

УДК 338.4866

ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННА СПРАВА

Подольян Михайло Іванович

*магістр, асистент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
Університет Короля Данила*

Podolian Mykhailo

*Master, Assistant Lecturer of the
Department of Tourism and Hotel and Restaurant Business
King Danylo University
ORCID: 0000-0002-0654-9382*

Юр'як Роман Іванович

*магістр з економіки підприємства,
старший викладач кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
Університет Короля Данила*

Yuriak Roman

*Master in Enterprise Economics, Senior Lecturer,
Department of Tourism and Hotel and Restaurant Business
King Danylo University
ORCID: 0009-0000-1133-774X*

Гаркавий Іван Іванович

*викладач циклової комісії
кафедра туризму та готельно-ресторанної справи
Університет Короля Данила*

Harkavyi Ivan

*Teacher of the Cycle Commission
Department Of Tourism And Hotel And Restaurant Business,
King Danylo University
ORCID: 0009-0006-5203-3439*

DOI: 10.25313/2520-2294-2024-4-9850

ФУТУРОЛОГІЯ СЕРВІСУ В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ FUTUROLOGY OF SERVICE IN THE RESTAURANT BUSINESS

Анотація. Вступ. Ресторанний бізнес зіткнувся з новими викликами в умовах постійної трансформації технологій та змін у споживчих звичках. Сервіс у ресторанах є ключовим аспектом, що визначає задоволення клієнтів і конкурентоспроможність закладів, що потребує дослідження інноваційних підходів та майбутніх тенденцій у цій сфері. Визначити перспективні напрямки розвитку сервісу в ресторанному бізнесі, зосередивши увагу на використанні нових технологій, екологічних практик та персоналізованих рішень для підвищення якості обслуговування клієнтів.

Мета. Метою статті є дослідження та аналіз перспективних напрямків розвитку сервісу в ресторанному бізнесі, зокрема впливу сучасних технологій, автоматизації, персоналізованого підходу та екологічних практик на покращення якості обслуговування клієнтів та конкурентоспроможності ресторанів.

Об'єкт дослідження – ресторанний сервіс як явище. **Предмет дослідження** – інновації у сервісі, зокрема цифрові технології, автоматизація, екологічні практики та персоналізовані підходи до обслуговування клієнтів.

Матеріали та методи. Матеріалами дослідження є праці вітчизняних та зарубіжних авторів, що провадять свої науково-практичні дослідження у сфері ресторанного бізнесу.

У дослідженні використано аналіз наукової літератури, огляди ринку, опитування експертів та аналіз кейсів успішних закладів. Порівняльний аналіз даних дозволив виявити ключові тенденції у сервісі, а опитування експертів дало змогу

оцінити перспективні напрями розвитку. Проведено огляд та аналіз літератури з теми футурології сервісу в ресторанному бізнесі. Виявлено ключові тенденції та перспективні напрями розвитку сервісу, зокрема цифровізацію, автоматизацію та персоналізацію обслуговування. Проведено порівняльний аналіз різних підходів та технологій у сервісі ресторанів. Розроблено рекомендації щодо практичного впровадження інновацій у ресторанному бізнесі.

Результати дослідження показують, що впровадження сучасних технологій та екологічних рішень у ресторанний сервіс сприяє підвищенню ефективності та якості обслуговування клієнтів. Рекомендується використовувати автоматизовані системи для замовлень, покращувати персоналізацію обслуговування за допомогою аналізу даних, а також впроваджувати екологічні практики для зменшення впливу на навколишнє середовище. Практичне застосування результатів дослідження може призвести до підвищення задоволення клієнтів та довгострокового успіху ресторанних закладів.

Перспективи. В подальших наукових дослідженнях пропонується зосередити увагу на спеціальних пропозиціях та програмах лояльності, які сприяють підвищенню якості обслуговування та збільшенню кількості постійних клієнтів. Екологічні практики у ресторанному бізнесі, такі як використання органічних продуктів, переробка відходів та енергетична ефективність, позитивно впливають на репутацію ресторанів та притягують клієнтів, які цінують екологічну свідомість. Такі практики сприяють стійкому розвитку та підвищують імідж ресторану.

