

DOI 10.26886/2311-4517.4(103)2025.1

УДК 338.488.2:640.412/.43]004..67

ЦИФРОВІЗАЦІЯ СЕРВІСУ В КОНТЕКСТІ ФОРМУВАННЯ НОВИХ СТАНДАРТІВ HORECA: ДОСВІД РЕСТОРАНУ «OMNIVORE»

Надія, Мельник, кандидат географічних наук

<https://orcid.org/0000-0002-2077-595X>

e-mail: nadiia.v.melnyk@pnu.edu.ua

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника,
Україна, Івано-Франківськ

Лілія, Лояк, кандидат економічних наук

<https://orcid.org/0000-0003-3414-7302>

e-mail: lila.loyak@pnu.edu.ua

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника,
Україна, Івано-Франківськ

Марія, Костюк, магістр з готельно-ресторанної справи

e-mail: marijakostjuk7@gmail.com

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника,
Україна, Івано-Франківськ

У статті проаналізовано трансформацію готельно-ресторанного сервісу через призму впровадження інноваційних технологій та формування нових стандартів обслуговування на прикладі ресторану «Omnivore» при готелі «Nadiya Palace» в Івано-Франківську. Метою дослідження є виявлення ефективних підходів до стандартизації інтерактивного сервісу з урахуванням регіональної специфіки та цифрових трендів. Методологія дослідження базується на поєднанні контекстного аналізу сучасних практик, емпіричного вивчення гостьового досвіду, а також застосування кейс-методу, SWOT-оцінювання. Результати

демонструють, що цифрові рішення, доповнена реальність, кулінарні перформанси та персоналізований сервіс можуть бути використані для створення нових галузевих стандартів у HoReCa. Отримані висновки доцільно застосовувати для розробки моделей адаптації ресторанного сервісу до потреб нових споживачів, при підготовці фахівців сфери гостинності. Визначено потенціал формування національних стандартів інтерактивного обслуговування в умовах змін ринку.

Ключові слова: інтерактивний ресторан, готельно-ресторанний сервіс, цифровізація, стандартизація, інновації в HoReCa.

Nadiia Melnyk, PhD in Geography; Liliia Loiak, PhD in Economical Sciences; Mariia Kostyuk, Master of Science in Hospitality and Restaurant Management, Digitalization of the Service in the Context of the Formation of New Horeca Standards: Experience of the Restaurant «Omnivore» / Vasyl Stefanyk Precarpathian National University, Ivano-Frankivsk

The article analyzes the transformation of hotel and restaurant service through the lens of introducing innovative technologies and the formation of new standards of service on the example of the Omnivore restaurant at the Nadiya Palace Hotel in Ivano-Frankivsk. The purpose of the study is to identify effective approaches to the standardization of interactive service, taking into account regional specifics and digital trends. The research methodology is based on a combination of contextual analysis of modern practices, empirical study of guest experience, as well as application of the case-method and SWOT-assessment. The results demonstrate that digital solutions, augmented reality, culinary performances and personalized service can be used to create new industry standards in HoReCa. The findings should be used to develop models of adaptation of restaurant service to the needs of new

consumers, as well as in the training of hospitality professionals. The potential of formation of national standards of interactive service in the conditions of dynamic market changes has been determined.

Key words: interactive restaurant, hotel and restaurant service, digitalization, standardization, innovations in HoReCa.

Вступ. У сучасних умовах стрімкого технологічного прогресу та цифрової трансформації особливого значення набуває впровадження інновацій у сфері гостинності. Готельне господарство, як одна з ключових складових туристичної індустрії, постає перед необхідністю адаптації до нових вимог споживачів, які очікують не лише комфорту, а й високого рівня цифрового сервісу. Відповіддю на ці очікування стає використання інноваційних технологій, зокрема в організації ресторанного обслуговування при готелях. З-поміж таких інновацій особливу увагу привертає розвиток інтерактивних ресторанів, які поєднують гастрономічний досвід із технологічними рішеннями нового покоління.

Актуальність даного дослідження зумовлена необхідністю глибшого осмислення впливу інтерактивних технологій на конкурентоспроможність готельно-ресторанних комплексів у регіональному контексті. Сфера гостинності перебуває у стані динамічних змін, і саме інтерактивні ресторани дедалі частіше виступають каталізаторами нових підходів до сервісу, комунікації з клієнтами та організації внутрішніх процесів. Аналіз цього явища дає змогу не лише виявити сучасні тенденції розвитку галузі, а й сформулювати практичні рекомендації щодо впровадження інноваційних технологій з урахуванням очікувань споживачів.

