комерціалізацію результатів наукових досліджень та розробок і зумовлює випуск на ринок нових конкурентоздатних товарів і послуг» [8].

Інновації також можуть забезпечувати компанії конкурентну перевагу, яка є особливо важливою в сучасному ринковому середовищі. Шляхом впровадження нових ідей та технологій, компанії можуть стати лідерами на ринку і перевершити своїх конкурентів.

У статті 1 загальних положень Закону України про інноваційну діяльність, підприємство може називатись інноваційним якщо виконано наступні умови: «інноваційне підприємство (інноваційний центр, технопарк, технополіс,

інноваційний бізнес-інкубатор тощо) - підприємство (об'єднання підприємств), що розробляє, виробляє і реалізує інноваційні продукти і (або) продукцію чи послуги, обсяг яких у грошовому вимірі перевищує 70 відсотків його загального обсягу продукції і (або) послуг» [8].

Інновації також можуть впливати на оптимізацію внутрішніх процесів компанії, забезпечуючи ефективнішу роботу і знижуючи витрати. Впровадження нових технологій може полегшити процеси виробництва і збільшити їх продуктивність, а також знизити витрати на енергію та інші ресурси (рис. 1.1).



Рис. 1.1 Приклад введення інновації у ресторані – термінал самообслуговування [12]

Також нововведення повинні цікавити не тільки приватних підприємців та власників бізнесу, а й саму державу в цілому, адже розвиток окремого суб'єкта (бізнесу) та його інноваційні нововведення напряму впливають на економічне становище держави, його розвиток та місце у світовій спільноті.

Отже, важливість інновацій у державі не підлягає сумнівам і їхні завдання у Законі України окреслено наступним чином: «Головною метою державної інноваційної політики є створення соціально-економічних, організаційних і правових умов для ефективного відтворення, розвитку й використання науково-

технічного потенціалу країни, забезпечення впровадження сучасних екологічно чистих, безпечних, енерго- та ресурсозберігаючих технологій, виробництва та реалізації нових видів конкурентоздатної продукції» [8].

Нарешті, інновації можуть стимулювати розвиток людських ресурсів окремої компанії. Впровадження нових ідей та технологій може сприяти розвитку талантів та збільшенню мотивації працівників, що в свою чергу може позитивно вплинути на результативність компаній.

Інноваційні зміни можуть мати значний вплив на діяльність підприємств ресторанного господарства, дозволяючи їм покращувати якість обслуговування, знижувати витрати та підвищувати конкурентоспроможність. Прогрес будь-якої країни відбувається за рахунок розвитку науки. Впровадження новітніх технологій та інноваційних ідей призводить до економічного зростання, розвитку малого бізнесу, тощо.

«Покращення у сфері обслуговування безпосередньо залежить від застосування інновацій. Варто зазначити, що оскільки зараз наша держава переживає фінансову кризу, то і рівень сервісу в закладах харчування є далеко не найкращим. Тому для того, щоб привернути увагу потенційних клієнтів, керівники ресторацій та кафе впроваджують у діяльність закладів нові технології» [3].



Рис. 1.2. Приклад сучасної інновації – інтерактивний стіл з меню [16]

У сфері дослідження ресторанного бізнесу вже є безліч робіт, присвячених цій темі. Основні інновації можна класифікувати за видами. До них відносять:

- «маркетингові (керування процесом бронювання on-line);
- продуктові (застосування клінінгових технологій, патентування нових страв та їх оформлення);
- організаційні (нові форми та методи навчання персоналу, відкриття мережі закладів харчування, планування нових концепцій);
- ресурсні (пошук нових ресурсів для розвитку підприємств)» [7].

Враховуючи наведені вище види інновацій, слід більш глибоко розглянути ті з них, які варто було б активніше використовувати у ресторанному господарстві:

*Використання можливостей Інтернету (бронювання).* Використання Інтернету та електронних платформ може допомогти ресторанам значно полегшити процес бронювання столів та керування клієнтською базою. Ось деякі з переваг використання Інтернету для бронювання столів:

- Зручність для гостей: Гости можуть легко та швидко забронювати стіл у ресторані через Інтернет, не потребуючи додаткового часу та зусиль.
- Оптимізація роботи персоналу: Ресторан може автоматизувати процес бронювання та управління клієнтською базою, що дозволяє персоналу зосередитися на інших аспектах роботи.
- Покращення ефективності: Використання Інтернету дозволяє ресторанам відслідковувати кількість бронювань, прибутковість та інші показники, що дозволяє підвищити ефективність роботи підприємства.
- Розширення аудиторії: Ресторани, які використовують Інтернет для бронювання столів, можуть привернути більше клієнтів з-за можливості бронювання столів в будь-який зручний для гостя час.
- Можливості маркетингу: Ресторани можуть використовувати дані про клієнтів для проведення маркетингових кампаній, збільшуючи збут та відвідуваність.

*Наявність Wi-Fi.* Наявність Wi-Fi у ресторані може мати значення для більшості клієнтів, оскільки дає їм можливість підключитися до Інтернету, щоб виконувати свої особисті або професійні справи під час перебування в ресторані. Ось декілька причин, чому важлива наявність Wi-Fi у ресторані:

- Збільшення часу перебування: Якщо клієнти можуть підключитися до Інтернету, вони можуть проводити більше часу у ресторані, що може допомогти збільшити обіг підприємства.

- Покращення іміджу ресторану: Ресторани, які пропонують Wi-Fi, можуть бути сприйняті як більш сучасні та прогресивні, що може допомогти залучити більше клієнтів та покращити імідж підприємства.

- Можливості маркетингу: Ресторани можуть використовувати Wi-Fi для проведення маркетингових кампаній, збираючи дані про клієнтів та пропонуючи спеціальні пропозиції через Інтернет.

*QR-коди і наявність електронного меню.* QR-коди та електронне меню (рис 1.3) можуть мати велику важливість для ресторану. Ось декілька причин:

- Зручність для клієнтів: QR-коди та електронні меню зроблять процес замовлення їжі більш зручним для клієнтів. Замість того, щоб просити офіціанта дати меню, клієнти можуть просто сканувати QR-код зі своїм смартфоном, щоб отримати доступ до меню. Це може зменшити кількість фізичного контакту між клієнтами та офіціантами, що особливо важливо в умовах пандемії COVID-19.

- Економічна вигода: роздрукування традиційних меню може бути досить дорогим для ресторану, особливо якщо їх необхідно змінювати залежно від сезону чи нових пропозицій в меню. З іншого боку, електронні меню можуть оновлюватися в режимі реального часу та не потребують друку на папері. Таким чином, ресторани можуть зменшити витрати на друк меню.

- Більша гнучкість: з електронним меню можна легко здійснювати зміни та оновлювати його без необхідності друкувати нові копії. Це може бути

особливо корисним для ресторанів, які змінюють своє меню залежно від сезону або відгуків клієнтів.

- Підвищення продажів: електронне меню може включати фотографії страв та їх описи, що може підвищити продажі тих страв, які виглядають найбільш привабливо на екрані.