Ключові слова: футурологія ресторанного сервісу, інновації в ресторанному бізнесі, автоматизація обслуговування, персоналізація сервісу.

Summary. Introduction. The restaurant business faced new challenges in the face of constant technology transformation and changes in consumer habits. Service in restaurants is a key aspect that determines customer satisfaction and competitiveness of establishments, which requires the study of innovative approaches and future trends in this area. Identify promising directions for the development of service in the restaurant business, focusing on the use of new technologies, environmental practices and personalized solutions to improve the quality of customer service.

Purpose. The article is aimed at researching and analyzing promising directions of service development in the restaurant business, in particular, the impact of modern technologies, automation, personalized approach and environmental practices on improving the quality of customer service and competitiveness of restaurants.

The object of research is restaurant service as a phenomenon. The subject of research is innovations in the service, in particular digital technologies, automation, environmental practices and personalized approaches to customer service.

Materials and methods. The research materials are the works of domestic and foreign authors conducting their scientific and practical research in the field of restaurant business.

The study used the analysis of scientific literature, market reviews, expert surveys and analysis of cases of successful institutions. Comparative analysis of the data made it possible to identify key trends in the service, and a survey of experts made it possible to assess the promising directions of development. A review and analysis of literature on the topic of futurology service in the restaurant business. Key trends and promising directions of service development have been identified, in particular digitalization, automation and personalization of service. A comparative analysis of different approaches and technologies in the service of restaurants is carried out. Recommendations for the practical implementation of innovations in the restaurant business.

The results of the study show that the introduction of modern technologies and environmental solutions in the restaurant service contributes to improving the efficiency and quality of customer service. It is recommended to use automated systems for orders, improve service personalization through data analysis, and implement environmental practices to reduce environmental impact. Practical application of the study results can lead to increased customer satisfaction and long-term success of restaurant establishments.

Discussion. In further scientific research, it is proposed to focus on special offers and loyalty programs that contribute to improving the quality of service and increasing the number of regular customers. Environmental practices in the restaurant business, such as the use of organic products, recycling and energy efficiency, have a positive impact on the reputation of restaurants and attract customers who value environmental awareness. Such practices contribute to sustainable development and enhance the image of the restaurant.

Key words: futurology of restaurant service, innovations in restaurant business, automation of service, personalization of service.

Постановка проблеми. У сучасному світі ресторанний бізнес знаходиться в стані постійної трансформації під впливом динамічних змін у технологіях та споживчих звичках. З одного боку, зростаюча конкуренція між закладами вимагає від ресторанів постійного вдосконалення сервісу та впровадження інноваційних підходів. З іншого боку, клієнти стають дедалі вибагливішими, прагнучи отримувати не лише якісні страви, а й високий рівень обслуговування та унікальні досвіди.

Одним із ключових трендів є цифровізація та автоматизація процесів у ресторанному бізнесі. Системи онлайн-замовлень, електронні меню, безконтактна оплата та автоматизовані процеси на кухні дозволяють підвищити ефективність роботи закладу та зменшити час очікування клієнтів. Однак важливо збалансувати автоматизацію з індивідуальним підходом до клієнтів, забезпечуючи персоналізоване обслуговування. Іншим важливим аспектом є зростання інтересу до екологіч-