Теоретичні аспекти впровадження інновацій у готельно-ресторанному господарстві, а також переваги інноваційних стратегій у

сфері гостинності висвітлюються у працях О. Терещук, Т. Лисюк, М. Пасічник, Ю. Дорош, Р. Лозинського, Г. Кіш [1–3]. Особливу увагу продуктивним інноваціям у готельно-ресторанному секторі Карпатського регіону України та просторовому аналізу їх поширення приділила Ю. Дорош [4]. Питання інновацій в управлінні готельними підприємствами стали предметом досліджень С. Дудник [5]. У сфері ресторанного менеджменту інноваційні технології досліджували Ю. Дишкантук і К. Власюк [6]. Міжнародний досвід запровадження інновацій у готельному бізнесі аналізують Р. Кожухівська [7], О. Лютак, О. Баула, В. Баула [8].

Серед зарубіжних дослідників тематика інновацій у готельно-ресторанній сфері знайшла відображення у низці актуальних наукових праць. Так, Yagmur Kocaman, Taylan U. Bulut та Oguzhan Özcan досліджують потенціал використання 3D-друку їжі в професійних кухнях і його вплив на клієнтський досвід [9]. Авторський колектив під керівництвом Philip Weber аналізує концепцію чат-ботів як інструменту, що не лише сприяє навігації у виборі закладу, а й формує емоційний зв'язок між відвідувачем і рестораном [10].

Значний внесок у вивчення механізмів впровадження інновацій зробили Carlos Martin-Rios та Teofil Ciobanu, які провели системний аналіз найкращих міжнародних практик імплементації інноваційних рішень у готельно-ресторанному бізнесі [11]. Окремо слід відзначити працю R.D. Wiastuti та B. Rashid, у якій автори розробили індикативну шкалу для вимірювання рівня інноваційності ресторанів, адаптовану до трьох форматів обслуговування [12].

Метою дослідження є вивчення особливостей інтеграції інноваційних технологій у ресторанний сервіс на прикладі «*Omnivore*», що функціонує при готелі «*Nadiya Palace*» в Івано-Франківську. **Ключовим завданням** наукового пошуку виступає аналіз конкретного

кейсу запровадження елементів цифровізації сервісних процесів у готельних комплексах, що реалізується з урахуванням регіональної специфіки готельного господарства та потреб сучасного споживача.

Методичний інструментарій дослідження включає три групи методів: теоретичні (аналіз, узагальнення, класифікації, систематизація наукових джерел), емпіричні (спостереження, експертне опитування персоналу та аналіз клієнтських відгуків щодо якості сервісу в ресторані), прикладні (кейс-стаді на основі практичного прикладу функціонування ресторану «*Omnivore*» як моделі поетапної інтеграції інноваційних технологій у ресторанному сервісі. Крім того, застосовано інструменти Google Trends та SWOT-аналіз.

Виклад основного матеріалу. Упродовж останніх років інноваційні технології в цілому та цифрова трансформація зокрема, стала ключовим інструментом підвищення стійкості та гнучкості закладів індустрії гостинності, особливо в сегменті готельно-ресторанного обслуговування. Аналітична компанія Statista прогнозує, що до кінця 2025 року глобальний ринок технологій автоматизації в закладах гостинності сягне понад 12 млрд дол. США [13].

За результатами досліджень компанії **Panasonic**, **71% представників готельно-ресторанного бізнесу** відзначають, що впровадження цифрових технологій є критично важливим для адаптації до нових викликів ринку та змін у поведінці споживачів. Опитування представників бізнесу показало – **понад 90% рестораторів** вважають, що цифрові рішення дозволяють персоналу більше зосередитися на якісній взаємодії з гостями, уникаючи рутинних завдань [14]. Приблизно **2/3 власників ресторанних закладів** впевнені, що автоматизовані системи управління особливо ефективні у сфері обробки онлайн-замовлень, обліку інгредієнтів,

персоналізації сервісу та зменшення помилок при передачі інформації (рис. 1).

