

УДК 640.43:330.341.1

DOI: <https://doi.org/10.32840/1814-1161/2019-5-14>

Балацька Н.Ю.

кандидат технічних наук, доцент,
докторант кафедри економіки і управління
Харківського державного університету харчування та торгівлі

Balatska Natalia

Ph.D., Associate Professor,
Doctoral student Department of Economics and Management
Kharkov State University of Food Technology and Trade

ІННОВАЦІЙНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

INNOVATIVE ASPECTS OF THE DEVELOPMENT OF RESTAURANT ENTERPRISES

Статтю присвячено огляду сучасних інтерактивних інноваційних технологій розвитку підприємств ресторанного бізнесу. Обґрунтовано необхідність розроблення та впровадження інноваційних рішень, реалізація яких дасть змогу здобути довіру клієнтів і сприятиме формуванню позитивного іміджу й репутації підприємства ресторанного бізнесу. З метою інтегрованого підходу до розвитку підприємств ресторанного бізнесу з урахуванням їхньої галузевої специфіки сформовано комплекс інновацій за напрямками: інноваційні концепції та формати, інноваційні технології в організації виробництва, інноваційні методи обслуговування, інноваційні комп'ютерні та віртуальні системи. Охарактеризовано можливі напрями інноваційного розвитку підприємств ресторанного бізнесу на основі застосування мобільних додатків у віртуальних об'єктах та інтерактивних технологій, RFID-технологій, QR-коду, інноваційних новітніх технологій у приготуванні та оздобленні страв, систем автоматизації front office та back office.

Ключові слова: інновації, підприємство ресторанного бізнесу, інноваційні рішення, SMM, мобільні додатки, електронне меню, RFID-технології, POS-пристрої, QR-код, front office, back office.

Статья посвящена обзору современных интерактивных инновационных технологий развития предприятий ресторанного бизнеса. Обоснована необходимость разработки и внедрения инновационных решений, реализация которых позволит повысить доверие клиентов и будет способствовать формированию положительного имиджа и репутации предприятия ресторанного бизнеса. С целью интегрированного подхода к развитию предприятий ресторанного бизнеса, а также учитывая их отраслевую специфику, сформирован комплекс инноваций по направлениям: инновационные концепции и форматы, инновационные технологии в организации производства, инновационные методы обслуживания, инновационные компьютерные и виртуальные системы. Охарактеризованы перспективные направления инновационного развития предприятий ресторанного бизнеса на основе применения мобильных приложений в виртуальных объектах и интерактивных технологий, RFID-технологий, QR-кода, инновационных новейших технологий в приготовлении и украшении блюд, систем автоматизации front office и back office.

Ключевые слова: инновации, предприятие ресторанного бизнеса, инновационные решения, SMM, мобильные приложения, электронное меню, RFID-технологии, POS-устройства, QR-код, front office, back office.

The article is devoted to the study of modern interactive innovative technologies of the development of restaurant enterprises. It is substantiated the need to develop and introduce innovative solutions whose realization make it possible to gain confidence and to contribute to the formation of positive image and goodwill of restaurant en-

terprises. The paper argues that innovations permit to promote restaurant enterprise uniquely, to improve internal process and restaurant products, to modernize restaurant concepts. To use the integrated approach to the development of restaurant enterprises, taking into account their branch specifics, the author formulates a complex of innovations according to the areas of focus: innovative concepts and formats, innovative technologies in work organization, innovative service methods, innovative computer and virtual systems. The author characterizes the promising opportunities of innovative vector for the development of restaurant enterprises based on the use of mobile applications to cosy up to consumers and increase their loyalty to the restaurant enterprises. The dominant advantages of mobile applications were determined: ease of market penetration, audience outreach, direct interaction between the client and the restaurant enterprise, disintermediation as well as the opportunity to optimize the costs of both the consumer and the restaurant enterprise. It is characterized the benefits and possible sunrise functional branches for the introduction of RFID-technologies in the activities of restaurant enterprises. The paper proves the expediency and substantiates the advantages of QR-code as an effective "advertising trick" of the restaurant enterprise. It is considered the latest innovative technologies for cooking and plating, which can change the concept of gastronomy and provide the restaurant enterprise with unique competitive strengths. The determinants of modern software products, which raise the possibility of control over the process of managing the financial and economic activities of the restaurant enterprise, optimization of available product, cash flow and time consumption, allow improving the quality of internal services.