них практик у ресторанах. Клієнти все частіше звертають увагу на вплив закладу на навколишнє середовище та віддають перевагу закладам, які використовують екологічно чисті продукти та мінімізують відходи. Гіпотези футурології сервісу в ресторанному бізнесі, включають автоматизація обслуговування, що призведе до підвищення ефективності та задоволення клієнтів, персоналізація сервісу, що заснована на аналізі даних клієнтів, сприятиме лояльності та збільшенню доходів ресторану, впровадження екологічних практик підвищить конкурентоспроможність ресторану та привабить клієнтів, які піклуються про навколишнє середовище. Статистичні дані Європейської федерації готельної індустрії підтверджують важливість футурології як прогнозування майбутнього: згідно з дослідженнями, 70% клієнтів обирають ресторани з автоматизованими системами онлайн-замовлень та безконтактною оплатою, близько 60% клієнтів віддають перевагу закладам, які пропонують персоналізовані рекомендації страв на основі їхніх попередніх замовлень, близько 50% клієнтів висловлюють інтерес до закладів, які впроваджують екологічні практики, такі як сортування відходів та використання органічних продуктів [1].

Таким чином, ресторанний бізнес має значний потенціал для розвитку сервісу завдяки впровадженню інноваційних підходів та технологій. Однак необхідно враховувати баланс між автоматизацією та персоналізацією, а також забезпечувати екологічну відповідальність закладів.

Аналіз літературних джерел. Актуальність теми дослідження визначається увагою авторів до розробки проблематики, зокрема, Дишкантюк О. В., Власюк К. В., Тітомир Л. А., Жмудь А. В., Vo-Thanh T., Zaman M., Hasan R., Akter S. and Dang-Van T., Gottardello D., Karabag S. F. Mejia C., Wilson K., Д'яконова А., Тітомир Л., Жовтяк К., Vocean C. G., Popescu L. and Budică-Iacob A.-F., Salvi A., Raimo N., Petruzzella F., Vitolla F., Зінцьо Ю., Даниленко М., Riverola C., Dedehayir O., Harrington S., Velasquez Franco S., Rita P., Vong C., Pinheiro F. and Mimoso J., Світлинець О., Горішевський П., Халілова-Чуваєва Ю. [1–11] та інші автори.

Мета та завдання статті. Метою статті є дослідження та аналіз перспективних напрямків розвитку сервісу в ресторанному бізнесі, зокрема впливу сучасних технологій, автоматизації, персоналізованого підходу та екологічних практик на покращення якості обслуговування клієнтів та конкурентоспроможності ресторанів.

Завдання дослідження:

1. Провести аналіз майбутніх тенденцій у сфері ресторанного сервісу та ідентифікувати ключові сучасні тренди.

2. Дослідити, як впровадження нових технологій, зокрема систем онлайн-замовлень, елек-

тронних меню та роботизованого обслуговування, може покращити ефективність роботи ресторану та задоволення клієнтів.

3. Проаналізувати, як персоналізоване обслуговування, засноване на аналізі даних клієнтів, може вплинути на лояльність та задоволення клієнтів.

4. Дослідити, які екологічні практики впливають на репутацію ресторану та привертають клієнтів.

5. Розробити практичні рекомендації для ресторанного бізнесу щодо впровадження інноваційних підходів у сервіс.

Матеріали та методи. Матеріалами дослідження є праці вітчизняних та зарубіжних авторів, що провадять свої науково-практичні дослідження у сфері ресторанного бізнесу.

У дослідженні використано аналіз наукової літератури, огляди ринку, опитування експертів та аналіз кейсів успішних закладів. Порівняльний аналіз даних дозволив виявити ключові тенденції у сервісі, а опитування експертів дало змогу оцінити перспективні напрями розвитку. Проведено огляд та аналіз літератури з теми футурології сервісу в ресторанному бізнесі. Виявлено ключові тенденції та перспективні напрямки розвитку сервісу, зокрема цифровізацію, автоматизацію та персоналізацію обслуговування. Проведено порівняльний аналіз різних підходів та технологій у сервісі ресторанів. Розроблено рекомендації щодо практичного впровадження інновацій у ресторанному бізнесі.

Виклад основного матеріалу. Майбутні тенденції у сфері ресторанного сервісу, визначені на основі аналізу сучасних досліджень, вказують на швидке впровадження технологічних інновацій та зміну підходів до обслуговування клієнтів. Ключовими сучасними трендами є цифровізація, автоматизація, персоналізація та екологічні практики, які впливають на ефективність і якість послуг у ресторанах [2].