Рис. 1.3. Приклад QR-меню у ресторані «The Corner»

*Аудіо-візуальні дисплеї.* «Дисплеї, вбудовані у стіни, шафи, столи стали не лише оригінальним способом привернення уваги клієнтів, але й вдалим дизайнерським рішенням. Технологічно оновлений інтер'єр гарантує зацікавленість відвідувачів. Дисплеї можуть транслювати музичні кліпи, новини, а також використовуватися як екрани для доступу до Інтернету. Відповідно на них можна встановити програми з доступом до карт, схем транспортних маршрутів тощо. Однією з найвідоміших мереж по встановленню дисплеїв у світі є «Digital Signage». Їх послугами активно користуються мережа готелів Van Der Valk у Нідерландах, готель «Дель Коронадо» у Каліфорнії та ін.» [3].



Рис. 1.4 Дисплеї вмонтовані у стіну ресторану.

*Меню на вітринах та при вході у ресторан.* Меню на вітринах та при вході в ресторан можуть мати важливість для ресторану з кількох причин:

- **Привабливість:** меню на вітринах можуть привернути увагу потенційних клієнтів, які проходять повз ресторан. Якщо меню виглядає привабливо та пропонує страви, які можуть зацікавити потенційних клієнтів, то вони можуть вирішити зайти в ресторан.

- **Орієнтація:** меню при вході в ресторан можуть допомогти клієнтам орієнтуватися в асортименті страв та цінах, перш ніж присядуть за стіл. Це може збільшити шанс того, що клієнти замовлять більше страв та напоїв.

- **Інформаційна цінність:** меню на вітринах та при вході в ресторан можуть містити інформацію про те, що робить ресторан особливим, наприклад, про те, що вони використовують тільки свіжі продукти або пропонують страви, які готуються за давніми рецептами. Це може зробити ресторан більш привабливим для клієнтів.

- **Клієнтський сервіс:** меню на вітринах та при вході в ресторан може допомогти офіціантам ресторану забезпечити клієнтів інформацією про страви та напої, що пропонуються. Якщо клієнти заздалегідь знайомі з меню

ресторану, то вони можуть бути більш впевненими у своїх замовленнях та менше залежати від допомоги офіціантів.



Рис. 1.5 Приклад меню при вході у ресторан

## 1.2 Адаптація ресторанного ринку в умовах повномасштабного вторгнення

Після початку повномасштабного вторгнення, робота ресторанних господарств опинилася під великим питанням. Ресторани масово почали закриватись, деякі з них було повністю зруйновано, декотрі почали боротьбу за своє виживання. У такий складний для бізнесу час, як ніколи важливо правильно приймати управлінські рішення, та затверджувати нові методи обслуговування (доставка). Саме про існування ресторанних господарств в умовах повномасштабного вторгнення, та їхнє безпосереднє відродження, буде йти мова у даному розділі.

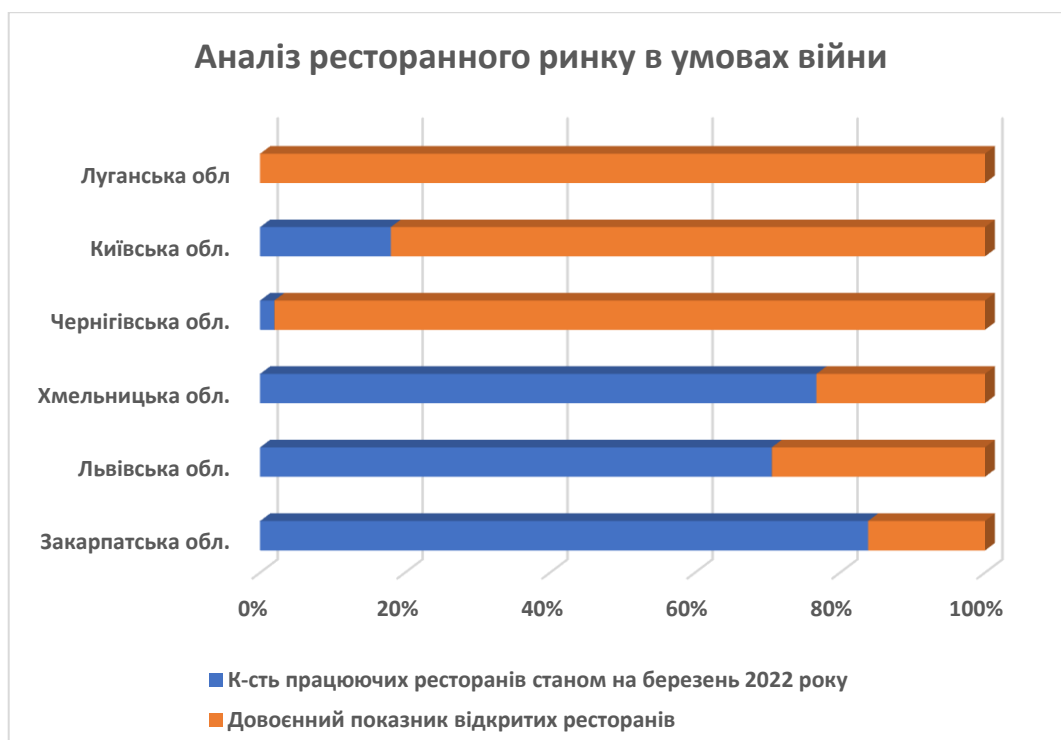


Рис. 1.6. Кількість працюючих ресторанів станом на березень 2022 року в порівнянні з працюючими ресторанами у довоєнний період.

Судячи з наведених даних, можна зробити висновок, що в умовах війни найбільша кількість відкритих закладів була у регіонах, де не було активних бойових дій. В цілому частка працюючих ресторанів по всій Україні в порівнянні з довоєнним часом становила 38%.

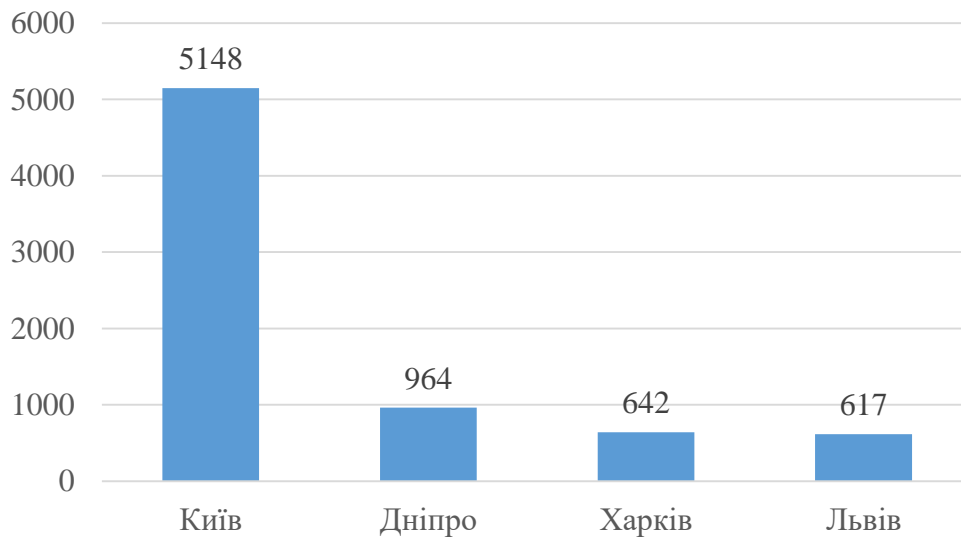


Рис. 1.7 Обсяг ресторанного ринку України за найбільшими містами (2021-2022 рік)

Повномасштабне вторгнення стало справжнім випробуванням для підприємств ресторанного господарства. Проте найсильніші з них змогли адаптуватися. Деякі з них навчилися працювати під обстрілами, деякі перенесли місце своєї дислокації. Інші знайшли нові ринки збуту та вийшли на міжнародний рівень і закордонного споживача.

