



УДК 338.488.2:640.43

[https://doi.org/10.52058/2708-7530-2025-1\(55\)-852-861](https://doi.org/10.52058/2708-7530-2025-1(55)-852-861)

Коваленко Любов Григорівна кандидат економічних наук, доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи, Уманський національний університет садівництва, м. Умань тел. (04744) 3-20-11, <https://orcid.org/0000-0002-0532-136X>

Нагернюк Діана Валентинівна кандидат економічних наук, доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи, Уманський національний університет садівництва, м. Умань тел. (04744) 3-20-11, <https://orcid.org/0000-0002-4934-0677>

ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ІМІДЖЕВОМУ ВИМІРІ СУБ'ЄКТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

Анотація. В умовах перманентних фінансово-економічних криз і нестабільності ринкового середовища представляється вкрай актуальним виявлення інноваційних можливостей іміджелогії в просуванні продуктів та послуг з метою підвищення і посилення їх репутації, що обумовлює важливість дослідження іміджу як ключового чинника конкурентоспроможності суб'єкта готельно-ресторанного бізнесу та ефективності його підприємницької діяльності в цілому. Доведено, що позитивний, а за часту і унікальний імідж – це те, що визначає унікальність організації і є елементом, який виокремлює її серед конкурентів, особливо в умовах значної кількості ринкових пропозицій та агресивної конкурентної боротьби. На ринку послуг підприємства готельно-ресторанного господарства можуть позиціонувати себе як такі, що прагнуть досконалості, використовуючи при цьому засоби в прийнятті інноваційних рішень, як-то сучасні технології.

В статті обґрунтовується необхідність застосування інновацій в діяльності суб'єкта готельно-ресторанного бізнесу при формуванні позитивного іміджу на ринку послуг для закріплення високих конкурентних позицій. Авторами визначено, що основними інструментами інноваційних технологій, які необхідні для ведення ефективного готельно-ресторанного бізнесу є сучасні телекомунікаційні можливості, безконтактні технології, використання чат-ботів (програми, яка імітує спілкування гостя з реальною людиною), застосування можливостей доповненої реальності, автоматизовані системи управління такі, як система управління готелем (Property Management System), система управління рестораном (Point Of Sales), система енергозбереження



(Energy Management System), система електронних ключів (Key System), система безпеки (Security System) і звісно, технології просування організації в мережі Інтернет (веб-сайт, сторінка в соціальних мережах You Tube, Facebook, Instagram, TikTok). Імідж закладу, сформований у соціальних мережах, дозволить підвищити коефіцієнт конверсії потенційних клієнтів, зросте кількість активних підписників, що в результаті збільшить лояльність цільової аудиторії до бренду або окремих готельних та ресторанных продуктів.

Ключові слова: інновація, технологія, готель, ресторан, діяльність, імідж, конкуренція.

Kovalenko Liubov Hryhorivna PhD in Economics, Associate Professor of the Department of Tourism and Hotel and Restaurant Business, Uman National University of Horticulture, Uman tel. (04744) 3-20-11, <https://orcid.org/0000-0002-0532-136X>

Naherniuk Diana Valentynivna PhD in Economics, Associate Professor of the Department of Tourism and Hotel and Restaurant Business, Uman National University of Horticulture, Uman tel. (04744) 3-20-11, <https://orcid.org/0000-0002-4934-0677>

INNOVATIVE TECHNOLOGIES IN THE IMAGE DIMENSION OF THE HOTEL AND RESTAURANT BUSINESS

Abstract. In the context of ongoing financial and economic crises and market instability, identifying the innovative potential of imageology in promoting products and services has become increasingly urgent. This process is critical for enhancing and strengthening reputations, making it necessary to thoroughly study image as a key factor in the competitiveness of hotel and restaurant businesses and the overall effectiveness of their activities. It has been proven that a positive—and often unique—image determines an organization’s distinctiveness and sets it apart from competitors, particularly in a market characterized by a high number of offers and intense competition. In the service sector, hotel and restaurant enterprises can position themselves as striving for excellence by employing innovative approaches, including modern technologies.