Одним із основних трендів є цифровізація обслуговування. Використання онлайн-платформ для замовлень, мобільних додатків для бронювання століків та цифрових меню дозволяє ресторанам надавати клієнтам зручні та швидкі сервіси. Цифрові інструменти також допомагають закладам ефективніше керувати замовленнями та скорочувати час очікування гостей. Автоматизація процесів обслуговування, включаючи роботизованих офіціантів та автоматизовані кухонні пристрої, відкриває нові можливості для підвищення продуктивності ресторанного бізнесу, що дозволяє знизити витрати на робочу силу, підвищити якість обслуговування та прискорити процес приготування страв [3].

Персоналізація обслуговування є ще одним важливим трендом. Використання даних клієнтів для аналізу їхніх вподобань та попередніх замовлень дозволяє ресторанам пропонувати індивідуальні рекомендації та покращувати якість

обслуговування, що сприяє підвищенню лояльності клієнтів та збільшенню доходів.

Екологічні практики в ресторанному бізнесі також стають все більш популярними. Використання органічних та місцевих продуктів, мінімізація відходів та сортування сміття дозволяють закладам покращити свою репутацію та залучити клієнтів, які піклуються про навколишнє середовище [4].

Загалом, аналіз майбутніх тенденцій у сфері ресторанного сервісу показує, що ключові сучасні тренди спрямовані на покращення якості обслуговування, підвищення ефективності та залучення клієнтів. Впровадження представлених інноваційних підходів може забезпечити ресторанам конкурентні переваги та довгостроковий успіх у швидкозмінних умовах сучасного ринку.

Впровадження новітніх технологій у ресторанний бізнес стає ключовим фактором підвищення ефективності роботи та задоволення клієнтів. Одним із найбільш значущих технологічних досягнень є системи онлайн-замовлень, які дозволяють клієнтам робити замовлення дистанційно та економити час, що забезпечують зручність для клієнтів, а також спрощують процес обробки замовлень для персоналу ресторану. Електронні меню є ще однією інновацією, що сприяє покращенню обслуговування клієнтів. Вони дозволяють закладам швидко змінювати меню та додавати нові страви, а клієнтам — легко переглядати пропозиції, в тому числі фотографії страв і їхні описи. Такі меню можуть також містити додаткову інформацію, наприклад, про алергени, калорійність або походження продуктів [5].

Роботизоване обслуговування, яке включає використання роботів-офіціантів та автоматизованих кухонних пристроїв, дозволяє значно підвищити продуктивність та швидкість обслуговування. Роботи можуть виконувати рутинні завдання, такі як подача страв та напоїв, що звільняє персонал для більш складних завдань та покращення взаємодії з клієнтами.

Впровадження інноваційних технологій також сприяє підвищенню якості сервісу завдяки скороченню часу очікування та зменшенню можливості помилок. Системи онлайн-замовлень та електронні меню дозволяють клієнтам швидко отримувати потрібну інформацію та робити замовлення, тоді як роботизоване обслуговування забезпечує точне та швидке виконання замовлень [6].

Впровадження нових технологій у ресторанному бізнесі сприяє підвищенню ефективності роботи та задоволення клієнтів, що дає змогу ресторанам бути більш конкурентоспроможними на ринку та надавати гостям унікальні досвіди, що відповідають сучасним вимогам до обслуговування.

Персоналізоване обслуговування стає все більш важливим фактором у сучасному ресторанному бізнесі, оскільки клієнти прагнуть отримувати уні-

кальні та індивідуальні враження. Аналіз даних клієнтів, зокрема їхні вподобання, історію замовлень та демографічні характеристики, дозволяє ресторанам надавати індивідуальні рекомендації та покращувати взаємодію з кожним гостем [5].

