

УДК 338.488.2:640.4]:330.341.1]:[606:663/664](477)

DOI <https://doi.org/10.26661/hst-2022-12-89-17>

## ІННОВАЦІЇ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННІЙ ІНДУСТРІЇ

МАРІЯ, ПАСКА<sup>1</sup>  
 ОЛЬГА, РАДЗИМОВСЬКА<sup>2</sup>  
 ІРИНА, ГУЗЕНКО<sup>3</sup>  
 АНАСТАСІЯ, ГУЗЕНКО<sup>4</sup>  
 ВОЛОДИМИР, ХОЛЯВКА<sup>5</sup>

## Анотація

Успіх у веденні бізнесу залежить від вчасного реагування на потреби ринку в модернізації та задоволенні назрілих потреб споживачів, у підтримуванні екологічних трендів у харчуванні. **Метою роботи** є визначення міжнародних інноваційних трендів у готельно-ресторанній індустрії, а також аналіз, дослідження та визначення загребуваності екопродукції у споживчому секторі України. У готельно-ресторанному бізнесі є низка вагомих розробок, серед яких праці Архіпова В. В., Калашникова О. Ю., Карпенка В. Д., Мостової Н. О., Нечаюк Л. І., Новикової О. В., П'ятницької Г. Т., Сірого В. М. та ін. **Завдання**, які потребують вирішення: 1. Аналіз технічних сервісів та особливостей міжнародних трендів інноваційного розвитку у готельно-ресторанній індустрії. 2. Аналіз переваг виробництва органічних продуктів в Україні, а також дослідження ринку еко-продуктів для постачання у ресторани. **Методами дослідження** було обрано метааналіз інформаційних джерел, емпіричні спостереження, системний підхід. **Постановка проблеми**: проаналізувати міжнародні інноваційні тренди у сфері готельно-ресторанної індустрії. Результат дослідження. Сучасний ресторан, клуб чи кав'ярня сприяє комфортному проведенню часу. У готельно-ресторанній індустрії завжди в тренді оригінальне подання та оформлення страв. У елітних ресторанах частують молекулярною кухнею. У дизайні інтер'єру популярним стає скандинавський стиль. Піклування про здоров'я споживачів стало черговим популярним трендом. Ресторани та кав'ярні закупають екопродукцію з фермерських угідь, де вирощують овочі, фрукти без використання хімічних добавок, доглядають за тваринами. Адресне обслуговування відвідувачів включає любов'язність, ввічливість, комунікабельність, розуміння та персональний підхід з боку обслуговуючого персоналу. Впровадження інновацій та digital-технологій сприяє збільшенню кількості відвідувачів, розширенню асортименту продукції та способів її подачі, а також пошуку нових оригінальних рішень. Інновації в готельно-ресторанній індустрії сприяють гарантованому успіху у готельно-ресторанній індустрії.

**Ключові слова**: індустрія гостинності, сервіс, інновації, екопродукти, тренди, технології, дизайн.

## Актуальність теми дослідження.

Стрімкий розвиток технологій спонукає проводити нові дослідження у сфері готельно-ресторанної індустрії. Сучасні технічні та інформаційні засоби розширюють можливості для

впровадження інновацій. Основні інновації: маркетингові (бронювання онлайн); продуктові (застосування молекулярної генетики, молекулярної біології та біохімії у біотехнології; патентування страв та їхнє оформлення); організаційні (нові форми та методи навчання персоналу, відкриття брендової мережі закладів харчування, планування нових концепцій готельно-ресторанної індустрії); ресурсні (пошук нових ресурсів для розвитку підприємств) (Журавльова, 2012).