The article substantiates the necessity of applying innovations in hotel and restaurant business activities to build a positive image in the service market and secure strong competitive positions. The authors have identified key innovative technological tools essential for effective hotel and restaurant management. These include modern telecommunication capabilities, contactless technologies, chatbots (programs simulating communication between guests and real staff), augmented



reality tools, and automated management systems such as the Property Management System (PMS) for hotels, the Point of Sales (POS) system for restaurants, Energy Management Systems (EMS), electronic key systems, security systems, and technologies for promoting the organization online (websites and social media platforms like YouTube, Facebook, Instagram, and TikTok). The image created for an organization on social media can increase the conversion rate of potential customers and grow the number of active subscribers, thereby enhancing the loyalty of the target audience to the brand or specific hotel and restaurant products.

Keywords: innovation, technology, hotel, restaurant, activity, image, competition.

Постановка проблеми. Споживач готельно-ресторанної послуги завжди буде знаходитися у пошуку тієї, яка буде повністю його задовольняти, що визначає глибоку персоніфікацію обслуговування та повну концентрацію уваги на запитах та потребах клієнтів суб'єктом готельно-ресторанного бізнесу. І це, перш за все, буде відображатися у своєрідному «обличчі» закладу, яке формується науковими та технічними досягненнями, особливостями продукту чи послуги, їх властивостями та сферою застосування. В своїй уяві потенційний споживач визначає позитивний образ закладу перш за все за репутацією, якістю, надійністю, індивідуальністю та новаторством, що має першочерговий вплив на прийняття ним рішення скористатися саме його послугами.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Над проблемами розвитку готельно-ресторанного бізнесу в сучасних умовах працюють С. Баженова, І. Банєва, О. Величко, Т. Ковальчук, Л. Лук'янець, Л. Лисюк, Т. Незвещук-Когут та ін. Питанням теоретичних аспектів інноваційної політики підприємств приділено увагу у роботах А. Бутенка, О. Завадинської, Ю. Ковтуненка, В. Мазура, А. Ткаченка. Проте, подальшого дослідження потребують питання застосування інноваційних технологій у діяльності готельно-ресторанних підприємств для формування їх позитивного іміджу на ринку послуг.

Метою статті є обґрунтування доцільності застосування інноваційних технологій в діяльності суб'єкта готельно-ресторанного бізнесу при формуванні позитивного іміджу на ринку послуг для закріплення високих конкурентних позицій.

Виклад основного матеріалу. Імідж суб'єкта готельно-ресторанного бізнесу є сформованим в суспільстві уявленням щодо діяльності організації та її продукту(послуги) на основі визначених цінностей, що значно впливає на лояльність споживачів, налагодження партнерських зв'язків, полегшує доступ до фінансових, інформаційних, людських, матеріальних ресурсів та визначає соціальну його значимість. Проте, насамперед, це вияв індивідуальності та ідентичності самого підприємства.



Імідж суб'єкта господарювання в уявленні споживача формується за допомогою реклами, PR-технологій, інформування про діяльність зі сторони суб'єкта господарювання та з отриманого досвіду під час перебування в самому закладі, а це якраз вказує на зацікавленість та націленість на клієнта.

Одними із найважливіших елементів успішного формування позитивного іміджу суб'єкта господарювання є перш за все дотримання міжнародних стандартів якості (як, наприклад, ISO 9000), привабливий (а часто і ексклюзивний) зовнішній вигляд товару (дизайн екстер'єру\інтер'єру, презентація послуги\страви), процес надання послуги, на що за часту впливає прийняття інноваційних рішень в діяльності підприємства.

Загалом, протягом 2018-2023 років інвестиції у впровадження інновацій у ресторанах зросли на 30-50% залежно від сегмента ринку, що демонструє високий інтерес до технологічних рішень у сфері обслуговування. Згідно з даними досліджень ресторанного ринку, озвучених на одній із експертних сесій NRA Show [1] отримано наступні результати:

- 71% відвідувачам важлива можливість замовити їжу на виніс;
- 52% гостей очікують на безкоштовний Wi-Fi у ресторані;
- 47% сподіваються на можливість зробити попереднє замовлення телефоном;
- 78% мілленіалів шукають меню закладів в інтернеті;
- 32% вже користуються Apple Pay та Google Pay для оплати.