Keywords: innovations, restaurant enterprise, innovative solutions, SMM, mobile applications, e-menu, RFID-technologies, POS hardware, QR-code, "front office", "back office".

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Сучасні підприємства ресторанного бізнесу досить часто зіштовхуються з низкою проблем, до основних з яких слід віднести: зменшення та втрати частки ринку, що є результатом зменшення кількості клієнтів, низьку швидкість обороту, недоотримання цільового прибутку, низьку якість обслуговування. Вирішення означених проблем та забезпечення конкурентного розвитку підприємств ресторанного бізнесу в динамічних умовах зовнішнього середовища можливо лише на основі безальтернативного способу – впровадження інновацій. Інновації створюють можливість унікального позиціонування підприємства у сфері ресторанного бізнесу, дають змогу вдосконалити процеси та ресторани продукти, модернізувати ресторани концепції. Ресторатори здійснюють активний пошук різних свіжих ідей, за які клієнти готові платити. Необхідність впровадження інновацій у сфері ресторанного бізнесу стимулюють конкурентна боротьба та зростаючі вимоги споживачів. Упровадження і дифузія інновації стає об'єктивною необхідністю на всіх етапах діяльності підприємства ресторанного бізнесу. Сучасний розвиток сфери ресторанного бізнесу спрямований на розроблення та впровадження інноваційних рішень, реалізація яких дасть змогу завоювати довіру гостя та сприятиме формуванню позитивного іміджу підприємства ресторанного бізнесу. Усвідомлення цих обставин призвело до активізації наукового інтересу дослідників до проблематики дослідження можливих інноваційних напрямів розвитку підприємств ресторанного бізнесу на основі впровадження в їхню діяльність сучасних інтерактивних інноваційних технологій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спирається автор. Значну увагу питанням технологічних, технічних, організаційних та інших інновацій у сфері ресторанного бізнесу приділено у наукових працях провідних вітчизняних і зарубіжних учених: О. Давидової, Н. Полстяна [2], О. Завадинської, В. Русавської [3], М. Клапчук, В. Біян, Б. Брухлій [6], І. Пискар [7] та ін. Аналіз наукових праць та прак-

тичний досвід діяльності підприємств ресторанного бізнесу свідчить, що еволюційний розвиток суспільства, зумовлений різного роду науково-технічними перетвореннями, актуалізує питання визначення нових інноваційних перспектив для розвитку підприємств ресторанного бізнесу. Питання дослідження можливостей впровадження сучасних інтерактивних інноваційних технологій в окремі аспекти діяльності підприємств сфери ресторанного бізнесу розкриті фрагментарно та потребують подальшого наукового пошуку у цьому напрямі.

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Метою наукового дослідження є огляд сучасних інтерактивних інноваційних технологій розвитку підприємств ресторанного бізнесу. Для реалізації поставленої мети поставлено та вирішено такі наукові завдання: сформовано комплекс інновацій підприємств ресторанного бізнесу за напрямками: інноваційні концепції та формати, інноваційні технології в організації виробництва, інноваційні методи обслуговування, інноваційні комп'ютерні та віртуальні системи; охарактеризовано переваги мобільних додатків у віртуальних об'єктах та інтерактивних технологій, можливості RFID-технологій, QR-коду, інноваційних новітніх технологій у приготуванні та оздобленні страв, систем автоматизації front office та back office для розвитку підприємств ресторанного бізнесу.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Інновації несуть за собою великі перетворення, інколи такі, що змінюють спосіб життя або ж навіть світогляд цілого суспільства. У Законі України «Про інноваційну діяльність» інновації визначаються як новостворені (застосовані) і (або) вдосконалені конкурентоздатні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери: інноваційні програми та проекти; нові знання й інтелектуальні продукти; виробниче обладнання і процеси; інфраструктура виробництва та підприємництва; організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що відчутно поліпшують