Ресторанний бізнес дуже швидко зміг відкалібрувати свою роботу під умови війни. Заклади громадського харчування почали готувати їжу для військових, медиків та переселенців.

Саме в умовах війни, перед ресторанными господарствами гостро постало питання обслуговування великого потоку людей(біженців) в умовах дефіциту продукції та сировини. Саме в цей момент, ресторани масово розпочали впроваджувати інновації, що дозволили знизити завантаженість ринку.

Інноваційні зміни можуть мати значний вплив на діяльність підприємств ресторанного господарства, оскільки ця галузь харчової промисловості досить конкурентна і залежить від вимог споживачів щодо якості, ціни та різноманітності продуктів.

Оцінка впливу інноваційних змін на діяльність та успішність роботи підприємства – непросте завдання, вирішення якого потребує неабиякого зваженого на науково обґрунтованого підходу.

Ефекти від реалізації інновацій, згідно з результатами роботи П'ятницької Г.Т та П'ятницької Н.О [15]., є наступними:

- ресурсний – ефект у якому відображається вплив інновацій на обсяги використання у процесі виробництва того чи іншого ресурсу.

- соціальний – ефект у якому враховуються соціальні наслідки реалізації інновацій.

- науково-технічний – ефект у якому відображаються більшість характеристик інноваційних змін.

- екологічний – ефект, що характеризує вплив інновацій на навколишнє середовище.

«За результатами проведених науковцями протягом 2002-2012 рр. досліджень на підприємствах РГ України різних типів, класів і доступності для споживачів встановлено, що у ресторанному господарстві, з практичної точки зору, має сенс виділяти три основні об'єкти інноваційних змін, які потрібно оцінювати в процесі управління:

- товар, яким може бути як продукція (страва чи напій), так і послуги підприємства (закладу) РГ;

- процеси, що пов'язані з організацією роботи та функціонуванням підприємства (закладу) РГ, наприклад, процеси виробництва страв, організації обслуговування споживачів у торговому залі тощо;

- засоби праці, що використовуються в тому чи іншому процесі» [15].

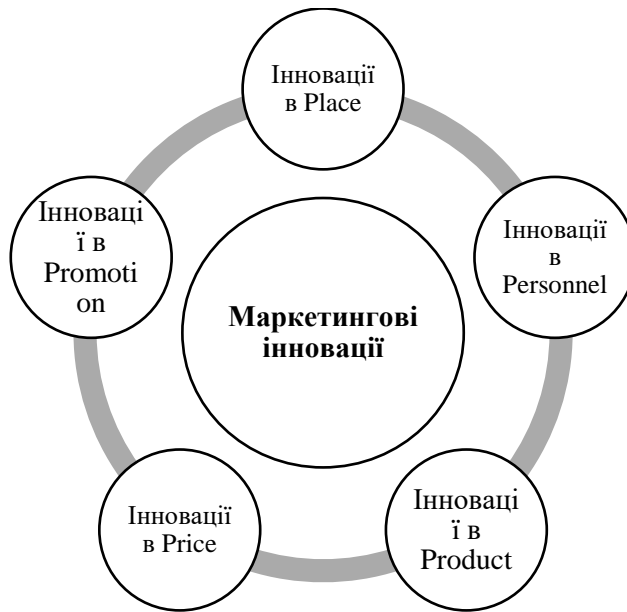


Рис 1.8. Схема маркетингових інновацій

### 1.3 Кейтеринг як елемент інноваційної діяльності

На сьогодні кейтеринг є видом обслуговування який активно розвивається та має неабиякі перспективи та можливості щодо його вдосконалення.

Кейтеринг - обслуговування поза приміщень підприємств харчування. Відповідає традиційному комплексному обслуговуванню, що включає приготування їжі, сервіровку столу, надання допомоги у проведенні заходу поза закладу харчування [4, с.15].

Останнім часом зросла кількість різноманітних виїзних церемоній, проведення заходів на свіжому повітрі. Забезпеченням страв займаються загалом спеціалізовані кейтерингові агенції. Проте деякі ресторани теж включають кейтеринг до переліку послуг. Такий хід приваблює нових відвідувачів та розширює можливості самого закладу [18].

На сьогоднішній день послуги з кейтерінгу в Україні швидко розвиваються та удосконалюють свої прийоми роботи із замовниками, розширюючи перелік послуг. Кейтерінг являє собою високоприбутковий та перспективний вид діяльності для готелів та ресторанів, які планують

організувати послуги постійно, а не періодично з метою долучити додатковий дохід для закладу» [9].

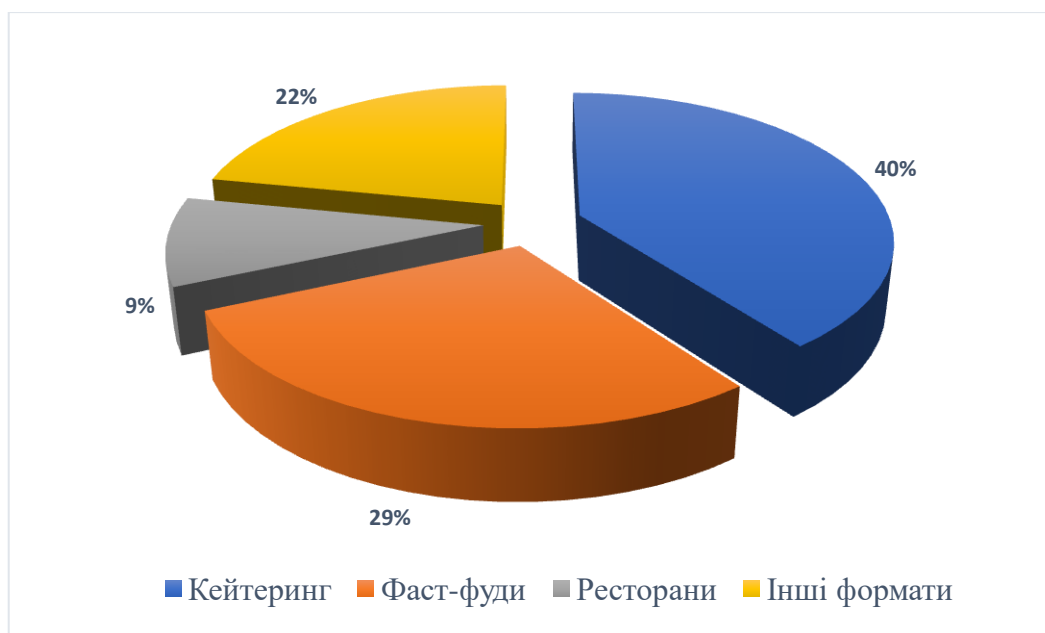


Рис. 1.9. Доля кейтерингу на європейському ринку послуг «харчування поза межами дому» у % від об'єму ринку на 2019 рік

Слід зауважити, що статистику наведено станом на 2019 рік, тобто в період пандемії COVID-19 об'єм ринку «харчування поза межами дому» виріс у декілька разів.