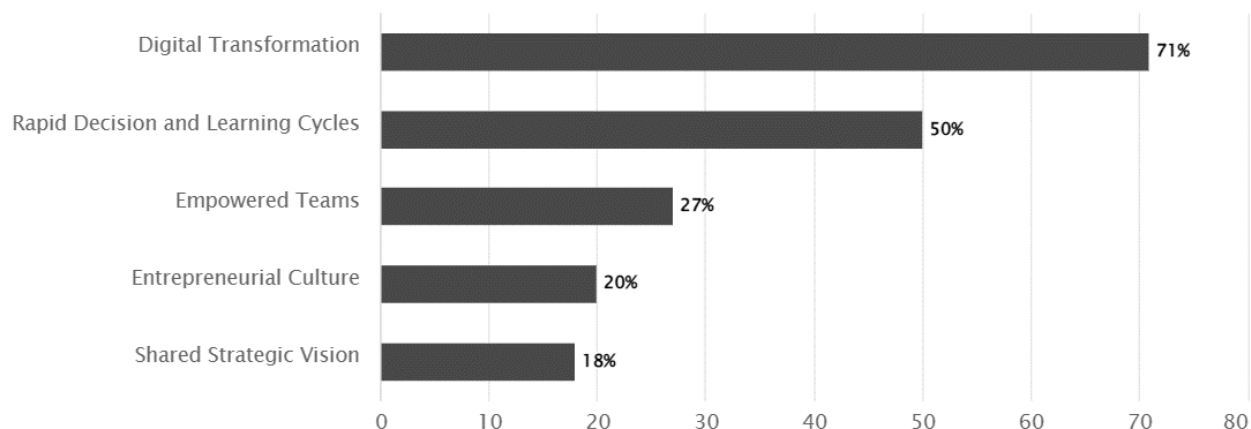


Рис.1. Найважливіші інновації в діяльності готельно-ресторанного бізнесу [14]

Особливої актуальності ці процеси набувають у готелях із власними ресторанами, де цифровізація не лише забезпечує швидкість і точність обслуговування, а й сприяє створенню цілісного клієнтського досвіду. Так, у готельній мережі **Marriott International** запроваджено функцію мобільного попереднього замовлення страв через додаток *Marriott Bonvoy*, що дає змогу гостям отримувати обслуговування без очікування або прямого контакту з персоналом. У готелях мережі **Hilton** активно застосовуються цифрові платформи для автоматизованого контролю запасів та планування навантаження на кухню в режимі реального часу. Крім того, технології штучного інтелекту та машинного навчання успішно впроваджуються в роботу кухонь при готелях преміум-сегменту, як-от у випадку готелів **Accor Group** (наприклад, бренд Pullman), де використовуються системи прогнозування попиту на основі історичних даних [15].

Українські готельні оператори теж поступово інтегрують цифрові інструменти в управління ресторанными підрозділами, адаптуючи світові тренди до локальних умов. Наприклад, мережа Optima Hotel Group активно використовує модульні CRM-системи для обробки

замовлень на кейтеринг, бенкети та сніданки, а також застосовує єдину платформу управління лояльністю клієнтів. У готелях мережі Premier Hotels and Resorts впроваджено систему управління гостьовим досвідом, що дозволяє персоналізувати замовлення гостей за допомогою мобільного додатку [16]. Активно використовуються рішення для збору та аналізу відгуків у режимі реального часу, що сприяє оперативному реагуванню на потреби споживачів.

Готельна група Ribas Hotels Group реалізує інтелектуальні системи бронювання столиків у ресторанах при готелях та інтегрує мобільні застосунки для попереднього замовлення страв і «розумної» оптимізації завантаження кухні. Згідно з внутрішніми аналітичними звітами компанії, завдяки впровадженню цифрових рішень вдалося зменшити час очікування гостей на 30%, а кількість повторних замовлень зросла на 18% у порівнянні з попереднім періодом [17].

Інтерактивні ресторани являють собою новітній підхід до організації ресторанного бізнесу, що поєднує традиційні послуги харчування з елементами розваг та залученням відвідувачів до активної участі в процесі. Ця концепція набуває все більшої популярності у світі, оскільки задовольняє потреби сучасних споживачів не лише в смачній їжі, а й у незабутніх враженнях та емоціях.

Серед ключових характеристик інтерактивних ресторанів варто виділити:

- *Інноваційну концепцію.* Кожен інтерактивний ресторан вирізняється авторською ідеєю, що надає йому унікальності (тематичний інтер'єр, специфічний формат подачі страв, інтерактивні шоу тощо).