структуру й якість виробництва і (або) соціальної сфери; сировинні ресурси, засоби їх видобування та переробки; товарна продукція; механізми формування споживчого ринку і збуту товарної продукції [4].

Інновації в ресторанному бізнесі на сучасному етапі розвитку інформаційно-комунікаційних та технологічних нововведень є прогресивними і спрямовані на вирішення існуючих проблем розвитку підприємств даної сфери. Інновації створюють можливість розкриття споживачем нових смаків, розширюють можливості створення рестораторами більш комфортних умов обслуговування, що може стати не тільки візитною карткою ресторану, а й у цілому визначає його унікальність та складність копіювання з боку конкурентів, задає темп у розвитку підприємства ресторанного бізнесу [6, с. 94].

Сфера ресторанного бізнесу – історично сформована система харчування і обслуговування клієнтів, яка існує в усьому світі і надає людям можливість не тільки приймати їжу, а й поспілкуватися, виконуючи при цьому соціальну функцію. Специфіка ресторанного бізнесу як галузі сфери послуг розуміє під інноваційними технологіями не тільки поліпшення якості життя людей, красиво і смачно приготовленої їжі, а й грамотно вибудовані відносини з клієнтами, грамотну маркетингову політику і PR-стратегію, а також облік необхідності комерціалізації інноваційних розробок [3, с. 94].

Інформаційні технології внесли в життя людей та суб'єктів господарювання різних сфер економічної діяльності, у тому числі й підприємств сфери ресторанного бізнесу, нові креативні рішення. Сьогодні підприємства ресторанного бізнесу переосмислюють свій бізнес із погляду Інтернету та його нової культури та можливостей. Зростаючий ритм сучасного життя стає більш мобільним (користувачі мобільних пристроїв мають широкі можливості придбання

товарів через зручні додатки), а стрімкий розвиток інформаційно-комунікаційних технологій забезпечує споживачам у всьому світі вільний доступ до товарів та розширює можливості їх вибору та купівлі. Перспективне домінування інформаційно-комунікаційних технологій створює можливість конкурентного розвитку підприємств ресторанного бізнесу шляхом упровадження альтернативних інноваційних рішень.

Сьогодні для успішного розвитку будь-якого підприємства ресторанного бізнесу застосовуються релевантні й часто оновлені аккаунти у соціальних мережах. Підприємства ресторанного бізнесу для просування пропозицій та нових пропозицій меню активно використовують популярні соціальні мережі Facebook та Instagram. В означеному аспекті здійснюється перехід від традиційних рекламних інструментів до робіт з аудиторією онлайн-SMM (Social Media Marketing). Заслужує на увагу інструмент управління Hootsuite для управління «присутністю» підприємства ресторанного господарства у соціальних мережах. Даний інструмент створює можливість утримувати повідомлення підприємства ресторанного бізнесу у графіці, що особливо важливо під час пропозиції спеціальних програм та акцій, створює можливість інформування рестораторів про будь-які коментарі, питання соціальної сторінки з метою своєчасної відповіді на них [10].

Можливі напрями розвитку підприємств ресторанного бізнесу можуть бути представлені комплексом інновацій (рис. 1).

Розглянемо більш детально деякі найбільш яскраві, на нашу думку, інноваційні рішення, реалізація яких розкриває спектр нових можливостей розвитку підприємства ресторанного бізнесу.