Кейтеринг - це надання послуг з організації та постачання їжі та напоїв на різноманітні заходи, такі як корпоративні вечірки, весілля, конференції, банкети тощо. Ось деякі переваги, характеристики та сильні сторони кейтерингу:

- зручність дозволяє замовникам насолоджуватися якісною їжею та професійним обслуговуванням, не турбуючись про організацію кулінарного процесу. Всі деталі стосовно приготування, доставки та сервірування беруть на себе кейтерингові компанії.

- гнучкість, кейтеринг може бути адаптований до потреб та бюджету замовника. Вибір меню, кількості страв, виду сервісу та декору може бути відповідно налаштований.

- професіоналізм: кейтерингові компанії мають досвід та професіоналізм у підготовці, доставці та сервіруванні їжі. Вони володіють

необхідними навичками та знаннями, щоб забезпечити якісне харчування та враження для гостей.

«Підсумовуючи викладені вище матеріали, хочеться зазначити, що впровадження інноваційних технологій у ресторанній сфері приводить до збільшення кількості відвідувачів, до розширення асортименту продукції та способів її подачі, а також до пошуку нових оригінальних рішень ведення бізнесу, які підвищують конкурентоздатність закладів харчування» [16]. Отже, із удосконаленням технологій сфера обслуговування повинна вийти на новий (вищий) рівень сервісу.

## РОЗДІЛ 2. ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ЗАКЛАДУ «ЛЬВІВСЬКИЙ КРУАСАН»

### 2.1 Загальна характеристика закладу

У даному розділі наукової роботи, проаналізовано діяльність готельно-ресторанного підприємства, також будуть розглянуті інноваційні технології котрі вже функціонують у даній кав'ярні, та інноваційні технології, які можна було б використати задля покращення роботи кав'ярні (устаткування, обслуговування, тощо)

Задля кращого ефекту введення інновацій, слід провести аналіз підприємства адже, підприємство, що працює в сучасній ринковій економіці, щодо покращення своїх результатів діяльності, повинно постійно аналізувати внутрішнє та зовнішнє середовище, дії конкурентів, потреби споживачів та тенденції зміни цих потреб.

*Основна інформація про заклад та його концепція.* Назва ресторанного господарства – «Lviv Croissants». На даний момент в Україні, успішно працює понад 130 пекарень Lviv Croissants.

Місця розташування закладів у місті Луцьку :

- вул. Винниченка, 2;
- пр. Соборності, 11П;
- вул. Сухомлинського 1, ТРЦ ПортСіті;

Заклад позиціонує себе як ресторан швидкого харчування, пропонує страви французької кухні та по визначальному задуму - є монопродуктовим рестораном. Заклад надає послуги громадського харчування і організації культурного дозвілля. Ресторан практикує часткове обслуговування офіціантами, та не перешкоджає самообслуговуванню, адже це сприяє швидкості роботи закладу та зменшує потреби в персоналі.

Ресторан представлено сторінками в Instagram та Facebook, також у підприємства є власний сайт [12].

Інтер'єр ресторанів витримано у сучасному Loft стилі, що на сьогодні є дуже естетичним та привабливим.

Ресторани розташовані переважно в торгових центрах, фудкортах, біля районів навчальних закладів, центральних вулицях, або на інших локаціях із інтенсивним пішохідним трафіком.

В залежності від місця розташування, та вимог до приміщення розглянемо три класи пекарень: ресторан класу S (Small) (табл. 2.1); ресторан класу M (Middle) (табл. 2.2); ресторан класу L (Large) (таблиця 2.3).

Таблиця 2.1.

#### Основні характеристики ресторану класу S

|                           |  |
|---------------------------|--|
| Основні вимоги до локації | Торгові центри, фудкорти, та локації націлені на потік To Go.  |
| Наявність комунікацій     | Вода, каналізація, вентиляція (січення трубопроводу від 20x20 або діаметром 20см). Потужність електрики від 30кВт. |
| Площа підприємства        | До 35м <sup>2</sup>  |
| Додаткові особливості     | Можливість розміщення вивіски на фасаді. Відсутність власної посадкової зони. Мінімальна кількість персоналу.      |

Таблиця 2.2.

#### Основні характеристики ресторану класу M

|                           |   |
|---------------------------|---|
| Основні вимоги до локації | Локації з інтенсивним пішохідним трафіком, центральні вулиці, площі, проспекти.   |
| Наявність комунікацій     | Вода, каналізація, вентиляція (січення трубопроводу від 20x20 або діаметром 20см). Потужність електрики від 30кВт.  |
| Площа підприємства        | 50-100м <sup>2</sup>  |
| Додаткові особливості     | Окремий фасадний вхід, (без сходинок максимум 1-2), наявність вікон ( мінімум 1 окрім вхідної групи). Можливість встановлення літньої тераси.<br>Посадкова зона від 30 до 70 місць. |

Таблиця 2.3.

## Основні характеристики ресторану класу L

|                           |   |
|---------------------------|---|
| Основні вимоги до локації | Локації в спальних районах, районах офісних центрів. Також локації біля парків та місць відпочинку.   |
| Наявність комунікацій     | Вода, каналізація, вентиляція (січення трубопроводу від 20x20 або діаметром 20см). Потужність електрики від 30кВт.  |
| Площа підприємства        | 100-150м <sup>2</sup>   |
| Додаткові особливості     | Наявність окремої зони для дітей. Літній майданчик. Окремий фасадний вхід, (без сходинок максимум 1-2), наявність вікон (мінімум 1 окрім вхідної групи). Кіоски самообслуговування та кавові модулі самообслуговування. |

Основною концепцією закладу є бачення, що заклад - це насамперед місце де гості можуть приємно провести час насолоджуючись смачною кавою та французькими круасанами під акомпанемент приємної музики.

Меню ресторану представлено великим асортиментом різноманітних видів круасанів. Починаючи від класичного «Львівського» із саямі та закінчуючи солодкими круасанами із широким вибором начинки.

Матеріально-технічна база ресторану дозволяє повною мірою дотримуватись всіх вимог, що зазвичай пред'являються до закладів громадського харчування. Наприклад: наявність складських приміщень, холодильної та морозильної камер, холодного та гарячого цехів, мийки, якісним посудом та устаткуванням.

Підсумовуючи наведене, можна сказати що:





- Ресторани мережі знаходяться переважно у центрах міст, біля локацій з високим пішохідним трафіком (парки, навчальні заклади, тощо) та в цілому мають гарне розташування.

- Яскраві вивіски, інтер'єр та екстер'єр відповідають єдиній концепції, несуть достовірну інформацію та в цілому є привабливими для гостей.

- Меню закладу є різноманітним незважаючи на монопродуктову орієнтацію (табл. 3.4.).

Таблиця 2.4.