- *Залучення гостей до створення досвіду.* Відвідувачі стають активними учасниками гастрономічної взаємодії. У ресторанах цього

типу популярними є кулінарні майстер-класи, гастрономічні квести, персоналізація замовлень, інтеракція з персоналом у форматі ігрових або театралізованих дійств.

- *Мультисенсорність.* У процесі створення атмосфери закладу використовуються інструменти, що впливають на всі органи чуття, що дозволяє формувати більш глибокий та емоційно забарвлений досвід відвідування ресторану.

- *Фокус на формування стійкого емоційного досвіду* є основною метою закладу, що забезпечує не лише лояльність клієнтів, а й служить позитивним неформальним каналом поширення інформації в умовах високої конкуренції.

Для інтерпретації трендів у досліджуваній тематиці нами було проаналізовано частоту пошукових запитів за ключовим словосполученням **«interactive restaurant»** з використанням інструменту **Google Trends (рис. 2)**. Аналіз охоплював період в 5 років та мав на меті визначити **регіональні відмінності в зацікавленості користувачів** у зазначеному понятті. З **початку 2022 р.** спостерігається **стійке зростання інтересу**, з більш **вираженими піками** та **меншою кількістю провалів**. Це може свідчити про відновлення ресторанного бізнесу після карантинних обмежень; зростання популярності нових форматів обслуговування; підвищення зацікавленості до емоційно орієнтованих підходів у сфері харчування. Фіксуємо регіональну обмеженість популярності даного поняття з чітким лідерством Кіпру. Такі дані демонструють потенціал розвитку такого формату закладів, особливо в туристичних регіонах, де є попит на унікальні гастрономічні враження.

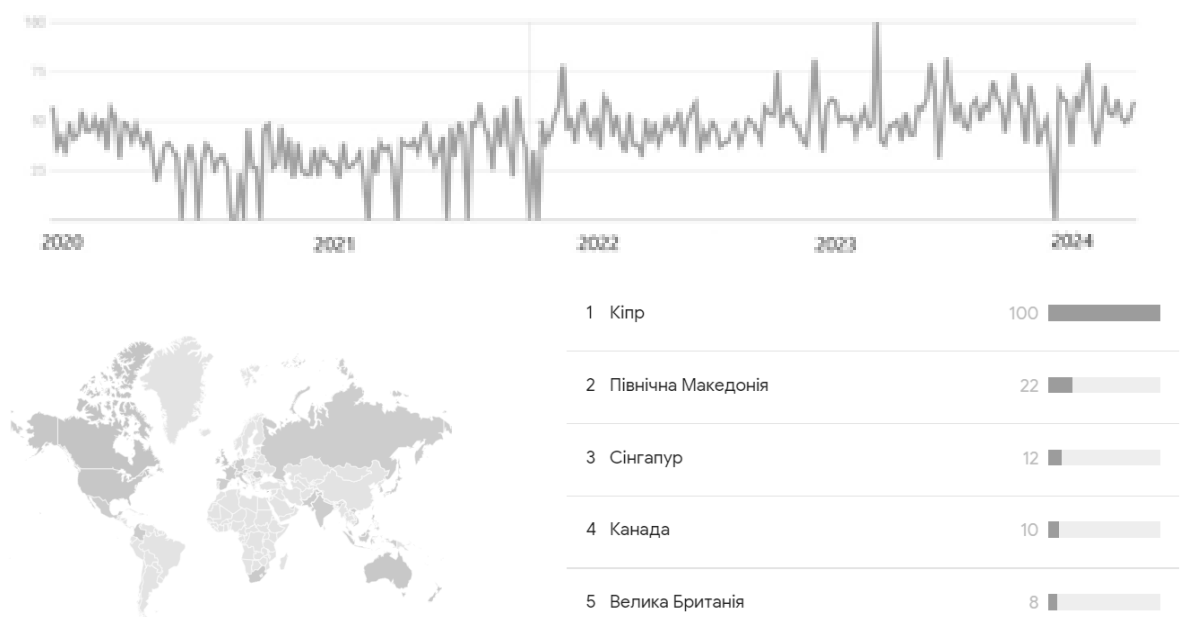


Рис. 2. Динаміка та географія пошукового інтересу до терміну «interactive restaurant» за даними Google Trends

На основі систематизації наукових джерел ми здійснили спробу класифікувати інтерактивні ресторани за різними критеріями, що представили на рисунку 3.