Мобільні додатки у віртуальних об'єктах призвели до креативних напрямів розвитку підприємств ресто-

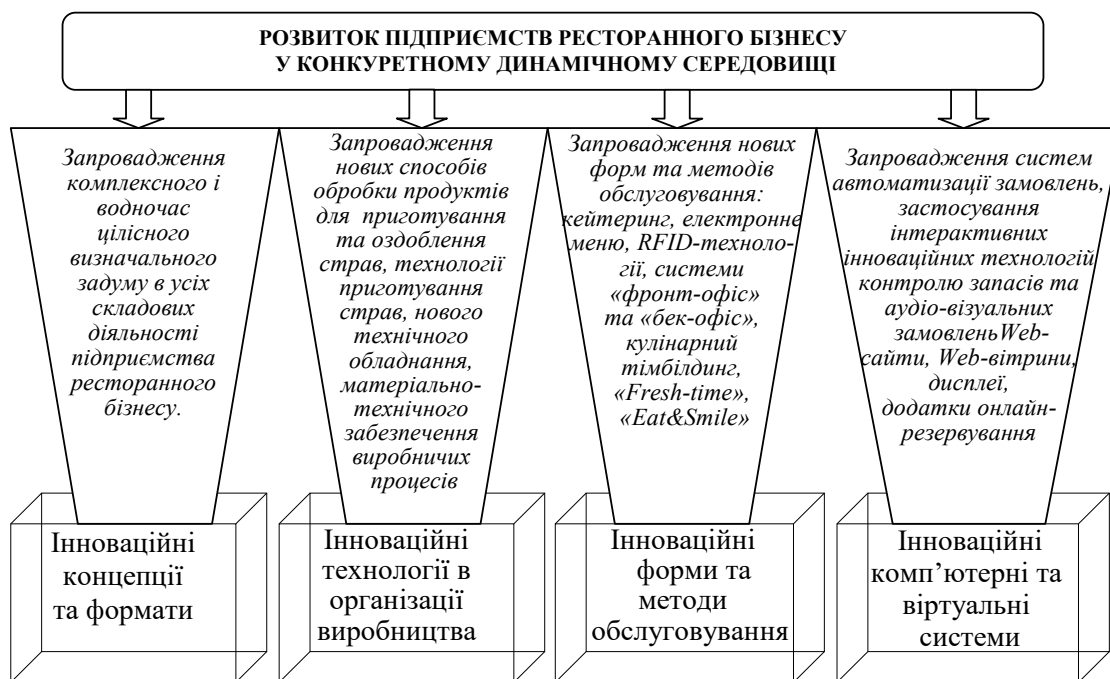


Рис. 1. Комплекс напрямів інноваційних рішень для розвитку підприємств ресторанного бізнесу
Джерело: складено на основі [1–3; 5–11]

ранного бізнесу та їх наближення до споживачів. Сьогодні споживач може замовити кулінарні страви не виходячи з дому, роботи або в інших різних ситуаціях, які обмежують відповідний час на відвідування підприємства ресторанного бізнесу. Інтерактивні технології створюють можливість споживачу спостерігати за тим, як готуються кулінарні страви, через вебкамеру на кухні, грати у відеоігри та оплачувати рахунки.

У цьому сенсі заслуговує на увагу погляд зарубіжних учених, які у ході дослідження питань соціального маркетингу [11] наголошують на важливості мобільних додатків у розвитку підприємств ресторанного бізнесу. Вчені зазначають, що «зростання мобільних додатків у віртуальних об'єктах зумовлене безліччю переваг, серед яких домінуючими є: легкість проникнення на ринок, охоплення більшої кількості людей, безпосередність у взаємодії між клієнтом і підприємством ресторанного бізнесу, усунення посередників, а також географічних бар'єрів та можливість оптимізації витрат як споживача, так і підприємства ресторанного бізнесу» [11].