## Виклад основного матеріалу.

У готельно-ресторанній індустрії в онлайн бронювання замовлення входять наступні параметри: вибраний час, кількість персон, передзамовлення, контакти (Усіна, Давидова, 2014). Замовник отримує sms або підтверджує заявку при відповіді на телефонний дзвінок. Wi-fi мережа є у відкритому доступі для відвідувачів кав'ярні. Також гості переглядають меню, скануючи на телефоні QR-код через програму сканування. Новою і відразу популярною стала послуга функціонування

## Corresponding author:

<sup>1</sup> Львівський державний університет фізичної культури імені Івана Боберського (Львів, Україна)  
 E-mail: maria\_pas@ukr.net

ORCID iD: <http://orcid.org/0000-0002-9208-1092>

<sup>2</sup> Львівський державний університет фізичної культури імені І. Боберського (Львів, Україна)  
 E-mail: oradzimovska@gmail.com

ORCID iD: <https://orcid.org/0000-0003-0190-0740>

<sup>3</sup> Львівський державний університет фізичної культури імені І. Боберського (Львів, Україна)  
 E-mail: huzenko.i@gmail.com

ORCID iD: <https://orcid.org/0000-0003-0822-065X>

<sup>4</sup> Львівський національний університет імені І. Франка (Львів, Україна)  
 E-mail: huzenko.i@gmail.com

ORCID iD: <https://orcid.org/0000-0002-4882-9577>

<sup>5</sup> Львівський державний університет фізичної культури імені І. Боберського (Львів, Україна)  
 E-mail: vkholiyavka@ukr.net

ORCID iD: <https://orcid.org/0000-0003-0045-0020>

онлайн магазину. Наприклад, на візитівці, яку вручає гостеві офіціант, є напис: «м'ясний ресторан зі своїм м'ясним магазином».

На візитівці також вказано ім'я офіціанта і під QR-кодом є пропозиція залишити відгук про роботу обслуговуючого персоналу і закладу загалом.

На вмонтованих у стіну електронних дисплеях закладів харчування зазвичай демонструють музичні кліпи або використовують екран для перегляду інтернет-ресурсів (Voronkova, 2016).

Технологією *pay pass* оплата послуг триває в один клік. Для оплати клієнт вводить дані картки, мобільний, і оплата здійснюється після введення коду, який надходить в sms. Це зручно, швидко і безпечно.

Сучасний ресторан, клуб чи кав'ярня сприяє комфортному проведенню часу. Перш ніж планувати дизайн-проект кав'ярні, детально продумується концепція – саме вона допоможе зв'язати інтер'єр і формат в єдине ціле. Інтер'єр і дизайн створює ту атмосферу тепла й затишку, за якою хочеться сюди повернутися. На дисплеях у стінах, шафах, столах транслюється реклама, музичні кліпи, новини, відеопрезентації для тематичних вечорів. Однією із найвідоміших у світі мереж щодо встановлення дисплеїв є «Digital Signage». Це успішна інвестиція в сучасну маркетингову технологію демонстрації цифрового контенту (Стукальська та ін., 2017).

Набуває поширення інновація з використання роботів для приготування та подачі страв. У Китаї відкрили ресторан під назвою «Foodom», керований в основному роботами, які зустрічають відвідувачів, обслуговують і готують страви. На вході відвідувачів вітає робот, в якому система штучного інтелекту супроводжує гостя до столика, дає меню, знайомить з пропозиціями дня та приймає замовлення. Такі заклади відкриваються також в США, Індії, Японії та інших країнах (Cherap A. et al., 2021).

У готельно-ресторанній індустрії завжди в тренді оригінальне подання та оформлення страв. Страви повинні бути не тільки смачно приготовлені, але й красиво подані. Популярною є подача у нестандартному креативному посуді, створеному під конкретні страви. Справити враження на гостя можна кольоровою гамою чи зміною текстури страв, наприклад з імітацією під камінь, траву тощо.

У елітних ресторанах частують молекулярною кухнею. Цю кухню заснували хімік Ерве Тис та

фізик ядерник Ніколас Курті. Замість звичайної сковорідки кулінари молекулярної кухні використовують центрифугу, сухий лід, азот, вакуумне приготування їжі. А замість приправ – такі компоненти як агар-агар, мальтодекстрин, ксантанова смола, лактат кальцію. Завдяки цьому з будь-якого продукту отримують піну, морозиво чи гель. Страви молекулярної кухні готуються не для ситності. Молекулярна кухня демонструє, що приготування їжі є мистецтвом.

У ф'южн кулінарії (від англ. *fusion* злиття) гармонійно поєднуються смаки, стилі та традиції всього світу.