Одним із способів використання аналізу даних є пропозиція страв, які відповідають попереднім замовленням клієнта. Наприклад, якщо гість неодноразово обирає страву з морепродуктів, ресторан може порекомендувати йому нові страви з цього ж розділу меню. Такий підхід сприяє підвищенню задоволення клієнтів, оскільки вони відчують, що їхні вподобання враховані.

Персоналізоване обслуговування також може включати пропозиції на основі важливих подій у житті клієнтів, таких як дні народження або річниця. Вітальні листи, спеціальні пропозиції та знижки в такі дати можуть значно підвищити лояльність клієнтів, оскільки вони відчують індивідуальний підхід. Аналіз даних клієнтів дозволяє ресторанам не тільки пропонувати персоналізовані страви та напої, а й покращувати обслуговування загалом. Наприклад, якщо певна група клієнтів надає перевагу замовленню їжі додому, ресторан може зосередитися на вдосконаленні послуги доставки та прискоренні часу доставки. Вплив персоналізованого обслуговування на лояльність та задоволення клієнтів може бути значним. Клієнти, які відчувають індивідуальний підхід, частіше повертаються до ресторану та рекомендують його іншим, що сприяє збільшенню кількості постійних клієнтів та зростанню доходів ресторану. Персоналізоване обслуговування, засноване на аналізі даних клієнтів, є потужним інструментом для підвищення лояльності та задоволення клієнтів. Ресторани, які успішно впроваджують цей підхід, можуть очікувати довгострокової взаємодії з клієнтами та досягнення конкурентних переваг на ринку — табл. 1.

Великі мережі європейських закладів використовують різноманітні методики персоналізованого обслуговування, включаючи програми лояльності, мобільні додатки та індивідуальні пропозиції, щоб підвищити ефективність роботи, задоволення клієнтів та лояльність.

Екологічні практики стають дедалі важливішими для сучасних ресторанів, оскільки клієнти все більше звертають увагу на те, як заклади піклуються про навколишнє середовище, що можуть мати суттєвий вплив на репутацію ресторану та притягувати клієнтів, які цінують екологічну свідомість — табл. 2.

Інформація про екологічні практики ресторану має бути доступною для клієнтів. Наприклад, заклад може рекламувати свої зусилля з охорони навколишнього середовища через меню, вебсайт або соціальні мережі, що може привернути увагу екологічно свідомих клієнтів та збільшити їхню лояльність до ресторану. Екопрактики ви-

Таблиця 1

Методики персоналізованого обслуговування у великих мережах Європейських закладів [7]

Мережа закладів	Впроваджені методики	Вирішні завдання
Starbucks	Персональні програми лояльності та бонуси, аналітика даних клієнтів для персоналізації пропозицій, мобільний додаток для замовлення та оплати	Підвищення лояльності клієнтів, підвищення середнього чека, зручність та швидкість обслуговування
McDonald's	Кіоски самообслуговування з персональними пропозиціями, мобільний додаток для замовлення та знижок, програми лояльності та персональні пропозиції	Скорочення часу очікування, збільшення ефективності роботи, залучення нових клієнтів
Pizza Hut	Персональні акції та спеціальні пропозиції через додаток, інтерактивне меню для вибору інгредієнтів, історія замовлень для кращої персоналізації	Підвищення задоволення клієнтів, підвищення лояльності клієнтів, збільшення частоти візитів
Domino's	Персональні пропозиції через мобільний додаток, історія замовлень для індивідуальних рекомендацій, програми лояльності та бонуси для постійних клієнтів	Підвищення ефективності роботи, збільшення лояльності клієнтів, підвищення середнього чека

Джерело: складено автором на основі [7]

користують мережі європейських закладів такі як McDonald's, Subway, KFC, Burger King, Pizza Hut та інші. Впровадження екологічних практик може мати значний позитивний вплив на репутацію ресторану та залучення клієнтів, що допомагає закладам відрізнитися від конкурентів, підвищити лояльність відвідувачів та зробити свій внесок у збереження навколишнього середовища [11].