Аналіз найпопулярніших страв у закладі

| Назва страви              | Фото  | Вага, г /<br>калорійність, ккал | Ціна,<br>грн |
|---------------------------|---|---------------------------------|--------------|
| Круасан<br>«Львівський»   |    | 240 / 304                       | 79           |
| Круасан<br>«Королівський» |  | 240 / 296                       | 95           |
| Чізбургер                 |  | 250 / 293                       | 99           |
| Штрудель                  |  | 341 / 349                       | 69           |

|                   |   |           |    |
|-------------------|---|-----------|----|
| Малинова насолода |  | 195 / 317 | 65 |
|-------------------|---|-----------|----|

*Аналіз завантаженості ресторану «Львівський Круасан» на вулиці Винниченка, 2.*

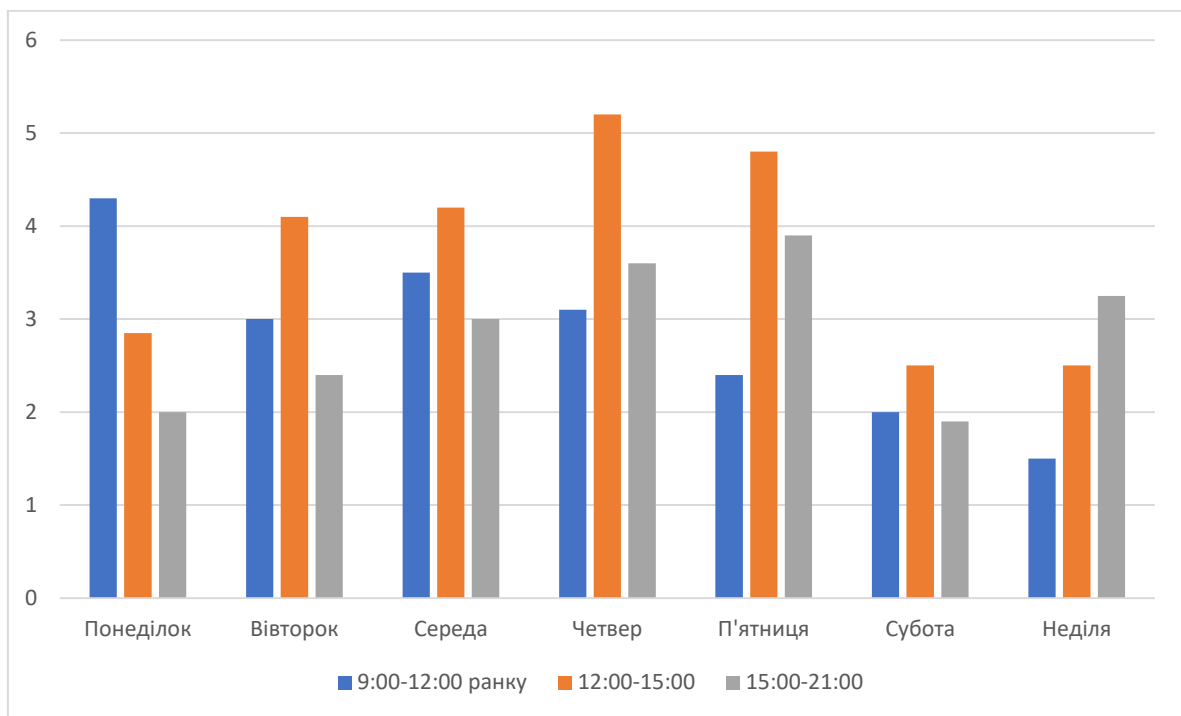


Рис. 2.1 Графік відвідуваності закладу «Львівський Круасан» за днями тижня

Судячи з наведених даних, можна стверджувати, що заклад насамперед орієнтований на роботу у будні дні, високі показники продажів безпосередньо відповідають обідній перерві, також заклад активно працює на виніс, та за попередніми замовленнями. Гості люблять провести час у свою обідню перерву, оскільки швидкість приготування страв та їх зручність дозволяють швидко задовільнити свої гастрономічні потреби.

Задля подальшої оцінки закладу потрібно провести PEST та SWOT аналізи підприємства (оцінити основні зовнішні фактори та внутрішній потенціал із обмеженнями).



## 2.2 PEST-аналіз підприємства «Львівський Круасан»

Аналіз PEST – це стратегічний інструмент, який використовують підприємства задля виявлення політичних, соціальних, економічних та технологічних аспектів, які можуть впливати на бізнес.

PEST-аналіз охоплює чотири ключові фактори зовнішнього середовища: політичний, економічний, соціальний та технологічний. Далі розглянемо, які переваги може мати застосування PEST-аналізу для ресторанних підприємств:

- Політичний фактор: Політичне середовище може мати значний вплив на ресторанний бізнес. Наприклад, встановлення нових правил щодо безпеки харчових продуктів може вимагати від ресторанів додаткових витрат на забезпечення відповідних стандартів якості.

- Економічний фактор: Економічне середовище також може вплинути на успіх ресторанного бізнесу. Зростання економіки може призвести до збільшення кількості клієнтів та доходів ресторану. З іншого боку, спад економіки може призвести до скорочення витрат на харчування та зменшення кількості клієнтів.

- Соціальний фактор: Соціальні тенденції також можуть впливати на успішність ресторанного бізнесу. Зміни відносин між генераціями, демографічні зміни та культурні тенденції можуть впливати на вимоги та очікування клієнтів. Наприклад, зростає популярність здорового харчування та вегетаріанської кухні, що може вимагати від ресторанів змін у своєму меню та підході до приготування їжі.

- Технологічний фактор: Технологічні зміни можуть також мати значний вплив на ресторанний бізнес. Наприклад, розвиток мобільних додатків для замовлення їжі та доставки може дати ресторанам нові можливості для залучення клієнтів та збільшення доходів.

PEST-Аналіз (табл. 3.4) дозволяє організації приймати кращі рішення на основі аналізу різних зовнішніх факторів, які можуть вплинути на бізнес.

## PEST-аналіз для підприємства «Lviv Croissants»

| Політичні чинники  | Економічні чинники   |
|--|--|
| <p>1. Політична стабільність забезпечує процвітання підприємства. Повномасштабне вторгнення, негативно впливає на бізнес в цілому, але сильно збільшується відвідуваність міст де розташовані ресторани (переважно західна та центральна Україна)</p> <p>2. Посилення урядового впливу на роботу підприємств громадського харчування, введення нових вимог та обмежень для готельно-ресторанних підприємств.</p> <p>3. Політика в галузі охорони здоров'я та санітарії найбільшою мірою торкається ресторанних підприємств. Підприємства повинні приділяти більше уваги чистоті та гігієні при виконанні операцій з приготування, зберігання, доставки тощо.</p> | <p>1. Динаміка курсу гривні.</p> <p>2. Збільшення кількості конкурентоспроможних підприємств у готельно-ресторанній справі.</p> <p>3. При зростанні рівня інфляції, відбувається відповідне зростання вартості інгредієнтів для приготування страв. В результаті ціни на меню виростуть, і швидше за все люди будуть більше уникати замовлень їжі та відвідувань закладів ресторанного господарства.</p> |
| Соціально-культурні фактори  | Технологічні фактори   |
| <p>1. Ставлення гостей до товарів та послуг, а також зміна у базових цінностях населення (в умовах війни)</p> <p>2. Зменшена кількість працюючих людей.</p> <p>3. Кількість постраждалих від бойових дій постійно зростає.</p> <p>4. Зростаюча кількість чутливих соціальних груп (вегетаріанці, любителі домашніх тварин, людей що слідкують за правильним харчуванням, тощо). Дуже важко задовільнити всі типи гостей одночасно.</p>   | <p>1. Впровадження новітніх інноваційних технологій, у тому числі устаткування (наприклад використання технології су-від для приготування особливих круасанів)</p> <p>2. Вплив інформаційних джерел та інтернету (інформування ЗМІ про ресторани, публікації фуд-блогерів).</p> <p>3. Збільшення податків на замовлення у додатках для доставки їжі (Glovo, Raketa тощо)</p>                             |

## 2.3 SWOT-аналіз підприємства

SWOT-аналіз – це основний інструмент для оцінки внутрішнього потенціалу та обмежень, а також можливостей та загроз з боку зовнішнього середовища.