Завдяки додаванню унікального ідентифікатора і можливості підключення до Інтернету для підприємств ресторанного бізнесу є унікальна можливість поліпшення системи управління запасами, підвищення її ефективності, відстеження руху запасів і підвищення задоволеності клієнтів. Такі переваги створює можливість RFID-технологій (Radio Frequency Identification, що в перекладі й означає «радіочастотна ідентифікація») – технологій автоматичної безконтактної ідентифікації об'єктів за допомогою радіочастотного каналу зв'язку [2, с. 405].

Застосування RFID-технологій передбачає розміщення RFID-міток, які прочитуються спеціальними портативними пристроями за допомогою Wi-Fi, Bluetooth або мобільного зв'язку. Відбувається зв'язок із сервером, на якому зберігається найрізноманітніша інформація про підприємство ресторанного бізнесу. Відповідна інформація далі може бути передана на спеціальний портативний пристрій, що є у власника [1, с. 149].

Більш ефективний сервіс означає підвищення лояльності клієнтів і розширення можливостей підвищення прибутку. Надання персоналу портативних RFID-сканерів і надання клієнтам інтелектуальних карток із номерами замовлень із вбудованими RFID-мітками означає, що вони можуть бути виявлені набагато швидше. Водночас прикріплення міток RFID до таблиць і лічильників обслуговування дає змогу підприємствам ресторанного бізнесу аналізувати час, який потрібен гостям для отримання своїх замовлень, і час, необхідний для очікування обслуговуючого персоналу.

Застосування RFID-технологій має значні перспективи в ресторанах швидкого харчування, в яких швидкість обслуговування є ключовою детермінантою сервісу. Клієнти хочуть, щоб їхня їжа подавалася швидко і за великих обсягів відвідувачів, своєчасне обслуговування означає більшу кількість обкладинок. У ресторанах швидкого харчування з безліччю столів, кількох залів і відкритих майданчиків офіціанту може бути не просто знайти місце, де розмістився клієнт. Це знижує пропускну здатність споживачів і може призвести до

скарг, якщо несвоєчасна доставка призводить до того, що їжа подається за неправильної температури.

Інформація, отримана під час використання RFID-міток, може принести інші переваги власникам підприємств ресторанного бізнесу. Наприклад, відстеження запасів може допомогти рестораторам побачити, які зі страв або напоїв найменш популярні, створюючи при цьому можливість поліпшення меню. Відстеження обслуговування таблиць може допомогти в розробленні більш ефективних способів прийому замовлень, обслуговування клієнтів і підвищення ступеня їх задоволеності. Відстеження співробітників, з іншого боку, може допомогти зменшити проблеми пунктуальності і підвищити продуктивність.

RFID-технології в ресторанному господарстві забезпечують значно поліпшену видимість інвентарю, що скорочує ручну працю і створює більш досконалі моделі для поповнення запасів. Вони також забезпечують більш точне відстеження під час відкриття, що скорочує трудові та харчові відходи за рахунок більш швидкого часу відгуку. Ще однією перевагою використання портативних POS-пристроїв RFID є можливість передавати замовлення безпосередньо на кухню або в бар. Це не тільки скорочує загальну кількість часу, необхідного для прийняття замовлення, а й робить замовлення більш точним, аніж ті, які написані на паперових аркушах, і дає персоналу більше часу на допомогу клієнтам.

Винахід QR-коду (двомірного штрих-коду) відкрив нові необмежені можливості для online-взаємодії підприємства ресторанного бізнесу та його клієнтів. У маленькому яскравому квадратному лабіринті QR-коду можна запрограмувати всі відомі інновації ресторанного бізнесу, а також безліч нових можливостей. Аббревіатура QR перекладається з англійської як «швидкий доступ», а сам матричний код здатний утримати величезний обсяг інформації у вигляді тексту, цифр, URL-адрес, календарів, схем, зображень. Швидкість розпізнавання QR-коду дуже висока, його можна розміщувати на будь-яких носіях, починаючи від касових чеків і меню і закінчуючи різними вивісками. Сканувати його можна мобільним телефоном або відеокамерою ноутбука [8].