У дизайні інтер'єру популярним стає скандинавський стиль. Він передбачає білі чи світло-сірі стіни, мінімалістичні меблі у поєднанні з металом чи натуральним деревом, невелику кількість декору у природних кольорах.

В «open kitchen», або «відкритій кухні», відвідувачі спостерігають за процесами на кухні. Творчий підхід кухаря перетворює процес приготування на театральну виставу для відвідувачів.

Піклування про здоров'я споживачів стало черговим популярним трендом. Ресторани та кав'ярні закуповують екопродукцію з фермерських угідь, де вирощують овочі, фрукти без використання хімічних добавок, доглядають за тваринами. Постачання продуктів «з землі на стіл» відбуваються у короткі терміни. Ресторан De Kas в Амстердамі побудований на території колишнього парника, і овочі там вирощуються на території ресторану. Їжа у таких закладах ресторанного господарства є не тільки смачною та безпечною, а й корисною. Усі екотренди базуються на практиках зі збереження довкілля, природних ресурсів, на високих стандартах утримання тварин та методів виробництва.

Трендом останніх років у ресторанному бізнесі є доставка їжі з ресторану. Культура доставки їжі та онлайн замовлень постійно змінюється. В Україні сегмент доставки засвідчує активний ріст: за останні 5 років ринок виріс на 35%. Одна з нових ідей на ринку – «хаби» для віртуальних закладів: кухні різних ресторанів під одним дахом, між якими курсують автономні автомобілі, які забирають замовлення та розвозять їх клієнтам. Це зменшує витрати закладів та робить доставку доступнішою для відвідувачів (Venherska et al., 2021).

Пріоритетна аудиторія для служб доставки – Міленіали. Вони висувають найвищі вимоги: миттєва доставка, гейміфікація, індивідуальний під-

хід та трекінг процесу доставки. Щоб відповідати запитам клієнтів, сервіси доставки впроваджують нові технології та максимально спростовують механізм замовлення. Замовлення здійснюється у соціальних мережах, через віртуальних помічників та з навігаційної системи автомобіля. Наприклад, у США оплачують піцу з Pizza Hut через цифрове меню машини. Цифрове меню у Pizza Hut визначає фокусування очей клієнта та пропонує найкращі інгредієнти для піци з 4896 можливих комбінацій лише за 2,5 секунди.

На сервісах доставки у закладах замовлення висвітлюються на планшетах. GrubHub оголосила про інтеграцію з п'ятьма популярними системами обліку закладів, а UberEats придбала систему онлайн бронювання orderTalk, яка має досвід інтеграції з касовими програмами. Інтеграція програм дозволяє автоматично відправляти замовлення на доставку до системи обліку закладу та отримувати всі операційні дані з усіх каналів продажу. З автоматизацією доставки зручно спостерігати за переміщенням кур'єрів, сумою замовлень та розширювати послуги з доставки. Amazon масово пропагує форму комунікації рітейл. Це поняття прийшло до нас із заходу і фактично означає роздрібну торгівлю, орієнтовану на масового покупця. Основна його особливість – пропозиція придбати товари широкого вжитку, зібрані на одній локації. Також великі офлайн магазини масово переходять на онлайн продажі.

Мультиканальність у закладах громадського харчування – це також комбінація онлайн та офлайн продажів. Офлайн заклади збільшують продаж, пропонуючи клієнтам відвідати заклад і замовити їжу додому. У ресторані Poster є онлайн вітрина Poster Shop, через яку приймають онлайн замовлення. У Poster відстежують замовлення від його прийняття з сайту до видачі клієнту, переглядають статистику з продажів та відстежують роботу кур'єрів, використовуючи креативні цифрові технології у сфері туризму під час пандемії COVID-19 (Венгерська та ін., 2021).

Популярний формат фасткежуал ресторанів, – для тих, хто любить здорову їжу, але не любить довго чекати. У таких закладах їжа за якістю наближена до елітних ресторанів.