У даному аналізі розглянуті позитивні та негативні фактори всередині та за межами підприємства, яка впливають на успіх. Детальне вивчення середовища, у якому працює підприємство, дозволяє чітко прогнозувати тенденції, а також допомагає включити їх у процес прийняття рішень.

SWOT-аналіз (таблиця 3.5) показує, що підприємство «Lviv Croissants» проводить активну медіа-політику, приділяє багато уваги зв'язку зі споживачами та в цілому відповідає стандартам та методам роботи сучасних європейських закладів. Тим не менше, ресторану потрібно надалі інвестувати в розвиток цифрового просування, та збільшувати вплив бренду на всеукраїнському ринку.

Також варто впроваджувати інноваційні технології задля покращення обслуговування, його швидкості та якості виготовленої продукції. Збільшення цих чинників буде якісно впливати на розвиток підприємства не тільки на теренах України, а й за її межами.

Таблиця 2.6.

## SWOT-аналіз для підприємства «Lviv Croissants»

| Сильні сторони (S)   | Слабкі сторони (W)   |
|--|--|
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Зручні місця розташування ресторанів.</li> <li>2. Низька цінова політика для цільової аудиторії.</li> <li>3. Надання якісних послуг та страв.</li> <li>4. Різноманітне меню не дивлячись на монопродуктову орієнтованість.</li> <li>5. Широкий вибір кавових напоїв, якісні кавові апарати.</li> <li>6. Швидкість обслуговування.</li> <li>7. Широка політика франчайзингу.</li> <li>8. Унікальна історія та походження бренду.</li> <li>9. Висока маржинальність продукції.</li> <li>10. Активний розвиток власних соц. мереж, активний маркетинг.</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Висока плинність кадрів.</li> <li>2. Нестача кваліфікованих працівників.</li> <li>3. Нерозвинене меню в напрямку вегетаріанства, веганства та інших напрямів.</li> <li>4. Поступове зниження якості продукції за рахунок введення нових рецептур ( часто тісто для круасанів не відповідає встановленим нормам).</li> <li>5. Застарілість устаткування, що впливає на швидкість обслуговування та на якість кінцевого продукту.</li> </ol> |
| Можливості (O)   | Загрози (T)  |
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Співпраця з інфлюенсерами та блогерами, збільшення впливу цифрового маркетингу та цифрових технологій.</li> <li>2. Зростання пізнаваності ресторану та розвиток бренду.</li> <li>3. Збільшення частки ринку за рахунок збільшення та вдосконалення меню (наприклад, страви для вегетаріанців).</li> <li>4. Здійснення більш якісного контролю над ресторанами франчайзі.</li> <li>5. Вдосконалення устаткування задля підвищення ефективності функціонування устаткування.</li> </ol>  | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Зменшення цільової аудиторії.</li> <li>2. Поява більш сильних конкурентів на ринку та їхній активний розвиток.</li> <li>3. Зростання цін на продукти та ресурси.</li> <li>4. Зростання податків.</li> <li>5. Зниження купівельної спроможності населення.</li> <li>6. Зменшення репутації бренду за рахунок зниження якості продукції, що виготовляється та послуг, що надаються.</li> </ol>   |

## **РОЗДІЛ 3. ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У КАВ'ЯРНІ «ЛЬВІВСЬКИЙ КРУАСАН»**

### **3.1 Сучасні проблеми та завдання закладів «Львівський Круасан»**

Сьогодні успіх підприємств сфери гостинності визначається їхньою здатністю реагувати належним чином на різноманітні мінливі вимоги споживачів. Щоб заклад був шанованим і мав велику кількість відвідувачів, для цього потрібні значні зусилля. Перш за все, є потреба слідкування за фінансовою сферою, оскільки прибуток є основним пріоритетом закладу. Кошти на закупівлю сировини, з якої можна було готувати смачні та різноманітні страви, оплачувати комунальні послуги, квартплату, заробітну плату працівникам - це далеко не всі статті витрат ресторанного господарства. Також необхідно надавати великого значення навчанню та підвищенню кваліфікації та професійних навичок обслуговуючого персоналу, щоб гості були задоволені не тільки їжею, а й обслуговуванням. Для ресторану хороший відгук – це велика складова успіху у бізнесі.

Кав'ярня «Львівський Круасан» є яскравим представником закладів ресторанного господарства нової хвилі, тобто орієнтованих переважно на швидке обслуговування, комфорт, високу відвідуваність та незабутні емоції гостей після відвідування закладу. Задля того, щоб притягувати все більше і більше гостей, та залишатись для них місцем куди хотілось би повернутись, заклади просто повинні постійно розвиватись та еволюціонувати. Саме для цього існують нові методи покращення функціонування закладів та устаткування в них зокрема.

«До технічних новинок можна віднести наявність вмонтованих у ресторанах розеток до різних гаджетів. Нові види смартфонів швидко втрачають заряд і можливість його підживити є необхідністю для багатьох відвідувачів. Також це зручно для ділових людей, яким потрібно багато

працювати за комп'ютером чи ноутбуком. Подібні нововведення у закладах харчування дають змогу вести справи поза межами офісів» [3].

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

*Оригінальна концепція закладу.* «Сьогодні заклади намагаються привертати увагу клієнтів сучасними та креативними концепціями оформлення. Це стосується не лише кухні, але й дизайну, і тематики. Модною тенденцією є концепція «open kitchen», коли відвідувачі мають змогу спостерігати за процесами, які відбуваються на кухні. Попитом користуються тематичні ресторації та кафе зі специфічним дизайном та нетрадиційними підходами до обслуговування» [18].

*Акцент на еко-продукцію.* «Стала популярною тенденція закупки продукції для ресторацій та кафе з фермерських угідь, у людей, які самостійно займаються вирощуванням овочів, фруктів, доглядом за тваринами, рибальством» [15]. «Більшість рестораторів роблять спробу повністю перейти на еко-продукцію, яка коштує дорожче, але має вищу якість. Гарним прикладом є ресторан «Мааето», що в Осло (Норвегія), який має на рахунку три зірки Мішлен» [3]. Також набирає популярність концепція безвідходного виробництва «No Waste», яка дуже швидко набирає популярності у ресторанах по цілому світу.



Рис. 3.1. Сучасний інтер'єр закладу «Львівський Круасан» у місті Луцьк

Слід зауважити, що останнім часом в Україні активно розвивається сфера чайних і кав'ярень-кондитерських. Стають дуже популярними заклади які продають каву, шоколад, десерти, борошняні вироби. Тобто конкуренція закладів постійно невпинно зростає. Зараз недостатньо створити просто хороший ресторан з пристойною кухнею, потрібно зацікавити гостя індивідуальним продуктом, цікавим інтер'єром, незабутньою атмосферою та відчуттям свята.

Конкуренція змушує суб'єктів ринку підвищувати якість продукції. У цьому плані успішні ресторани явно наблизилися до закладів іноземних. Якщо для когось має значення саме поняття репутації у бізнесі, то у ресторанному бізнесі - тим більше, навіть один негативний відгук може нести далекосяжні наслідки. Тому лояльність клієнтів тільки набуває цінності з кожним роком.

Задля того, щоб лояльність гостей лише збільшувалась, потрібно віднайти слабкі сторони введення бізнесу які гальмують розвиток закладів «Львівського Круасана».