На основі вище проведеного дослідження можна розробити практичні рекомендації для сучасного розвитку ресторанного бізнесу:

1. Впровадження цифрових технологій: онлайн-замовлення та мобільні додатки для бронювання столиків і оплати, електронні меню, цифрові програми лояльності та індивідуальні пропозиції.

2. Автоматизація обслуговування: автоматизовані кіоски самообслуговування, роботизоване обслуговування на кухні та в залі, автоматизовані системи управління замовленнями та кухонним процесом.

3. Персоналізоване обслуговування: збір даних про клієнтів для індивідуальних рекомендацій, використання історії замовлень та вподобання клієнтів, програми лояльності для постійних клієнтів.

4. Екологічні практики: використання органічних та місцевих продуктів, програми з переробки та утилізації відходів для зменшення екологічного впливу, використання екологічних пакувальних матеріалів та зменшення використання одноразового посуду.

5. Підвищення ефективності роботи: використання енергоефективного обладнання та освітлення для зменшення витрат на енергію, впровадження системи планування та контролю персоналу для оптимізації робочих процесів, встановлення системи безпеки та гігієни для забезпечення безпечного обслуговування.

6. Навчання персоналу: проведення регулярного навчання персоналу щодо нових технологій та сервісних підходів, навчання співробітників

Таблиця 2

Екологічні практики у ресторанному бізнесі

Екологічні практики	Характеристика	Переваги	Недоліки
Використання органічних продуктів [5]	Використання органічно вироблених продуктів без пестицидів та хімікатів	Якісніші продукти, приваблює екосвідомих клієнтів	Вищі витрати на закупівлю, може обмежити різноманітність меню
Мінімізація відходів [8]	Зменшення кількості харчових відходів через планування меню та порцій	Зменшення витрат на утилізацію, поліпшення репутації серед клієнтів	Вимагає продуманого підходу до планування
Переробка відходів [9]	Переробка відходів, таких як папір, пластик та скло	Підвищення екологічної відповідальності, зменшення впливу на навколишнє середовище	Потреба в організації роздільного збирання сміття
Енергетична ефективність [8]	Використання енергоефективного обладнання та світлодіодного освітлення	Зменшення споживання енергії, зниження витрат на електроенергію	Початкові витрати на оновлення обладнання
Екологічні пакувальні матеріали [10]	Використання біорозкладних або перероблених матеріалів для пакування	Зменшення відходів, підвищення екологічної свідомості	Вищі витрати на закупівлю

Джерело: власна розробка автора

екологічним практикам та стійкому розвитку, залучення персоналу до обговорення нових ініціатив та інновацій.

Впровадження представлених рекомендацій може підвищити ефективність роботи ресторану, покращити задоволення клієнтів та забезпечити конкурентоспроможність на ринку.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Аналіз майбутніх тенденцій у сфері ресторанного сервісу виявив ключові сучасні тренди, що впливають на розвиток галузі, включає цифровізацію, автоматизацію процесів, персоналізацію обслуговування та екологічні практики, що є основними рушійними силами інновацій у ресторанному бізнесі та формуватимуть майбутнє сервісу. Впровадження нових технологій, таких як системи онлайн-замовлень, електронні меню та роботизоване обслуговування, може значно покращити ефективність роботи ресторану та підвищити задоволення клієнтів, що дозволяють ресторанам скорочувати час очікування, оптимізувати роботу персоналу та надавати зручніші послуги. Персоналізоване обслуговування, засноване на аналізі даних клієнтів, має позитивний вплив на лояльність та задоволення