Рис. 3. Види інтерактивних ресторанів (авторська розробка)

На регіональному ринку Івано-Франківська ресторан «Omnivore» при готелі «Nadiya Palace» є прикладом сучасного гастрономічного простору, який максимально наближений до концепції інтерактивного ресторану. Заклад спеціалізується на авторській кухні з використанням фермерських та натуральних продуктів, поєднуючи традиційні гастрономічні підходи з інноваційними елементами

обслуговування. Особливістю ресторану є його інтер'єр, створений за проектом Бойко М. та GAB ARCHITECTS, із унікальними арт-проектами, який виконує важливу роль у формуванні атмосфери емоційного занурення гостя [18].

Формотворчим елементом концепту «Omnivore» є відкрита кухня з використанням печей Jospet та Maretti Forni, що дозволяє відвідувачам безпосередньо спостерігати за процесом приготування страв. Такий підхід створює ефект так званого «кулінарного театру», де кухня стає не лише місцем створення їжі, а й елементом візуальної та емоційної взаємодії з гостями. Серед страв особливо вирізняються чанахи за рецептом С. Параджанова, які готуються «наживо», безпосередньо перед гостями. Ресторанна зона оснащена сучасним острівцем з індукційними плитами, розташованим між кухнею та обідньою залом. У рамках сніданку за типом «шведський стіл» кухарі використовують цю платформу для приготування яєчні у присутності гостей, що додає процесу елементів взаємодії.

У ресторані вже доброю традицією стала організація гастровечорів (з нагоди Дня подяки, «М'ясо та віскі», «Смаки літа: від плодів саду до глибин моря», «Смаки імперії Габсбургів» тощо), кулінарних майстер-класів, івентів у форматі **літніх open-kitchen, подій** що передбачають активну участь відвідувачів у процесах дегустації, приготування, ознайомлення з історією та технологією створення страв. Готельно-ресторанний комплекс активно впроваджує інноваційні формати взаємодії з відвідувачами, які раніше не практикувалися в Івано-Франківську. На території закладу регулярно організовуються тематичні художні виставки, авторські чайні церемонії, недільні сімейні сніданки. У лоббі-барі ресторану «Omnivore» систематично відбуваються **гастрономічно-кінематографічні вечори**. Так, під час однієї з таких подій гостям

пропонували перегляд класичного фільму під час дегустації коктейлів, що є проявом синестетичного занурення (поєднання смакових вражень із візуальною стимуляцією, у нашому випадку з кіно) [18].

Розробку рекомендацій з інноваційного поступу ресторану «Omnivore» здійснено на основі експертних оцінок фахівців галузі та результатів SWOT-аналізу його діяльності (табл. 1).

Таблиця 1

SWOT-аналіз діяльності ресторану «Omnivore»

Сильні сторони (Strengths)	Слабкі сторони (Weaknesses)
• Розташування в центрі міста – висока пішохідна прохідність і зручний доступ. • Сформований позитивний імідж закладу. • Висока конкурентоспроможність та швидка адаптація до ринкових змін. • Молодий, кваліфікований персонал • Наявність інфраструктури для проведення MICE-заходів • HR-партнерство з місцевими навчальними закладами • Активна присутність у соцмережах та на сайті – роз'яснення переваг послуг для клієнтів	• Відсутність мобільного додатку для комунікації з клієнтами • Високі ціни порівняно з середніми по місту • Відсутність власної парковки для клієнтів • Відсутність системи лояльності на момент аналізу • Обмежена комунікація з клієнтами щодо переваг послуг
Можливості (Opportunities)	Загрози (Threats)
• Зростання попиту на внутрішній туризм через обмеження виїзду чоловіків за кордон • Впровадження програми лояльності (бонуси, знижки, спецпропозиції). • Встановлення сонячних електростанцій для енергетичної автономії. • Розробка мобільного додатку, що надає доступ до новин, акцій, персональних бонусів.	• Посилення конкуренції – поява нових гравців на ринку • Відтік кваліфікованого персоналу за кордон або у високий сезон в готелі Буковелю • Зниження купівельної спроможності населення через економічну нестабільність • Високі операційні витрати через нестабільність ринку • Зміна споживчих пріоритетів населення: економія коштів замість відвідування закладів HoReCa.