За даними Національної ресторанної асоціації США, близько 41% закладів фастфуду в США використовують електронні системи на планшетах, кіоски самообслуговування. Заклад зберігає інформаційні дані у хмарі, які кожен із менеджерів аналізує в онлайн. Паперових меню на столах

закладів харчування значно поменшало. Меню через QR-код містить додаткову інформацію: умови доставки, історію ресторану, дані персональних карток лояльності. За допомогою коду також створюють нотатку в календарі з акцією чи подією закладу (Степова та ін., 2014). Підприємці-початківці започатковують бізнес по франшизі, яка є успішною і стабільною моделлю, і виглядає привабливіше, що підтверджується статистикою.

Тренд монопродукту полягає в тому, що гості віддають перевагу вузькоспрямованим закладам замість універсальних ресторанів «суші – піца – кальян – караоке». Цілий рік має попит свіжа випічка, тому пекарні та кондитерські відкривають і у спальних районах, і на центральних вулицях з великим трафіком. Адресне обслуговування відвідувачів включає люб'язність, ввічливість, комунікабельність, розуміння та персональний підхід з боку обслуговуючого персоналу. Стиль кежуал якраз і передбачає дотримання стандартів обслуговування у поєднанні з люб'язністю, ввічливістю, комунікабельністю, розумінням потреб клієнта. У стилі френдлі персонал приємно дивує відвідувачів тим, що запам'ятовує їхні вподобання, спілкується без шаблонів (П'ятницька, 2005). Індустрія гостинності впроваджує зручні і комфортні сервіси, що стосуються біо- та інформаційних технологій, молекулярних нанотехнологій, штучного інтелекту. Альтернативою «суспільству споживання» є трансгуманізм, що декларує вдосконалення людини через технології (Чаплигін та ін., 2015).

Електронні новинки запускають процеси соціокультурних трансформацій з елементами штучного інтелекту. На ринках США, Японії, Китаю, Сінгапуру високотехнологічний сервіс формує візуальний імідж. Серія дизайнерських макетів закладу стає впізнаваною. У візуальний імідж входять дизайнерські елементи, незвичні деталі. Пентхаус готелю «Чотири сезони» у Нью-Йорку має чотири скляних балкони, що виходять на Мангеттен. На балконах – японські шовкові подушки вісімнадцятого століття. Гість користується авто Rolls-Royce з водієм. Візуальна атрибутика фірмового стилю – в оригінальних назвах, художніх композиціях, малюнку, у технічному матеріалі, у фурнітурі. При розробці фірмового стилю використовується обрана кольорова гама. Гість по кольору згадує своє відвідування і перебування в готелі, ресторані, кемпінгу. Готель «Palms Casino Resort» у Лас-Вегасі, світовому центрі розваг, має величезне казино, студію звуко-

запису, яка випустила найвідоміші хіти Мадонни, Кеті Перрі, Емінама.

Власники підприємств індустрії гостинності добре продумують інтер'єр та екстер'єр приміщень, будівлі, фірмовий стиль, зовнішній вигляд персоналу, правила його поведінки, ведення діалогу з клієнтом. Сучасний власник закладу аналізує подібний бізнес в інших країнах. При появі капсульних готелів власники розпочали переформатовувати приміщення з додаванням капсульних ідей. Бізнес-імідж готелю підтримує його ділову репутацію. Брендування легко запам'ятовується (Данько, 2017).

Туристи захоплюються міфами про замки, про грецьких богів, цікавляться інформаційно-енергетичними практиками. Так, номер люкс готелю «Raj Palace» в Індії, ШахиМахал, має власний театр і кімнату для астрології. Продукт брендингу створює для відвідувача образ-імідж (Тарароїв, 2015).

На сайті Amazon послуги надаються голо-сом. Програмне забезпечення розпізнає мови Alexa, Microsoft Cortana, Siri або Google Assistant. Біометричні системи контролю доступу до готельних номерів роблять відпочинок безпечним і комфортним (Давидова, 2017).

В індустрії гостинності готелі конкурують за рівнем поліфункціональності (Ковешніков, 2017). До нових послуг гостей додаються такі, як конференц-зв'язок, спілкування з ботами. Функції ботів-компаньйонів, ботів-органайзерів – консьєржі, асистенти, перекладачі, реєстратори клієнтів, реєстратори багажу.