клієнтів. Індивідуальні рекомендації, спеціальні пропозиції та програми лояльності сприяють підвищенню якості обслуговування та збільшенню кількості постійних клієнтів. Екологічні практики у ресторанному бізнесі, такі як використання органічних продуктів, переробка відходів та енергетична ефективність, позитивно впливають на репутацію ресторанів та притягують клієнтів, які цінують екологічну свідомість. Такі практики сприяють стійкому розвитку та підвищують імідж ресторану. Розроблені практичні рекомендації для ресторанного бізнесу щодо впровадження інноваційних підходів у сервіс включають застосування сучасних технологій, персоналізованого обслуговування, екологічних практик, підвищення ефективності роботи та навчання персоналу, що сприятимуть успішному розвитку ресторанів та підвищенню їх конкурентоспроможності на ринку. Впровадження інноваційних підходів та екологічних практик у ресторанний сервіс має суттєвий потенціал для підвищення ефективності, якості обслуговування та задоволення клієнтів, що допоможе ресторанам залишатися актуальними та успішними в умовах швидкозмінних ринкових умов.

Література

1. Дишкантюк О.В., Власюк К.В., Тітомир Л.А., Жмудь А.В. Інновації в ресторанному господарстві: адаптація технологій харчування до сучасних вимог сталого розвитку. *Таврійський науковий вісник. Серія: Технічні науки*. 2024. 6. С. 113–119. doi: <https://doi.org/10.32782/tnv-tech.2023.6.13>.
2. Vo-Thanh T., Zaman M., Hasan R., Akter S., Dang-Van, T. The service digitalization in fine-dining restaurants: a cost-benefit perspective. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. 2022. Vol. 34, No. 9. P. 3502–3524. doi: <https://doi.org/10.1108/IJCHM-09-2021-1130>.
3. Gottardello D., Karabag S.F. Crisis innovation: a study of Michelin-starred restaurants' strategic renewal and alignment. *International Hospitality Review*. 2024. Vol. 38, No. 1. p. 119–142. doi: <https://doi.org/10.1108/IHR-03-2022-0010>.
4. Mejia C., Wilson K. Coming to terms with a socially unsustainable fine dining business model. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. 2024. Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print. doi: <https://doi.org/10.1108/IJCHM-07-2023-0948>.
5. Д'яконова А., Тітомир Л., Жовтяк К. Інноваційні технології як фактор формування стратегії управління якістю послуг в готельно-ресторанному бізнесі. *Економіка та суспільство*. 2023. 54. doi: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-54-22>.
6. Vocean C.G., Popescu L., Budică-Iacob A.-F. Sustainability Development Assessment and Indicators. Grima, S., Czen, E. and Romănova, I. (Ed.) *Managing Risk and Decision Making in Times of Economic Distress, Part B (Contemporary Studies in Economic and Financial Analysis, Vol. 108B)*, Emerald Publishing Limited, Leeds. 2022. P. 91–108. doi: <https://doi.org/10.1108/S1569-37592022000108B035>.
7. Salvi A., Raimo N., Petruzzella F., Vitolla F. The role of communication in restaurant crowdfunding success. *British Food Journal*. 2022. Vol. 124, No. 12. P. 4323–4338. doi: <https://doi.org/10.1108/BFJ-07-2021-0797>.
8. Зіньцьо Ю., Даниленко М. Аналіз тенденцій розвитку маркетингової цінової політики в ресторанному бізнесі. *Економіка та суспільство*. 2023. 58. doi: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-58-32>.
9. Riverola C., Dedehayir O., Harrington S., Velasquez Franco S. Building a greener dining scene: how do veg-friendly restaurateurs “crop up”? *British Food Journal*. 2022. Vol. 124, No. 7. P. 2262–2278. doi: <https://doi.org/10.1108/BFJ-10-2021-1104>.
10. Rita P., Vong C., Pinheiro F., Mimoso J. A sentiment analysis of Michelin-starred restaurants, *European Journal of Management and Business Economics*. 2023. Vol. 32, No. 3. P. 276–295. doi: <https://doi.org/10.1108/EJMBE-11-2021-0295>.

11. Світлиць О., Горішевський П., Халілова-Чуваєва Ю. Інноваційні стратегії в управлінні готельно-ресторанними послугами: від зелених ініціатив до соціальної відповідальності. *Економіка та суспільство*. 2024. 60. doi: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-60-153>.