Аналізуючи отримані результати приходимо до висновку, що досліджуваний об'єкт готельно-ресторанного господарства має низку сильних сторін, які створюють надійний фундамент для його подальшого розвитку. Вигідне розташування в центрі міста забезпечує високу пішохідну прохідність та зручний доступ, що можна ефективно використати через спеціальні пропозиції для офісних працівників і туристів, до прикладу, ланч-сети чи ранкові кавові акції. Позитивний імідж закладу варто підтримувати активною присутністю в соціальних мережах, PR-кампаніями, участю в міських заходах і партнерством з місцевими брендами.

Гнучкість у реагуванні на ринкові зміни є конкурентною перевагою, яку доцільно посилити через регулярне тестування нових концепцій, сезонних меню, експериментальних позицій. Інфраструктуру для заходів ділового характеру, на кшталт, конференцій, симпозіумів, круглих столів слід активніше просувати як окрему послугу для бізнес-клієнтів. Молодий і кваліфікований персонал потребує підтримки через систему внутрішнього навчання, бонуси, кар'єрний розвиток.

Водночас, ресторан «Omnivore» має кілька слабких сторін, які, на нашу думку, є радше потенціалом для розвитку. Відсутність мобільного додатку в певній мірі ускладнює комунікацію з гостями. Тому створення такого застосунку, бодай з невеликим набором функцій як перегляд меню, доступ до новин, акційних пропозицій, бонусів, бронювання столиків буде яскравим прикладом імплементації цифрових рішень у діяльність закладу. Високі ціни у порівнянні з середньо статистичними показниками по місту можна компенсувати реалізацією бюджетних пропозицій: обідів, акцій типу «щаслива година» або комбо-наборів. Варто також розглянути

варіант запровадження програми лояльності для гостей: накопичувальні бонуси, акції до дня народження, персональні пропозиції тощо.

Серед можливостей, які відкриваються перед рестораном, варто виділити зростання попиту на внутрішній туризм, який можна підтримати колабораціями з туроператорами та створенням гастрономічних маршрутів. Підвищити імідж та конкурентоспроможність готельного комплексу «Nadiya Palace» можна за рахунок імплементації концепції ESG як трендової стратегії в індустрії гостинності.

Щодо загроз, ресторану слід бути готовим до посилення конкуренції, зокрема, через появу нових закладів на ринку. У відповідь варто чітко позиціонувати себе, підкреслювати унікальні переваги та постійно вдосконалювати сервіс. У зв'язку із зниженням купівельної спроможності доцільно розробити три рівні цінової політики – доступний, стандарт та преміум-сегмент. Зміна споживчих пріоритетів також вимагає фокусування на емоційний складовій відвідування: затишна атмосфера, сервіс, приємні дрібниці, які формують загальне враження.

Серед інноваційних рішень пропонуємо до використання:

– доповненої реальності, зокрема у форматі AR-меню (гість сканує QR-код і бачить у доповненій реальності 3D-модель страви, відео її приготування, кар'єрну історію шефа, що презентує страву тощо);

– інтерактивне меню з персоналізованим підходом (інтеграція з базою даних гостя на предмет його вподобань, попередніх замовлень; деталі про інгредієнти, походження, калорійності, алергенів; сумісність тих чи інших страв з дієтами у вигляді автоматичного маркування для веганів, безглютенових чи keto-опцій);

–«розумні столики» – передбачають можливість перегляду меню, замовлення страв без участі офіціанта; містять екран та вмонтовані динаміки, що дає можливість перегляду гастрономічних відео, ігор чи мультфільмів для дітей. Інтегрована опція контролю мікроклімату, що реалізується через можливість зміни яскравості світла, регулювання температури або музичного супроводу.

Такі технологічні рішення допоможуть розширити сегмент споживачів послуг готельно-ресторанного комплексу за рахунок гостей покоління Z та міленіалів. Крім того, це створить можливості додаткової монетизації окремих послуг, зокрема, мова йде про платний доступ до «VIP-режимів» столика, замовлення персоналізованих привітань тощо.

Висновки. Отже, впровадження інноваційних технологій в ресторанний сервіс при готельних комплексах, зокрема у форматі інтерактивних ресторанів, значно підвищує рівень клієнтського досвіду, конкурентоспроможність закладу та адаптивність до змін кон'юнктури ринку. Досвід ресторану «Omnivore» при готелі «Nadiya Palace» в Івано-Франківську засвідчує ефективність поєднання авторської гастрономії, відкритої кухні, мультимедійних рішень та емоційно орієнтованих форматів обслуговування. Завдяки гнучкому підходу до оновлення сервісних процесів та активній інтеграції цифрових рішень, заклад демонструє здатність формувати унікальні пропозиції для цільових аудиторій і залучати нових гостей. Відтак, кейс «Omnivore» демонструє перспективність поєднання традицій гастрономії та технологічного поступу як ефективної моделі розвитку готельно-ресторанного бізнесу в регіональному вимірі.