Готель Henn-na Hotel («Дивний готель») обслуговують роботи (Нагасакі, Японія). На території готелю боти надають інформацію, здійснюють послуги реєстрації, послуги зберігання. Додаток розумний багаж відстежує по GPS переміщення багажу, заряджає пристрій, має електронні замки, віддалено керує іншими додатками, має візуальний перегляд номера готелю, відпочинкової території біля нього, містить меню ресторану, визначає електронним датчиком вагу тіла гостя (Ledford, 2019).

Кишеньковий консьєрж розповідає про локації відпочинку на території відпочинкового комплексу, медичні пункти, спортзали. Технологія близької комунікації NFC (near field communication) передає дані між пристроями NFC при їхньому дотику. Технологією NFC спростовують доступ до номерів, ідентифікують гостя в готелі, фіксують оцінку сервісу, здійснюють безконтактні платежі.

NFC використовують для проїзду в громадському транспорті, обміну контактами. Вхід у готельний номер має кілька різновидів. Коли персонал натискає на кнопку дзвінка готельного номеру, активується інфрачервоний сканер, який фіксує теплові хвилі в середині приміщення. Персоналу надходить інформація, що номер зайнятий. Рух у приміщенні фіксують безшумні електронні дверні дзвінки, і з'являється електронний сигнал «не турбувати». Інтелектуальні системи доступу до приміщень розблоковують двері доторком телефону до дверної панелі (Кравець, 2016; Борисова, 2008). Спеціалізовані системи електронного управління готелями створюються під замовлення (Шаповалова, 2013).

У готелях є онлайн довідники та каталоги. Анімаційні служби розробляють відпочинкові події відповідно до свят, пір року, тенденцій моди, контингенту відвідувачів. Розважальні анімаційні програми включають: святкові заходи, конкурси, фестивалі, карнавали, тематичні дні, ярмарки (Максимовська, 2012).

#### **Висновки з дослідження і перспективи**

Впровадження інновацій та digital-технологій сприяє збільшенню кількості відвідувачів, розширенню асортименту продукції та способів її подачі, а також пошуку нових оригінальних рішень. Це допомагає закладам витримати конкуренцію та працювати ефективно. Особливо важливим є правильний вибір стратегії розвитку, адже на результат можуть впливати економічні чи соціальні чинники (економічні показники, фінансова спроможність населення). Отже, за наявності концепції і комплексного впровадження бізнесу гарантований успіх у готельно-ресторанній індустрії.

#### **Список використаних джерел**

- Борисова, О. В. Механізм реалізації інноваційної політики підприємств ресторанного господарства. Соціально-економічні реформи у контексті інвестиційного вибору України: V міжнар. наук.-практ. конф., 15-16 травня 2008 р.: Зб. наук. пр.: у 3 т. Дніпропетровськ: 2008. ПДАБА. Т. 3.
- Венгерська, Н. С., Воронкова, В. Г., Бескоровайна, Л. В. & Череп, А. В. Використання креативних цифрових технологій у сфері туризму під час пандемії COVID-19: економічні і соціальні наслідки. Humanities studies: Collection of Scientific Papers. Zaporizhzhia: Zaporizhzhia National University, 2021. 7 (84).C.91-101.

Venherska, Natalia, Voronkova, Valentyna, Cherep, Alla, Cherep, Oleksandr & Bezkorovaina, Larysa. Directions of creative technological digital transformation in touristic field after the impact of the COVID-19 pandemic. Humanities studies: Collection of Scientific Papers / Ed. V. Voronkova. Zaporozhye : Publishing house «Helvetica», 2021. 9 (86). С. 168-179.

Voronkova, V. The formation of the concept of noosphere development of modern society in the conditions of information society. Philosophy and Cosmology. 2016. 16 (16), 179-189.

Давидова, О. Ю. Формування системи інноваційного управління розвитком підприємств готельно-ресторанного господарства. Бізнес Інформ. № 11. 2017.

Данько, Н. І. Основи готельно-ресторанної справи: навч. посібн. Харків: ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2017. 288 с.

Журавльова, С. М. Стратегія інноваційної діяльності на підприємствах готельного господарства. Економіка. Управління. Інновації, 2012. № 2 (8).