References

1. Dyshkantiuk, O. V., & Vlasiuk, K. V. (2024). Innovatsii v restorannomu hospodarstvi: adaptatsiia tekhnolohii kharchuvannia do suchasnykh vymoh staloho rozvytku [Innovations in the restaurant business: adaptation of food technologies to modern requirements of sustainable development]. *Tavriiskyi naukovyi visnyk. Serii: Tekhnichni nauky — Taurian Scientific Herald. Series: Technical sciences*, № 6, pp. 113–119. doi: <https://doi.org/10.32782/tnv-tech.2023.6.13> [in Ukrainian].
2. Vo-Thanh, T., & Zaman, M. (2022). The service digitalization in fine-dining restaurants: a cost-benefit perspective. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 34 No. 9, pp. 3502–3524. doi: <https://doi.org/10.1108/IJCHM-09-2021-1130>.
3. Gottardello, D., & Karabag, S. F. (2024). Crisis innovation: a study of Michelin-starred restaurants' strategic renewal and alignment, *International Hospitality Review*, Vol. 38 No. 1, pp. 119–142. doi: <https://doi.org/10.1108/IHR-03-2022-0010>.
4. Mejia, C., & Wilson, K. (2024). Coming to terms with a socially unsustainable fine dining business model. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print. doi: <https://doi.org/10.1108/IJCHM-07-2023-0948>.
5. Diakonova, A., & Titomyr, L. (2023). Innovatsiini tekhnolohii yak faktor formuvannia stratehii upravlinnia yakistiu posluh v hotelno-restorannomu biznesi [Innovative technologies as a factor in the formation of the service quality management strategy in the hotel and restaurant business]. *Ekonomika ta suspilstvo — Economy and society*, № 54. doi: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-54-22> [in Ukrainian].
6. Bocean, C. G., & Popescu, L. (2022). Sustainability Development Assessment and Indicators. Grima, S., Ițen, E. and Romănova, I. (Ed.) *Managing Risk and Decision Making in Times of Economic Distress, Part B (Contemporary Studies in Economic and Financial Analysis, Vol. 108B)*, Emerald Publishing Limited, Leeds, pp. 91–108. doi: <https://doi.org/10.1108/S1569-37592022000108B035>.
7. Salvi, A., & Raimo, N. (2022). The role of communication in restaurant crowdfunding success. *British Food Journal*, Vol. 124 No. 12, pp. 4323–4338. doi: <https://doi.org/10.1108/BFJ-07-2021-0797>.
8. Zintso, Yu., & Danylenko, M. (2023). Analiz tendentsii rozvytku marketynhovoї tsinovoї polityky v restorannomu biznesi [Analysis of trends in the development of marketing price policy in the restaurant business]. *Ekonomika ta suspilstvo — Economy and society*, № 58. doi: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-58-32> [in Ukrainian].
9. Riverola, C., & Dedehayir, O. (2022). Building a greener dining scene: how do veg-friendly restaurateurs «crop up»? *British Food Journal*, Vol. 124, No. 7, pp. 2262–2278. doi: <https://doi.org/10.1108/BFJ-10-2021-1104>.
10. Rita, P., & Vong, C. (2023). A sentiment analysis of Michelin-starred restaurants. *European Journal of Management and Business Economics*, Vol. 32 No. 3, pp. 276–295. doi: <https://doi.org/10.1108/EJMBE-11-2021-0295>.
11. Svitlynets, O., & Horishevskiy, P. (2024). Innovatsiini stratehii v upravlinni hotelno-restorannymy posluhamy: vid zelenykh initsiatyv do sotsialnoi vidpovidalnosti [Innovative strategies in the management of hotel and restaurant services: from green initiatives to social responsibility]. *Ekonomika ta suspilstvo — Economy and society*, № 60. doi: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-60-153> [in Ukrainian].