Це вказує на те, що сьогодні недостатньо просто відповідати базовим вимогам готельно-ресторанного обслуговування, як-от чистота, якість їжі та обслуговування. Споживач обирає технологічні рішення та шукає заклад, який може задовольнити ці очікування. Це стає актуальним і для нашого ринку.

Сучасний бізнес має прагнути опанувати нові виробничо-організаційні технології та тенденції управління з метою модернізації та вдосконалення діяльності в цілому. То ж у готельно-ресторанній індустрії на сьогодні швидкими темпами розвиваються інновації з метою охоплення всіх технічних аспектів надання послуг і залучення клієнтів із акцентом зробити їх постійними споживачами саме наданням послуг на найвищому рівні.

Динамічність процесів на світовому ринку послуг поруч із тривалим впливом несприятливих умов зовнішнього середовища (пандемія коронавірусної інфекції, війна України з росією), вказують на потребу використання інноваційних телекомунікаційних можливостей в принципово нових умовах господарювання суб'єктів готельно-ресторанного бізнесу.

Використання мобільних додатків та онлайн-платформ для бронювання та реєстрації прискорюють процеси заїзду та виїзду, що дозволяє уникати черг серед гостей готелю. Потребу попереднього замовлення чи бронювання столу закривають системи онлайн-бронювання, такі як Eat App, Tablein, OpenTable.



Вони дозволяють потенційному гостю побачити вільні часові слоти для бронювання, записатися у лист-очікування, внести депозит тощо. Системи швидкої оплати й замовлення, електронне меню з фотографіями чи відео, можливість залишити відгук в один клік підвищують якість обслуговування та формують позитивне враження від перебування у ресторані.

Готелі та ресторани можуть використовувати інтелектуальні датчики та інноваційні програмні додатки, які можуть резервувати паркувальні місця для гостей до їх відвідування та приймати їх після прибуття. Це дозволяє готелям і ресторанам заощаджувати витрати на оплату праці, пов'язані з ручним керуванням паркуванням, і гарантувати, що гості почуватимуться комфортно з моменту реєстрації в готелі або входу в ресторан [2].

Через пандемію COVID-19 було важливим запровадити безконтактні технології, такі як мобільні ключі та оплата, а також покращити заходи безпеки та гігієни. У 2023-2024 році саме можливість розрахуватися карткою у закладі стає одним з головних світових трендів та must-have у галузі. Очікується, що глобальний ринок безконтактної оплати зросте на 24% до 2030 року та сягне майже 13 млрд. доларів.

На зараз все більше готелів дозволяють отримати доступ до номеру через додаток для смартфона, що зменшує вартість друку пластикових карток-ключів і усуває проблеми із заміною тих, які були розмагніченими або втраченими.

У безконтактну еру нове життя отримали й штрих-коди. Цей інструмент ресторани почали використовувати на плакатах, столах, підставках тощо. Відсканувавши QR-код за допомогою смартфона, гість отримує не тільки онлайн-меню, а й за штрих-кодом можна оплатити рахунок, не очікуючи офіціанта, залишити чайові та відгук, створити нотатку у календарі з акцією чи заходом. Це економить до 15 хвилин на обслуговуванні одного відвідувача [3].

Ефективність обслуговування забезпечує і використання чат-ботів, програми, яка імітує спілкування гостя з реальною людиною. Чат-бот може виконувати наступні функції: порада щодо вибору страв та напоїв, замовлення страви, акційні пропозиції, оплата замовлення, оцінка якості обслуговування, анонс подій тощо.

Інноваційною ресторанною технологією є меню доповненої реальності (Augmented Reality (AR)), що може дивувати гостей та бути візитівкою закладу. За допомогою доповненої реальності відвідувачі можуть навести свій смартфон на меню та «оживити страви». Так вони побачать 3D-модель страви та ознайомляться з нею ще до замовлення. Використання можливостей доповненої реальності дозволяє гостям створювати власні середовища, наприклад перетворювати стіни на ліси, пляжні заходи сонця або відкритий космос[4]. Отже, AR створює новий вимір у сприйнятті їжі через комплексний