Ковешніков, В. С. Організація готельно-ресторанного господарства: навч. посіб. Київ: вид-во Ліра, 2017. 564 с.

Кравець, О. Інноваційні впровадження та їх вплив на підприємства готельного господарства. Інноваційні процеси і їх вплив на ефективність діяльності підприємства». Ч 1. Київ.: НМЦ «Укоопосвіта», 2016. 184 с.

Максимовська, Н. О. Анімація дозвілля як засіб соціального розвитку особистості в соціумі, що глобалізується. Вісник Харк. держ. академії культури, 2012. Вип. 35.

П'ятницька, Г., Григоренко, О. Сучасні проблеми інноваційного розвитку ресторанного господарства України. Вісник КНТЕУ, 2005. № 1. С. 5-11.

Rybalchenko, Nina, Bilohur, Stanislav, Oleksenko, Roman, Voronkova, Valentyna, Verkhovod, Iryna. Clasterization tendencies of Ukraine's tourism sphere and way out of the COVID-19 pandemic crisis. REVISTA DE LA UNIVERSIDAD DEL ZULIA. 3ª época. Año 12 N° 34, 2021. P. 60-75.

Степова, С. В., Когут, А. Л. Доцільність застосування інформаційних технологій в ресторанному бізнесі. [Електронний ресурс]. Реж. доступу: [http://www.rusnauka.com/3\\_ANR\\_2014/Informatica/3\\_153623.doc.htm](http://www.rusnauka.com/3_ANR_2014/Informatica/3_153623.doc.htm)

Стукальська, Н. М., Кудлай, А.А., Калініченко, Т. П. Перспективи застосування цифрових екранів «Digital Signage» в готелях [Електронний ресурс].

Реж. доступу: <https://www.sworld.com.ua/konfer47/12.pdf>.

Тарароїв, Я. В. Науково-технічний прогрес і соціально-культурні 390 трансформації / Філософія в сучасному світі: Матеріали міськ. міжвуз. науково-практ. семінару, 20-21 лист. 2015 р. Харків: «Точка», 2015. 129 с.

Усіна, А. І., Давидова, О. Ю., Сегеда, І. В., Кононенко, Т. П. Організація послуг харчування. Організація послуг харчування: Підручник. Харків: ХНУМГ, 2014. 183 с. URL:[https://tourlib.net/books\\_ukr/usina-oph.htm](https://tourlib.net/books_ukr/usina-oph.htm).

Чаплигін, О. К., Сук, О. Є. Трансгуманізм у сучасному людинознавстві: перспективи і виклики / Філософія в сучасному світі: Матеріали міськ. міжвуз. науково-практ. семінару, 20-21 лист. 2015 р. Харків: «Точка», 2015. 129 с.

Шаповалова, О. М. (2013). Інноваційна діяльність, як основа підвищення конкурентоспроможності готельного господарства. Вісник Східноукр. нац. ун-ту імені В. Даля, 2013. № 16.

Ledford, J. What Is Smart Luggage?. Lifewire, 2019.

<https://www.lifewire.com/smartluggage-4156871>.

Cherep, A. V., Voronkova, V. H., Kurdupa, V. S. Assessment of the competitiveness of Ukraine and the quality of life of the population. Вісник Запорізького національного університету. Економічні науки. Видавничий дім «Гельветика», 2021. № 1 (49). P.79-83

## References

Borisova, O. V. (2008). The mechanism of implementation of the innovative policy of restaurant enterprises. Social and economic reforms in the context of investment choice of Ukraine: V international. science and practice conference, May 15-16, 2008: Proceedings. of science pr: in 3 volumes. Dnipropetrovsk: PDABA. T. 3.

Venherska, N. S., Voronkova, V. H., Beskorovaina, L. V., & Cherep A. V. (2021). Vykorystannia kreatyvnykh tsyfrovnykh tekhnolohii u sferi turyzmu pid chas pandemii COVID-19: ekonomichni i sotsialni naslidky. Humanities studies: Collection of Scientific Papers. Zaporizhzhia: Zaporizhzhia National University. 7 (84). 91-101.