QR-код, розміщений на врученому клієнту рахунку – це свого роду вмілий «рекламний хід». У яскравому квадратику можна закодувати історію підприємства ресторанного бізнесу, походження, вік, авторство унікальних деталей інтер'єру і картин. Відвідувачі із задоволенням вивчать меню закладу з докладною інформацією про кожну страву: склад і походження інгредієнтів, етапи і способи обробки, поживність й калорійність. Завдяки розміщенню в QR-коді інформації про час роботи закладу і контакти обов'язково збільшиться кількість замовлень в офіси і додому. За допомогою QR-коду підприємство ресторанного бізнесу може сповіщати своїх клієнтів про акції, лотереї, розіграші, активізувати програми лояльності, влаштовувати голосування, інтерактивні опитування і швидко отримувати відгуки про ресторан від клієнтів. Сканування QR-код ресторану і введення його в календар телефону інформацію про цікаві події або призначені зустрічі дає клієнту змогу пам'ятати про них.

Меню є візитною картою будь-якого закладу ресторанного господарства незалежно від спеціалізації. В епоху активного розвитку інформаційних технологій для того, щоб здивувати відвідувачів і надати естетичного задоволення від перебування в будь-якому закладі ресторанного господарства, звичайного паперового меню недостатньо. У вашому меню можуть бути найсмачніші страви, але деякі з них можуть здатися незнайомими вашим гостям. Додавання зображень може захарачувати стильне меню, тому QR-код Gallery є ідеальним рішенням. Дане інноваційне рішення створює можливість легко відображати зображення апетитних страв і напоїв в одному QR-коді, містити підписи для кожної фотографії страв та напоїв, щоб гості могли читати про страву, поки вони переглядають галерею, щоб вивчити ваше меню. Використання QR-коду для замовлення призводить до усунення традиційного замовлення та дає змогу залучити клієнтів і поліпшити їхнє почуття вірності. Крім того, за допомогою цього методу буде зменшено витрачання часу та енергії персоналу.

Узагальнюючи переваги QR-кодів, слід зазначити, що дане інноваційно-технологічне рішення не тільки створює можливість розвитку ресторанного бізнесу, залучаючи нових клієнтів і підвищуючи лояльність постійних клієнтів, а й створює можливість інформування про клієнтів підприємства ресторанного бізнесу. Це можливо на основі аналізу історій сканування QR-коду, щоб дізнатися, де скануються коди, який час споживач витрачає на огляд відсканованої різного роду інформації про підприємство ресторанного бізнесу і, можливо, навіть хто або який тип людей їх сканує. Це можливо з підтримкою різних сучасних системних розвідників QR-коду, програмного забезпечення [9].

Звертають увагу інноваційні новітні технології в приготуванні та оздобленні страв для привабливання нових споживачів. Здивувати відвідувачів оригінальною подачею страв, управляти формою, кольором, текстурою, ароматом, вологістю продуктів означає перевернути їхнє уявлення про гастрономію та забезпечити унікальні конкурентні переваги підприємству ресторанного бізнесу. У кухнях багатьох країн додають у їжу різноманітні квіти, що не лише гарно, а й смачно і корисно. Їстівні квіти все частіше починають використовувати у своїх стравах європейські кухарі, а в Китаї їх додавали у їжу протягом тисячоліть. Страви з квітами – не новомодна тенденція. Ще в Стародавньому Римі їли квіти гладіолусів, разом із сіллю і оливковою олією. Їстівні квіти містять велику кількість фенольних смол – речовин, у яких ученим удалося виявити протизапальну активність й які можуть зменшити ризик розвитку серцевих та низки онкологічних захворювань [5]. Сьогодні цей інноваційний тренд дає змогу отримувати смачну та різноманітну їжу, а сучасні підприємства ресторанного бізнесу вже давно роблять акцент на здорове харчування, яке при цьому має відмінні смакові властивості.