- По-перше: у закладі немає ефективних аналітичних платформ, які б надавали широкий діапазон даних про поведінку відвідувачів, що дозволило б підвищити якість взаємодії з гостями. Розвиток ринку електронної комерції та онлайн-замовлень диктує необхідність використання розширеної аналітики щодо цільової групи та клієнтів. Як правило, ресторани «Львівського Круасана» не мають розширеної статистики щодо своєї аудиторії та тому вони не мають гнучких і зручних інструментів керування обсягом збуту та забезпечити зростання доходів.

- По-друге: низькі темпи розвитку цифрових технологій і цифровізації ресторанного середовища. Згідно аналітиці, ресторанний бізнес показує впевнене зростання, а також активно розвивається і сфера електронної комерції. У мережі закладів є свій власний мобільний додаток, але його стан залишає бажати кращого. У сучасному суспільстві, розвитку технологій

потрібно приділяти більше уваги та залучати більше спеціалістів для роботи з додатками. Слід постійно покращувати його, зацікавлювати потенційного споживача різноманітними новинками в меню, акціями, подіями, знижками тощо.

- По-третє: погіршення якості виготовлюваної продукції на виніс за рахунок економії часу. Чим менше часу витрачають сендвіч-мейкери задля приготування страви – тим більші втрати якості кінцевого продукту. У даному питанні слід віднайти баланс, та розрахувати оптимальний час приготування продукції без суттєвої шкоди якості, але й так, щоб ресторан виконував свою основну функцію – робив замовлення досить швидко (що закладено концепцією закладу).

### **3.2 Пропозиції щодо введення інноваційних технологій**

Задля підвищення ефективності функціонування закладу в цілому, слід звернути увагу на наступні пропозиції щодо покращення устаткування, що дозволить збільшити параметри пропускної здатності пекарень, збільшить параметр обороту, пришвидшить усі процеси, та покращить досвід гостей від відвідування.

*Термінали самообслуговування (Рис 3.2.).* Використання терміналів самообслуговування у «Lviv Croissants» дозволить:

- збільшити швидкість обслуговування: термінали самообслуговування дозволяють клієнтам швидко зробити замовлення, не чекаючи на обслуговування офіціанта. Це зменшує час очікування і збільшує ефективність роботи ресторану.

- знизити витрати на персонал: використання терміналів самообслуговування може допомогти ресторану зменшити кількість персоналу, необхідного для обслуговування клієнтів. Це може бути корисним в містах, де витрати на працю дуже високі.

- покращити досвід користувача: термінали самообслуговування можуть допомогти покращити досвід користувача. Клієнти можуть зробити своє замовлення на свій смак і відчувати себе більш відповідальними за процес замовлення і отримання їжі.



Рис. 3.2. Приклад терміналу самообслуговування у ресторані.

*Кавомашина для приготування та оплати напоїв без черги (Рис. 3.3.).*  
Використання даного інноваційного устаткування має наступні переваги:

- швидкість обслуговування: кавова машина може приготувати каву та інші напої за кілька секунд, що зменшує час очікування для клієнтів та дозволяє обслуговувати більше людей за короткий період часу. Це може допомогти зменшити черги та підвищити задоволення клієнтів від обслуговування.

- можливість збору даних: кавомашина може бути підключена до системи управління рестораном, що дозволяє збирати дані про продажі та використання інгредієнтів. Ці дані можуть допомогти у плануванні замовлень інвентарю та управлінні витратами на обладнання та інгредієнти.

- зручність для клієнтів: машина дозволяє клієнтам самостійно вибирати та замовляти напої, що забезпечує зручність та покращує досвід від обслуговування. Клієнти можуть вибрати свій улюблений напій та додаткові інгредієнти, які вони хочуть додати до свого напою.



Рис. 3.3. Приклад кавомашини для самообслуговування

*Власний мобільний додаток (Рис. 3.4.).* Використання власного мобільного додатку має наступні переваги:

- збільшення лояльності клієнтів: мобільний додаток з програмою лояльності дозволяє пропонувати клієнтам різноманітні знижки та бонуси, що сприяє збільшенню лояльності та повторним покупкам.

- покращення досвіду користувача: мобільний додаток дозволяє клієнтам замовляти їжу з будь-якого місця та в будь-який час, що забезпечує зручність та покращує досвід користувача. Крім того, програма лояльності може бути налаштована на надання персоналізованих рекомендацій щодо вибору страв.

- збір даних та аналітика: мобільний додаток може бути підключений до системи управління рестораном, що дозволяє збирати дані про замовлення та привернення клієнтів. Ці дані можуть допомогти у плануванні замовлень

інвентарю та управлінні витратами на обладнання та інгредієнти. Крім того, дані про замовлення та відгуки клієнтів можуть допомогти у покращенні якості продукту та обслуговування.

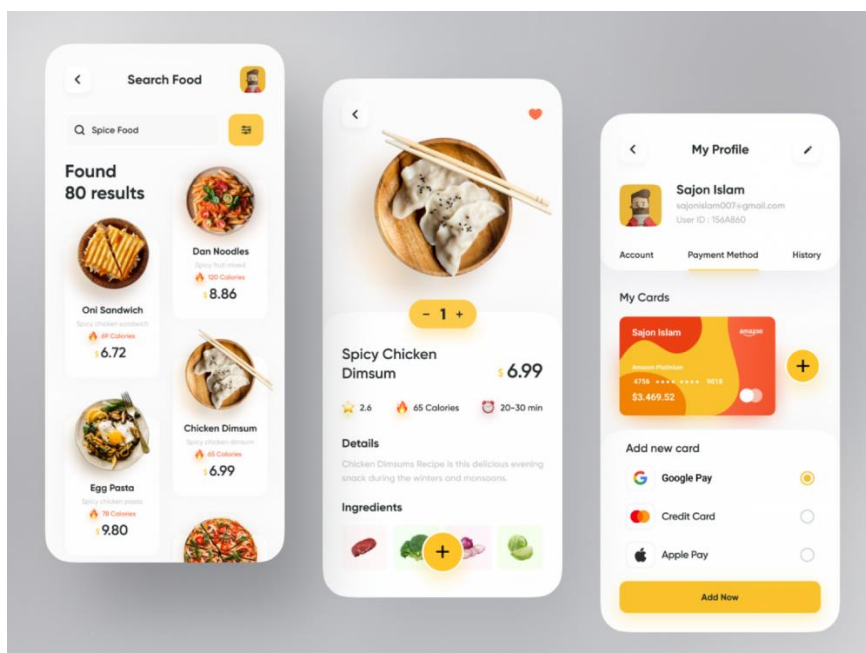


Рис. 3.4. Приклад мобільного додатку для ресторану

*Дисплей замовлень для сендвіч-мейкерів (Рис 3.5).* Використання новітніх кухонних дисплеїв дозволить отримати наступні переваги:

- покращення ефективності роботи: дисплей замовлень дозволяє кухарям бачити всі замовлення на одному екрані та легко відслідковувати їх стан, що дозволяє покращити ефективність роботи та зменшити час очікування.
- суттєве покращення координації роботи: дисплей замовлень дозволяє кухарям бачити, які замовлення потребують першочергової уваги та координації з іншими членами команди на кухні.
- зниження витрат: дисплей замовлень може бути налаштований на автоматичне замовлення інгредієнтів та інвентарю, що знижує витрати та покращує управління запасами.