Venherska, Natalia, Voronkova, Valentyna, Cherep, Alla, Cherep, Oleksandr & Bezkorovaina, Larysa (2021). Directions of creative technological digital transformation in touristic field after the impact of the COVID-19 pandemic. Humanities studies: Collection of Scientific Papers / Ed. V. Voronkova. Zaporozhye : Publishing house «Helvetica». 9 (86). 168-179.

Voronkova, V. (2016). The formation of the concept of noosphere development of modern society in the conditions of information society. Philosophy and Cosmology 16 (16), 179-191.

Davydova, O. Yu. (2017). Formation of a system of innovative management of the development of hotel and restaurant enterprises. Business Inform. No. 11.

- Danko, N. I. (2017). Basics of hotel and restaurant business: Education. manual Kharkiv: KhNU named after V. N. Karazina. 288 s.
- Zhuravlyova, S. M. (2012). Strategy of innovative activity at enterprises of the hotel industry. Economy. Management. Innovations. 2 (8).
- Koveshnikov, V. S. (2017). Organization of the hotel and restaurant industry: Education. manual Kyiv: ed. Lira K. 564 s.
- Kravets, O. (2016). Innovative implementations and their impact on hotel enterprises // «Innovative processes and their impact on the efficiency of the enterprise». Ch 1. Kyiv: NMC «Ukooposvita». 184 s.
- Maksimovska, N. O. (2012). Animation of leisure time as a means of social development of the individual in a globalizing society. Visnyk Khark. state Academy of Culture. Vol. 35.
- Pyatnytska, G., Grigorenko, O. (2005). Modern problems of innovative development of the restaurant industry of Ukraine / G. Pyatnytska,. Bulletin of KNTEU. 1.5-11.
- Rybalchenko, Nina, Bilohur, Stanislav, Oleksenko, Roman, Voronkova, Valentyna, &Verkhovod, Iryna (2021). Clasterization tendencies of Ukraine's tourism sphere and way out of the COVID-19 pandemic crisis. REVISTA DE LA UNIVERSIDAD DEL ZULIA. 3ª época. Año 12. 34. 60-75.
- Stepova, S. V., & Kogut, A. L. Feasibility of using information technologies in the restaurant business. [Electronic resource]. Directed by access: [http://www.rusnauka.com/3\\_ANR\\_2014/Informatica/3\\_153623.doc.htm](http://www.rusnauka.com/3_ANR_2014/Informatica/3_153623.doc.htm)
- Stukalska, N. M., Kudlay, A. A., & Kalinichenko, T. P. Prospects for the use of digital screens «Digital Signage» in hotels. [Electronic resource]. Directed by access: <https://www.sworld.com.ua/konfer47/12.pdf>.
- Tararoiv, Ya. V. (2015). Scientific and technical progress and social and cultural 390 transformations. Philosophy in the modern world: Urban materials. interuniversity scientific and practical seminar, November 20-21. 2015. Kharkiv: «Dot». 129 s.
- Usina, A. I., Davydova, O. Yu., Szegeda, I. V., & Kononenko, T. P. (2014). Organization of catering services. Organization of food services: Textbook. Kharkiv: XNUMG. 183 p. URL: [https://tourlib.net/books\\_ukr/usina-oph.htm](https://tourlib.net/books_ukr/usina-oph.htm).
- Chaplygin, O. K., & Suk, O. E. (2015). Transhumanism in modern humanities: prospects and challenges // Philosophy in the modern world: Urban materials. interuniversity scientific and practical seminar, November 20-21. Kharkiv: «Dot». 129 s.
- Shapovalova, O. M. (2013). Innovative activity as a basis for increasing the competitiveness of the hotel industry // Visnyk Skhidnoukr. national University named after V. Dahl. No. 16.
- Ledford, J. (2019). What Is Smart Luggage? Lifewire. <https://www.lifewire.com/smartluggage-4156871>
- Cherep, A. V., Voronkova, V. H., & Kurdupa, V. S. (2021). Assessment of the competitiveness of Ukraine and the quality of life of the population. Bulletin of Zaporizhzhya National University. Economic sciences. Helvetica Publishing House. 1 (49). 79-83