вплив на органи чуття. Основними напрямками трансформації гастрономічного досвіду є: візуальне сприйняття (AR-технології змінюють вигляд страв та оточення, створюючи повне занурення в атмосферу); аудіальний супровід (звуки та музика підсилюють смакові відчуття та створюють емоційний фон); ароматичний вплив (інтеграція AR з системами розпилення ароматів відтворює повноцінні смакові профілі); тактильні відчуття (спеціальні пристрої імітують текстуру їжі, доповнюючи реальні відчуття). На практиці ці інновації вже успішно впроваджуються. Наприклад, проєкт Vocktails від сінгапурських розробників демонструє як поєднання AR-окулярів та «розумної» склянки перетворює звичайну воду на яскравий коктейльний досвід. Склянка оснащена LED-підсвіткою, системою розпилення ароматів та електродами, які стимулюють смакові рецептори язика.

Впровадження VR-технологій у гастрономію відкриває безпрецедентні можливості для бізнесу. За даними Deloitte, заклади, що впровадили віртуальні технології, відзначають зростання середнього чеку на 15-25% та підвищення лояльності клієнтів, оскільки сама технологія дозволяє розробляти інноваційні рекламні стратегії (для прикладу, виробники продуктів харчування використовують VR для проведення віртуальних турів виробництвами, демонструючи прозорість процесів та підвищуючи довіру споживачів); прискорювати професійний розвиток співробітників (шеф-кухарі можуть відпрацьовувати складні кулінарні техніки у віртуальному середовищі, де помилки не призводять до втрати дорогих інгредієнтів, офіціанти та бармени - тренують навички обслуговування в різних сценаріях, включаючи роботу з проблемними клієнтами, нові співробітники швидше адаптуються в процесі застосування VR-симуляторів); вдосконалювати робочі процеси та підвищувати продуктивність (технології віртуальної реальності дозволяють компаніям створювати віртуальні прототипи страв та продуктів, що дає можливість експериментувати з інгредієнтами та способами подачі без витрат на фізичне виготовлення зразків.

Інвестиції у VR-рішення для гастрономії демонструють середній термін окупності 12-18 місяців, що робить цей напрямок особливо привабливим для інвесторів. У найближчі роки очікується поява нових VR-інструментів для харчової індустрії, які зроблять технологію доступнішою для закладів різного масштабу.

Впровадження «розумних» технологій, таких як голосові асистенти та дистанційне керування системами, дозволяє гостям контролювати освітлення, клімат та розваги в кімнаті за допомогою смартфона або голосових команд, що є одним з елементів комфортного перебування в готелі. Роботи та штучний інтелект (AI) використовуються для автоматизації певних процесів, таких як обслуговування номерів та замовлення їжі, що може покращити ефективність



і точність. З метою адаптації закладів готельно-ресторанного бізнесу до обслуговування людей з інвалідністю, кімнати з голосовим керуванням стають засобом забезпечення культури рівності та інклюзивності, усувають бар'єр між надавачем послуг та людиною з особливими потребами.

Особливу роль в організації готельно-ресторанного бізнесу в сучасних умовах виконують автоматизовані системи управління. Оновлені системи управління, що застосовуються у світовій практиці готельно-ресторанного бізнесу (система управління готелем (Property Management System), система управління рестораном (Point Of Sales) система енергозбереження (Energy Management System), система електронних ключів (Key System), система безпеки (Security System)), повинні включати апаратне та програмне забезпечення, яке дозволяє готелям і ресторанам автоматизувати завдання управління.

Проте найбільш результативним для готельно-ресторанних підприємств можна вважати впровадження інтелектуальних систем типу «Smart House» (комплексу керування і моніторингу інженерних систем будівлі готелю/ресторану і безпосередньо номерів); використання нетрадиційних джерел енергії (сонячних колекторів, батарей теплових насосів та інше); енергоощадне освітлення (установка енергозберігаючих ламп, датчиків руху, використання ключів доступу для подачі електроенергії в номер тощо); використання інноваційних енерго- та ресурсоефективних приладів, обладнання та матеріалів.