Рис. 3.5. Приклад дисплею замовлень для використання працівниками на кухні

*Новітнє устаткування на кухні (рис. 3.6).* Використання сучасного устаткування дозволить збільшити всі вище перераховані параметри ефективності функціонування підприємства. Також використання новітнього устаткування несе й економічні переваги. Так, наприклад надсучасні пароконвектомати повністю або частково замінюють кухонні плити, духовки, котли, сковорідки займаючи при цьому лише один квадратний метр площі. При використанні для прикладу пароконвектомату «Rational iCombi Classic» втрати під час смаження зменшуються до 63%, немає уварення, до 94% зменшуються витрати жиру, необхідного для приготування їжі. До 60% - споживання електроенергії (пароконвектомат швидко прогрівається), економія води становить більше 40%.



Рис. 3.6. Пароконвектомат «Rational iCombi Classic iCC6-1/1E»

Таблиця 3.1

Характеристика пароконвектомату «Rational iCombi Classic iCC6-1/1E»

| Характеристика                 | Опис        |
|--------------------------------|-------------|
| Джерело живлення               | Електрика   |
| Кількість рівнів               | 6           |
| Гарантійний термін             | 12 місяців  |
| Номінальна споживча потужність | 10.8 кВт    |
| Тип пароутворення              | Бойлерний   |
| Номінальна напруга             | 380 В       |
| Ціна                           | 295 000 грн |

## ВИСНОВКИ

За результатами проведених досліджень, здійснених в кваліфікаційній роботі бакалавра, можна зробити наступні висновки:

Інноваційні технології як елемент підвищення ефективності функціонування закладу є актуальним та важливим фактором для розвитку ресторанного ринку. Вони допомагають підвищити якість та стійкість готової продукції, залучити нових гостей, підвищити актуальність закладу та збільшити гастрономічний потенціал регіону. Інноваційні зміни можуть мати значний вплив на діяльність підприємств ресторанного господарства, дозволяючи їм покращувати якість обслуговування, знижувати витрати та підвищувати конкурентоспроможність.

Проведення загального аналізу роботи закладу «Львівський Круасан» у м. Луцьку дозволило описати роботу закладу, його характеристики, секрети успішності в конкурентному середовищі, віднайти сильні та слабкі сторони, можливості та загрози. Також було проаналізовано франчайзингову складову діяльності закладу, описано типи закладу, вимоги до його місця розташування, вимоги до потужностей та персоналу. Також наведено графічний та табличний матеріал який стосується відвідуваності закладу, популярності певних страв у меню тощо.

Виявлено перспективні напрями застосування інноваційних технологій у закладі. Наведено приклади застосування новітнього устаткування, яке дозволить збільшити показники успішності закладу, підвищити інтерес серед сучасного та прогресивного відвідувача, а також зменшити фінансові витрати на обслуговування, ремонт устаткування, вдосконалення процесів та персонал.

Введення нового устаткування може допомогти підвищити якість приготування страв та їх подачі. Наприклад, використання нового обладнання для приготування страв може зменшити час, необхідний для приготування страв та забезпечити більш точний контроль над температурою та іншими параметрами приготування. Також важливим фактором є: підвищення

задоволення клієнтів. Використання інновацій та нового устаткування може допомогти ресторанам забезпечити високу якість обслуговування та підвищити задоволення клієнтів. Це може призвести до збільшення кількості повторних відвідувань та рекомендацій ресторану іншим людям. Важливість нового устаткування у ресторанному господарстві. Відбувається суттєве покращення ефективності процесів, використання нового устаткування може допомогти зменшити час, необхідний для підготовки страв та обслуговування клієнтів. Це дозволяє ресторанам обслуговувати більше клієнтів за короткий проміжок часу та забезпечити високу якість обслуговування.

Отже, важливість введення інноваційних технологій у рестораних господарствах є визначальним чинником їхнього подальшого розвитку та зростання. Ресторани, які не приймають інноваційних рішень на управлінських, технічних та інших рівнях залишаються в зоні ризику закриття, приречені на деградацію, зменшення якості обслуговування, безпечності продукції, збільшення фінансових витрат та витрат на збереження ресторанного господарства у стані існування, але аж ніяк не розвитку.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Архіпов В. В. Організація ресторанного господарства: Навч. пос. [для студ. вищ. навч. закл.] / В.В. Архіпов, В. А. Русавська. К.: Центр учбової літератури, 2009.
2. Бородіна В.В. Рторанно-готельний бізнес. М.: Фінанси і статистика, 2001.
3. Бутенко А.Ю., Бліщ Р.О. Матеріали IV Міжнар. наук.-практ. конф."Інновації в управлінні асортиментом, якістю та безпекою товарів і послуг" Львів: Растр-7, 2016. 376 с. С.303-306.
4. Вишне夫ська О.О. Словник ресторанних термінів / О.О. Вишне夫ська. Х.: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2011.
5. Державна служба статистики України: офіційний портал. URL: [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua).
6. ДСТУ 3862-99. «Ресторанне господарство. Терміни та визначення». Київ: Держспоживстандарт України, 1999.
7. Журавльова С.М. Стратегія інноваційної діяльності на підприємствах готельного господарства // Економіка. Управління. Інновації. 2012. №2(8).
8. Закон України «Про інноваційну діяльність» // Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2002, № 36, ст. 266.
9. Зривко Марія, Шепенда Віталія. Збірник виступів учасників XIII науково-практичної конференції студентів вищих навчальних закладів Укоопспілки «Інноваційні процеси і їх вплив на ефективність діяльності підприємства». Частина 1. К.: НМЦ «Укоопосвіта», 2016. 184 с. С.129-132.
10. Інструменти когнітивного маркетингу. URL: <http://ebib.pp.ua/instrumenti-kognitivnogo-marketingu-suchasni-modeli-marketingu.html> (дата звернення 02.02.2023).

11. Лук'янов В.О. Організ. готельно-ресторанного обслуговування: навч. посіб. / В.О. Лук'янов, Г.Б. Мунін. –К.: Кондор, 2012.
12. Львівський круасан. URL: <https://lvivcroissants.com/ua/>
13. Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції “Готельно-ресторанний бізнес: інноваційні напрями розвитку ”, 25-27 березня 2015 р. К.: НУХТ, 2015 р.
14. Мілашовська О.І., Гоблик-Маркович Н.М. / Тези доповідей міжнародної науково-практичної конференції «Прогресивна техніка та технології харчових виробництв, ресторанного та готельного господарств і торгівлі. Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг» 18 жовтня 2012 р., м. Харків. Ч.1. с. 263-264.
15. П'ятницька Г.Т., П'ятницька Н.О. Економіка розвитку. 2013. №1(65). С.122-126.
16. П'ятницька Г., Григоренко О. Сучасні проблеми інноваційного розвитку ресторанного господарства України // Вісник КНТЕУ. 2005. №1. С.5-11.
17. Тарасова В. В. Метрологія, стандартизація і сертифікація: Підручник для вищих навчальних закладів/ В. В. Тарасова, А. С. Малиновський, М. Ф. Рибак; Мін-во освіти і науки України, Державний агроекологічний ун-т. К.: Центр навчальної літератури, 2006.
18. Шамара І.М. Тенденції розвитку ресторанного господарства як складової туристичної галузі України // Вісник ХНУ ім. В.Н. Каразіна. Серія: Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм. 2013. №1042. С.151-153.
19. Шулік Н.В. Специфіка ресторанного бізнесу. М: Вища школа, 2006.