**PASKA, MARIIA** – Doctor of Veterinary Sciences, Professor, Head of the Hotel and Restaurant Business Department Lviv State University of Physical Culture named after Ivan Boberskyi (Lviv, Ukraine)  
E-mail: [maria\\_pas@ukr.net](mailto:maria_pas@ukr.net)  
ORCID iD: <http://orcid.org/0000-0002-9208-1092>

**RADZIMOVSKA, OLGA** – a senior lecturer at the Department of Hotel and Restaurant Business Lviv State University of Physical Culture named after I. Boberskyi (Lviv, Ukraine)  
E-mail: [oradzimovska@gmail.com](mailto:oradzimovska@gmail.com)  
<https://orcid.org/0000-0003-0190-0740>

**GUZENKO, IRYNA** – a senior lecturer at the Department of Humanities  
Lviv State University of Physical Culture named after I. Boberskyi (Lviv, Ukraine).  
E-mail: [huzenko.i@gmail.com](mailto:huzenko.i@gmail.com) ORCID iD: <https://orcid.org/0000-0003-0822-065X>

**GUZENKO, ANASTASIYA** – bachelor of the Faculty of Biology, Lviv National University named after I. Franka (Lviv, Ukraine)  
E-mail: [huzenko.i@gmail.com](mailto:huzenko.i@gmail.com)  
ORCID iD: <https://orcid.org/0000-0002-4882-9577>

**KHOLIAVKA, VOLODYMYR** – Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Dean of the Faculty of Tourism Lviv State University of Physical Culture named after I. Boberskyi (Lviv, Ukraine)

E-mail: vkholiyavka@ukr.net

ORCID iD: <https://orcid.org/0000-0003-0045-0020>

## INNOVATIONS IN THE HOSPITALITY INDUSTRY

### Abstract

Success in business depends on timely response to the needs of the market in modernization and satisfaction of the ripe needs of consumers, in support of ecological trends in food. The purpose of the work is to determine international innovation trends in the hotel and restaurant industry, as well as to analyze, research and determine the demand for eco-products in the consumer sector of Ukraine. There are a number of significant developments in the hotel and restaurant business, including the works of V. V. Arkhipov, O. Yu. Kalashnikova, V. D. Karpenka, N. O. Mostova, L. I. Nechayuk, O. V. Novikova, P. G. T. Yatnytska, V. M. Syroi, and others. Tasks that need to be solved: 1. Analysis of technical services and features of international trends of innovative development in the hotel and restaurant industry. 2. Analysis of the advantages of the production of organic products in Ukraine, as well as market research of eco-products for supply to restaurants. 3. Meta-analysis of information sources, empirical observations, systematic approach were chosen as research methods. Statement of the problem: to analyze international innovation trends in the field of hotel and restaurant industry. Research result. A modern restaurant, a club, or a cafe facilitates a comfortable time. In the hotel and restaurant industry, the original serving and decoration of food are always in trend. Molecular cuisine is often used in elite restaurants. Scandinavian style is becoming popular in the design of interiors. Consumer health considerations have become a major popular trend. Restaurants and kitchens are buying organic products from farms that grow vegetables, and fruit without chemical additives and look after the animals. The personalized service for visitors includes friendliness, helpfulness, companionship, understanding, and a personal approach of the staff. Implementation of innovations and digital technologies contributes to increasing the number of visitors, expanding the assortment of products and ways of presenting them, as well as searching for new and original solutions. Innovation in the hospitality industry ensures guaranteed success in the hospitality industry

**Keywords:** hospitality industry, service, innovation, eco-products, trends, technology, design.

© The Author(s) 2022

This is an open access article under  
the Creative Commons CC BY license

Received date 09.06.2022

Accepted date 01.07.2022

Published date 09.07.2022

**How to cite:** Паска Марія, Радзімовська Ольга, Гузенко Ірина, Гузенко Анастасія, Холявка Володимир. Інновації в готельно-ресторанній індустрії. Humanities studies: Collection of Scientific Papers / Ed.V. Voronkova. Zaporozhzhia: Publishing house “Helvetica”, 2022. 12 (89). P. 153–159.

doi: <https://doi.org/10.26661/hst-2022-12-89-17>