Заходи з енергозбереження мають стосуватися і системи опалення, холодопостачання, вентиляції та кондиціонування готелю/ресторану. Часто в експлуатації готелів виникають проблеми, коли номери повністю не зайняті, а експлуатаційні витрати значні. Відсутність можливості віддаленого контролю і диференційованого обліку не дозволяє відстежити правильність режимів роботи обладнання. Відповідно, обмежуються також і можливості планування і оцінки ефективності енергозберігаючих заходів. Традиційно в багатьох українських готелях застосовується практика підтримувати температуру в номерах за допомогою термостатів, невідконтрольних диспетчеру інженерної служби готелю. Це негативно позначається на економії енергоресурсів і в заселеному, і у вільному номері. Зв'язок тут наступний: для якнайшвидшого досягнення бажаної температури в номері гість встановлює крайні положення датчику термостата. У цей момент сам гість може навіть не перебувати в номері, що призводить до додаткових енерговитрат. Логічною вершиною оптимізації енергоспоживання готелю вважається застосування енергозберігаючого обладнання в сукупності з наявністю контурів регулювання на всіх рівнях розподілу енергоресурсів та створення єдиної системи управління і моніторингу. Система управління опаленням, запрограмована на економію



ресурсів, буде стежити за присутністю або відсутністю гостя. Такі системи дозволяють домогтися економії енергоресурсів, економлять час і трудовитрати обслуговуючого персоналу. Однією з відмінних рис інноваційного проекту готелю нового покоління мусить бути економія енергоресурсів на рівні кінцевого користувача (зон комфорту) - це готельні номери, конференц-зали, кафе і т.д., і так само точний контроль за їх витратою (тепло-, холод-, електроенергія) на рівні розподілу (колектора) на базі ультразвукових тепло/холодо лічильників. У кожній зоні комфорту монтується пульт для установки бажаної температури і контролер, інтегрований в загальну систему диспетчеризації. Управління приладом опалення (радіатор з регулюючим клапаном і приводом) і приладом охолодження (фанкойл) одним контролером виключало б можливу розбіжність в їх роботі, що часто буває при роботі приладів «самих по собі» (один гріє, інший тут же охолоджує). Провівши ряд експериментів зі встановлення тієї чи іншої установки температури і гістерезису, отримуючи при цьому точні дані витрати тепла (холоду), можна визначити оптимальну точку економії, не зменшуючи комфорту клієнтів.

Комплекс енергозберігаючих заходів, що включають приладовий облік ресурсів, використання енергоефективного обладнання і гнучке автоматичне регулювання роботи інженерних систем будівлі, може істотно знизити експлуатаційні витрати готелів і, відповідно, підвищити рентабельність бізнесу. Таким чином, можна виділити наступні переваги автоматизованих станцій диспетчерського управління (АСДУ): 1) економія ресурсів (вода, тепло, електрика); 2) зручне відображення стану номерів на екрані, встановленому на робочому місці чергового адміністратора; 3) підвищення рівня обслуговування гостей і, як наслідок, престижу готелю; 4) зниження витрат на ремонтні роботи за рахунок своєчасного оповіщення про аварійні ситуації.

Проведені дослідження дозволили зробити висновок, що енергоефективні та ресурсозберігаючі технології можна вважати новим методом залучення споживачів та одним із вагомих чинників підвищення рентабельності готельно-ресторанних підприємств.

Конкуренцію готельно-ресторанним комплексам та розширення споживчої цільової аудиторії забезпечить впровадження сучасних технічних та інформаційних засобів як у діяльність закладів, так і в систему їх управління. Використання Tech Lounges і цифрових конференц-залів для проведення корпоративних заходів стає додатковою економічною вигодою, оскільки все більше компаній пропонують варіанти домашнього офісу, а багато працівників починають кар'єру фрилансерів і стають цифровими кочівниками, то ж попит на технічні лаунжі та інші коворкінги значно зріс [5].