Ресторатори все активніше використовують прогресивні технології управління, наприклад набувають популярності система автоматизації обслуговування в залі front office, автоматизація бухгалтерського об-

ліку back office та ін. Для управління фінансово-господарською діяльністю підприємства ресторанного бізнесу використовують сучасні програмні продукти, здатні контролювати діючі товарні і грошові потоки, а також оптимізувати витрати часу. Набуває популярності «гостьовий екран касової станції»: зміна рекламних сюжетів на екрані залежить від складу поточного замовлення і нагадує гостю про ті страви або групу страв, яких ще немає у замовленні. Звичайно, згадуються ті страви, продаж яких найбільш вигідний підприємству ресторанного бізнесу. Динамічні менюборди також дають змогу створювати сценарій виведення страв на LCD-екрани залежно від часу доби, дня тижня погоди або інших параметрів. Технологія «електронна черга» дає змогу відвідувачам замість звичного очікування стежити за станом свого замовлення, поглядаючи на гостьовий монітор [7, с. 73].

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. В умовах VUCA-середовища зростання вимог та запитів споживачів інновації є основним чинником, що сприяє динамічному розвитку і підвищенню результативності функціонування підприємств ресторанного бізнесу. Впровадження підприємствами ресторанного господарства різних новітніх технологій та інноваційних рішень дає змогу утримувати і підвищувати рівень його конкурентоспроможності. Ресторанному продукту властива складна структура, він складається з великого числа компонентів і параметрів, різних за своєю природою й значущістю для клієнта. Асортимент, смакові якості страв, ціни, дизайн, імідж, місце розташування – важливі чинники розвитку підприємства ресторанного господарства, проте вони завжди можуть стати банальними, а люди завжди прагнуть до чогось нового, цікавого, незвіданого. Зважаючи на це, ресторатори повинні випередити очікування гостя і постійно розробляти інновації для підтримки конкурентоспроможності і залучення гостей. Упровадження продуктових, технологічних, маркетингових, організаційних та управлінських інновацій дасть змогу підприємствам ресторанного бізнесу забезпечити стабільне і стійке конкурентне положення на ринку.

Бібліографічний список:

1. Верзун Н.А., Колбанев М.О., Омельян А.В. Регулируемый множественный доступ в беспроводной сети умных верей. *Омский научный вестник. Серия «Информатика, вычислительная техника и управление»*. 2016. № 4(148). С. 147–151.
2. Давидова О.Ю., Полстяна Н.В. Інформаційно-комп'ютерні інновації в ресторанному бізнесі. *Комуніальне господарство міст. Серія «Економічні науки»*. 2012. № 106. С. 403–408.
3. Завадинська О.Ю., Русавська В.А. Стратегії інноваційного розвитку підприємств ресторанного бізнесу. *Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Економічні науки*. 2018. Вип. 54. С. 94–98.
4. Закон України «Про інноваційну діяльність» від 4 липня 2002 р. № 40-IV. *Відомості Верховної Ради (ВВР)*. 2002. № 36. С. 266.
5. Їстівна краса – найсмачніші квіти. *Інтернет-портал про їжу*. URL : <https://harchi.info/blogs/san-ayt-j/yistivna-krasa-naysmachnishi-kvity> (дата звернення: 10.10.2019).
6. Клапчук М.В., Біян В.І., Брухлій Б.В. Інноваційні технології в ресторанному господарстві. *Карпатський край*. 2015. № 1–2. С. 92–99.