Література:

1. Лисюк, Т., Терещук, О., & Пасічник, М. (2022). Інноваційні технології у готельно-ресторанному господарстві. *Економіка та суспільство*, (40). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-40-11>.
2. Дорош, Ю., & Лозинський, Р. (2018). Інноваційні послуги креативних готелів на міжнародному туристичному ринку. *Туристичні послуги як фактор розвитку міжнародного туризму: Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції* (с. 299–305). Львів: Львівський інститут економіки і туризму.
3. Кіш, Г. (2023). Інноваційні технології в діяльності готельно-ресторанних підприємств. *Актуальні питання у сучасній науці*, 6(12), 65–77.
4. Дорош, Ю. (2024). Географія продуктових інновацій у готельному господарстві Карпатського регіону України. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. Серія географічні науки, (20). 56–66. <https://doi.org/10.32999/ksu2413-7391/2024-20-7>
5. Дудник, С. (2024). Інновації в управлінні готелями: вплив нових технологій на покращення обслуговування клієнтів. *Економіка та суспільство*, (66). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-66-66>.
6. Дишкантюк, Ю., & Власюк, К. (2023). Імерсивні технології як інструмент інновацій в менеджменті ресторанного бізнесу. *Підприємництво та інновації*, (29), 147–152. <https://doi.org/10.32782/2415-3583/29.22>
7. Кожухівська, Р.Б. (2015). Використання міжнародного досвіду впровадження інновацій у сферу готельного бізнесу. *Вісник Донецького національного університету*. Серія: Економіка і право, (1), 160–164.
8. Liutak, O.M., Baula, O.V., & Baula, V.V. (2023). Інноваційні технології в міжнародній готельній індустрії. *The actual problems of regional*

economy development, 1(19), 10–18.

<https://doi.org/10.15330/apred.1.19.10-18>

9. Kocaman, Y., Bulut, T. U., & Özcan, O. (2024). *Mobile food printing in professional kitchens: An inquiry of potential use cases with novice chefs.*

<https://arxiv.org/abs/2503.10116>

10. Weber, P., Krings, K., Schröder, L., Michel, L. K., & Ludwig, T. (2025). *Rendezfood: A design case study of a conversational location-based approach in restaurants.* arXiv. <https://arxiv.org/abs/2501.03862>

11. Martin-Rios, C., & Ciobanu, T. (2019). Hospitality innovation strategies: An analysis of success factors and challenges. *Tourism Management*, 70, 218–229.

12. Wiastuti, R. D., & Rashid, B. (2024). Evaluating Restaurant Innovativeness – The Generation Z Perspective Across Dining Format. *International Journal of Sustainable Development and Planning*, 19(1), 149–159. <https://doi.org/10.18280/ijstdp.190113>

13. Statista Research Department. (2025). *Restaurants and food services in Europe – statistics & facts.* Statista. <https://cutt.ly/4rElrjas>

14. Panasonic. (2021). *How the pandemic has transformed food services & food retail.* Panasonic Business. <https://business.panasonic.eu>

15. Belton, A. *What are the top 5 innovations in hotels and hospitality? Our roundup of future trends.*

<http://www.hospitalitynet.org/opinion/4113343.html>

16. Success stories of Uspacy implementation in the companies of our clients: Optima Hotels & Resorts. Uspacy. <https://cutt.ly/qREk61Do>

17. Ribas Hotels Group. *Digitalization of hotel management: How Ribas Hotels Group integrates CRM, chatbots, and feedback systems.* <https://cutt.ly/MrEltgmz>

18. Офіційний сайт Nadiya Palace Hotel and Restaurants <https://nadiyapalace.com/>

References:

1. Lysiuk, T., Tereshchuk, O., & Pasichnyk, M. (2022). Innovatsiini tekhnolohii u hotelno-restorannomu hospodarstvi [Innovative technologies in the hotel and restaurant industry]. *Economy and Society*. no. 40. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-40-11> [in Ukrainian].
2. Dorosh, Yu., & Lozynskyi, R. (2018). Innovatsiini posluhy kreatyvnykh hoteliv na mizhnarodnomu turystychnomu rynku [Innovative services of creative hotels in the international tourism market]. *Tourist services as a factor in the development of international tourism: Proceedings of the International Scientific and Practical Conference*. (pp. 299–305). Lviv: Lviv Institute of Economics and Tourism [in Ukrainian].
3. Kish, H. (2023). Innovatsiini tekhnolohii v diialnosti hotelno-restorannykh pidpriemstv [Innovative technologies in the activities of hotel and restaurant enterprises]. *Current Issues in Modern Science*, no. 6(12), 65–77 [in Ukrainian].
4. Dorosh, Yu. (2024). Heohrafiia produktovykh innovatsii u hotelnomu hospodarstvi Karpatskoho rehionu Ukrainy [Geography of product innovations in the hotel industry of the Carpathian region of Ukraine]. *Scientific Bulletin of Kherson State University. Geographical Sciences Series*, no. 20. 56–66. <https://doi.org/10.32999/ksu2413-7391/2024-20-7> [in Ukrainian].
5. Dudnyk, S. (2024). Innovatsii v upravlinni hoteliamy: vplyv novykh tekhnolohii na pokrashchennia obsluhovuvannia kliientiv [Innovation in Hotel Management: The Impact of New Technologies on Improving Customer Service]. *Economy and Society*, no. 66. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-66-66> [in Ukrainian].
6. Dyshkantiuk, Yu., & Vlasiuk, K. (2023). Imersyvni tekhnolohii yak instrument innovatsii v menedzhmenti restorannoho biznesu [Immersive technologies as a tool for innovation in restaurant business management].

Entrepreneurship and Innovation, no. 29, 147–152.
<https://doi.org/10.32782/2415-3583/29.22> [in Ukrainian].

7. Kozhukhivska, R.B. (2015). Vykorystannia mizhnarodnoho dosvidu vprovadzhennia innovatsii u sferu hotelnoho biznesu [Using international experience in implementing innovations in the hotel business]. *Bulletin of Donetsk National University. Series: Economics and Law*, no. 1, 160–164 [in Ukrainian].

8. Liutak, O.M., Baula, O.V., & Baula, V.V. (2023). Інноваційні технології в міжнародній готельній індустрії. *The actual problems of regional economy development*, no.1(19), 10–18.
<https://doi.org/10.15330/apred.1.19.10-18>

9. Kocaman, Y., Bulut, T. U., & Özcan, O. (2024). *Mobile food printing in professional kitchens: An inquiry of potential use cases with novice chefs*. Retrieved from <https://arxiv.org/abs/2503.10116>

10. Weber, P., Krings, K., Schröder, L., Michel, L. K., & Ludwig, T. (2025). *Rendezfood: A design case study of a conversational location-based approach in restaurants*. arXiv. Retrieved from <https://arxiv.org/abs/2501.03862>

11. Martin-Rios, C., & Ciobanu, T. (2019). Hospitality innovation strategies: An analysis of success factors and challenges. *Tourism Management*, no. 70, 218–229.

12. Wiastuti, R. D., & Rashid, B. (2024). Evaluating Restaurant Innovativeness – The Generation Z Perspective Across Dining Format. *International Journal of Sustainable Development and Planning*, no. 19(1), 149–159. <https://doi.org/10.18280/ijstdp.190113>

13. Statista Research Department. (2025). *Restaurants and food services in Europe – statistics & facts*. Statista. Retrieved from <https://cutt.ly/4rElrjas>

14. Panasonic. (2021). *How the pandemic has transformed food services & food retail.* Panasonic Business. Retrieved from <https://business.panasonic.eu>
15. Belton, A. *What are the top 5 innovations in hotels and hospitality? Our roundup of future trends.* Retrieved from <http://www.hospitalitynet.org/opinion/4113343.html>
16. Success stories of Uspacy implementation in the companies of our clients: Optima Hotels & Resorts. Uspacy. Retrieved from <https://cutt.ly/qrEk61Do>
17. Ribas Hotels Group. *Digitalization of hotel management: How Ribas Hotels Group integrates CRM, chatbots, and feedback systems.* Retrieved from <https://cutt.ly/MrEltgmz>
18. Official website Nadiya Palace Hotel and Restaurants Retrieved from <https://nadiyapalace.com/>