Наявність у готельно-ресторанних комплексах wi-fi, а також власного сайту вже не є новизною. На веб-сайті готелю чи ресторану надаються послуги



онлайн-бронювання, інформація про діючі акції та спеціальні пропозиції. Широкого поширення набувають технології просування сайту в мережі Інтернет, зокрема в популярних соціальних мережах. You Tube, Facebook, Instagram та TikTok займають лідерські позиції у використанні для просування реклами. Імідж закладу, сформований у соціальних мережах, особливо впливає на прийняття рішення щодо покупки послуг у споживачів покоління Z. За словами креативного директора Mozgi Ideas Влада Болсуна близько 55% представників покоління Z проводять у смартфонах понад 5 годин на день. Одним з безкоштовних методів залучення потенційних клієнтів є хештеги. З їх допомогою людина швидше знаходить те, що потрібно. Саме це нововведення 21 століття поширило серед людей звичку «їсти очима» привабливу рекламу ресторанів та готельних комплексів. То ж активне просування закладу в соціальних мережах дозволить підвищити коефіцієнт конверсії потенційних клієнтів, збільшити кількість активних підписників, що в результаті збільшить лояльність цільової аудиторії до бренду або окремих готельних та ресторанних продуктів.

Висновки. Проведене дослідження дозволяє сформулювати сутність іміджу як певний збірний образ, який формується у свідомості споживачів відносно конкретної організації, містить значний об'єм емоційно забарвленої інформації про неї і спонукає до певної соціальної поведінки. На формування позитивного іміджу та високої репутації організації безпосередньо впливає використання потенціалу, який забезпечує впровадження інноваційних технологій для ефективного функціонуванні суб'єктів господарської діяльності.

Отже, використання інноваційних рішень в діяльності підприємств готельно-ресторанного господарства – це не лише оптимізація бізнесу, а й створення свого унікального образу в уявленні споживача.

Література:

1. Mapping the Technology Landscape. National Restaurant Association. URL: <https://www.restaurant.org/research/reports/mapping-restaurant-technology-landscape>
2. Банєва І. О., Величко О. В. Сучасні підходи до організації готельно-ресторанного бізнесу. *Електронне наукове фахове видання з економічних наук «Modern Economics»*, №36 (2022), С. 6-11
3. Кіш Г. В. Інноваційні технології в діяльності готельно-ресторанних підприємств. *Актуальні питання у сучасній науці*. 2023. № 6(12). С.65 – 77. DOI: [https://doi.org/10.52058/2786-6300-2023-6\(12\)-65-77](https://doi.org/10.52058/2786-6300-2023-6(12)-65-77).
4. Лютак О.М., Баула О.В., Баула В.В. Інноваційні технології в міжнародній готельній індустрії. *Актуальні проблеми розвитку економіки регіону*. 2023. Вип. 19. Т. 1. С. 10 – 18. DOI: <https://doi.org/10.15330/apred.1.19.10-18>.
5. Лисюк Т., Терещук О., Пасічник М. Інноваційні технології у готельно-ресторанному господарстві. *Економіка та суспільство*. 2022. №40. URL : <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-40-11>



References:

1. Mapping the Technology Landscape. National Restaurant Association [Mapping the Technology Land scape. National Restaurant Association]. Available at: <https://www.restaurant.org/research/reports/mapping-restaurant-technology-landscape>
2. Banyeva, I. and Velychko O. (2022) Modern approaches to the organization of the hotel and restaurant business. [Modern Economics], no. 36, pp. 6–11. Available at: <https://modecon.mnau.edu.ua/modern-approaches-to-the-organization/>
3. Kish G. V. (2023) Innovatsiini tekhnolohii v diialnosti hotelno-restorannykh pidpryiemstv [Innovative technol-ogies in the operation of hotel and restaurant enterprises]. Aktualni pytannia u suchasni nautsi – Current issues in modern science, vol. 6(12). pp. 65–77. DOI: [https://doi.org/10.52058/2786-6300-2023-6\(12\)-65-77](https://doi.org/10.52058/2786-6300-2023-6(12)-65-77).
4. Liutak O., Baula O., Baula V. (2023) Innovatsiini tekhnolohii v mizhnarodnii hotelnii industrii [Innovative tech-nologies in the international hotel industry]. Aktualni problemy rozvytku ekonomiky rehionu – Actual problems of the development of the economy of the region. Vol. 19, T. 1, pp. 10 – 18. DOI: <https://doi.org/10.15330/apred.1.19.10-18>
5. Lysiuk T., Tereshchuk O., Pasichnyk M. (2022) Innovatsiini tekhnolohii u hotelno-restorannomu hospodarstvi [Innovative technologies In the hotel and restaurant]. Ekonomika ta suspilstvo – Economy and society, issue 40. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-40-11>