7. Прысакар І. Управління закладами ресторанныго господарства: автоматизація бізнес-процесів. *Вісник Київського національного торговельно-економічного університету*. 2015. № 3(1). С. 60–78.
 8. Технологии и инновации. *Интернет-портал гостиничного и ресторанныго бизнеса*. URL : <http://prohotelia.com/publikacii/technologii-i-innovacii/> (дата звернення: 23.10.2019).
 9. Restaurant QR Codes.net. *Internet portal of the restaurant business*. URL : <http://www.restaurantqrcodes.net/what-qr-codes-can-do.html> (дата звернення: 18.10.2019).
 10. Manage all your social media in one place. *An online portal of prospects for customer service through social networks*. URL : <https://hootsuite.com/> (дата звернення: 12.10.2019).
 11. Marelys Mulford Hoyos, Leonardo Vergara Castro, Dalia Plata de Plata. Tienda virtual: social market colombia. *Multiciencias*. 2014. P. 268–275.
- References:**
1. Verzun N. A., Kolbanev M. O., Omel'jan A. V. (2016). Reguliruemij mnozhestvennyj dostup v besprovodnoj seti umnyh verej [Regulated multiple access in a wireless network of smart beliefs]. *Omskij nauchnyj vestnik. Serija: Informatika, vychislitel'naja tehnika i upravlenie*, no.4 (148), pp. 147–151.
 2. Davydova O. Yu., Polstiana N. V. (2012). Informatsiino-kompiuterni innovatsii v restorannomu biznesi [Informational-computer innovations in the restaurant business]. *Komunalne hospodarstvo mist. Serija «Ekonomichni nauky»*, no.106, pp. 403–408.
 3. Zakon Ukrainy «Pro innovatsiinu diialnist» (No. 40-IV vid 4 lypnia 2002 r.) [The Law of Ukraine “On Innovative Activity” (No. 40-IV of July 4, 2002)]. *Vidomosti Verkhovnoi Rady*, no. 36, 266 p. (in Ukrainian)
 4. Yistivna краса – naismachnishi kvity [4. Edible beauty – the most delicious flowers.]. *Internet portal pro yizhu*. Available at: <https://harchi.info/blohs/san-ayt-y/yistivna-krasa-nays-machnishi-kvity> (accessed: 10.10.2019).
 5. Klapchuk M. V., Biiian V.I., Brukhlii B. V. (2015). Innovatsiini tekhnolohii v restorannomu hospodarstvi [Innovative technologies in the restaurant industry]. *Karpatskyi krai*, no. 1-2, pp. 92-99.
 6. Tehnologii i innovacii [Technology and innovation]. *Internet-portal gostinichnogo i restorannogo biznesa*. Available at: <http://prohotelia.com/publikacii/technologii-i-innovacii> (accessed: 23.10.2019).
 7. Prysakar I. (2015). Upravlinnia zakladamy restorannoho hospodarstva: avtomatyzatsiia biznes-protsesiv [Management of restaurant facilities: automation of business processes]. *Visnyk Kyivskoho natsionalnogo torhovelno-ekonomichnogo universytetu*, no. 3(1), pp. 60–78.
 8. Zavadynska O. Yu., Rusavska V. A. (2018). Stratehii innovatsiinoho rozvytku pidpriemstv restorannoho biznesu [Strategies of innovative development of restaurant business enterprises]. *Visnyk Lvivskoho torhovelno-ekonomichnogo universytetu. Ekonomichni nauky*, no. 54, pp. 94-98.
 9. Restaurant QR Codes.net. *Internet portal of the restaurant business*. Available at: <http://www.restaurantqrcodes.net/what-qr-codes-can-do.html> (accessed: 18.10.2019).
 10. Manage all your social media in one place. *An online portal of prospects for customer service through social networks*. Available at: <https://hootsuite.com/> (accessed: 12.10.2019).
 11. Marelys Mulford Hoyos, Leonardo Vergara Castro, Dalia Plata de Plata (2014). Tienda virtual: social market colombia. *Multiciencias*, pp. 268-275.