

УДК 338.488.2:640.43:330.341.1(477)

Івашина Л.Л.*кандидат технічних наук,
доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
Черкаського державного технологічного університету***Бишовець Л.Г.***старший викладач кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
Черкаського державного технологічного університету***Гаврилюк С.П.***кандидат економічних наук,
доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
Миколаївського міжрегіонального інституту розвитку людини
вищого навчального закладу «Університет «Україна»*

ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМИ ІМПЛЕМЕНТАЦІЇ ІННОВАЦІЙ В ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ

PERSPECTIVE DIRECTIONS OF IMPLEMENTATION OF INNOVATIONS IN UKRAINE'S RESTAURANT BUSINESS ESTABLISHMENTS

АНОТАЦІЯ

У статті розглянуто тенденції та перспективи імплементації інновацій в ресторанному бізнесі як фактору підвищення конкурентоспроможності. На основі систематизації наявних підходів сформульовано понятійний інструментарій в цій сфері. Обґрунтовано необхідність упровадження інноваційних технологій на підприємствах ресторанного господарства. Розглянуто пріоритетні напрями інноваційної діяльності у ресторанному бізнесі, шляхи їх реалізації. Охарактеризовано різновиди інновацій у ресторанному господарстві. Запропоновано систематизацію інновацій за виконуваними функціями закладами ресторанного господарства. Розглянуто основні проблеми імплементації інновацій в ресторанному бізнесі на сучасному етапі розвитку економіки України.

Ключові слова: інновація, нововведення, інноваційний розвиток, ресторанний бізнес, напрями імплементації інновацій в ресторанах.

АННОТАЦИЯ

В статье рассмотрены тенденции и перспективы имплементации инноваций в ресторанном бизнесе как фактора повышения конкурентоспособности. На основе систематизации существующих подходов сформулирован понятийный инструментарий в этой сфере. Обоснована необходимость внедрения инновационных технологий на предприятиях ресторанного хозяйства. Рассмотрены приоритетные направления инновационной деятельности в ресторанном бизнесе, пути их реализации. Охарактеризованы разновидности инноваций в ресторанном хозяйстве. Предложена систематизация инноваций по выполняемым функциям заведениями ресторанного хозяйства. Рассмотрены основные проблемы имплементации инноваций в ресторанном бизнесе на современном этапе развития экономики Украины.

Ключевые слова: инновация, нововведение, инновационное развитие, ресторанный бизнес, направления имплементации инноваций в ресторанах.

ANNOTATION

The article considers trends and perspectives of implementation of innovations in the restaurant business as a factor for increasing competitiveness. On the basis of systematization of existing approaches, a conceptual apparatus is formulated in this area. The necessity of introduction of innovative technologies at restaurant enterprises is substantiated. The high priority directions of innovative activity in restaurant business and the ways of their implementation are considered. The characteristics of innovation categories in restaurant business are given. The systematization of innovations according to the functions performed by the restau-

rant establishments is offered. The main problems of implementation of innovations in the restaurant business at the present stage of the development of the Ukrainian economy are considered.

Keywords: innovation, introduction, innovative development, restaurant business, directions of innovation implementation in restaurants.

Постановка проблеми. В умовах насиченості ринку та жорсткої конкуренції економічне зростання забезпечується насамперед науково-технічним прогресом та інтелектуалізацією основних чинників виробництва. Тому стійкі конкурентні переваги мають ті заклади ресторанного господарства, що створюють сприятливі умови для інноваційної діяльності, пов'язаної з розробленням і впровадженням нововведень.

Сучасна практика ведення ресторанного бізнесу свідчить про те, що підприємства з метою зміцнення своїх конкурентних позицій та підвищення ефективності виробничо-торговельної діяльності мають вдаватися до інноваційних змін. Зкладам ресторанного господарства для утримання постійних споживачів і залучення нових вже недостатньо стильного інтер'єра та якісної смачної їжі. У зв'язку з цим виникає потреба в інноваціях – різноманітних нововведеннях, завдяки яким клієнти прагнуть відвідати саме даний заклад ресторанного господарства. Це обумовлює доцільність дослідження проблематики імплементації інновацій на вітчизняних підприємствах ресторанного господарства, отже, тема дослідження є вельми актуальною.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам інноваційного розвитку підприємств присвячені праці багатьох вітчизняних та зарубіжних вчених, наприклад, роботи Й. Шумпетера [9], Б. Санто, Д. Белла, К.В. Філіпової, Т.Й. Товта, М.В. Давідова [2], О.В. Марченко, Ж.А. Говорухи, Л.Г. Смоляр, М.І. Долішнього, І.В. Федулової, С.М. Ілляшенка [4], Ю.С. Шипуліної, В.В. Гейця, Ю.Д. Бажала, Д.К. Ворон-

кова, Ю.С. Погорелова, М.С. Рогози, К. Вергал, К.В. Ковтуненко.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Модель економічного зростання закладів ресторанного господарства ґрунтується на інноваційному типі розвитку. З'явилися нові пріоритети, такі як, наприклад, інтелектуалізація виробничої діяльності, екологічність, використання природоохоронних технологій. Ця модель передбачає створення конкурентних переваг за рахунок розвитку науково-технічного потенціалу, впровадження нових технологій, стратегічне планування інноваційного розвитку підприємства.

Мета статті полягає у дослідженні теоретичних та практичних підходів імплементації інновацій в ресторанному бізнесі, їх місця та ролі в підвищенні ефективності виробничо-торгівельної діяльності підприємств, а також обґрунтуванні необхідності їх розвитку на сучасному етапі в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. В Україні інноваційна активність, на жаль, дуже низька. У 2016 році, згідно з даними агентства «Bloomberg», Україна посіла 42 місце в рейтингу країн за індексом інноваційності економіки і опустилась на одну позицію нижче порівняно з 2015 роком [8]. Оцінка була проведена серед 200 країн світу з найбільш інноваційною економікою за семи критеріями: розвиток дослідної бази, виробництво товарів с високою доданою вартістю, частка дипломованих спеціалістів на ринку праці, продуктивність праці, ступінь використання hi-tech технологій, активність бізнесу в сфері патентування винаходів і концентрація дослідницьких центрів. За кількістю дипломованих спеціалістів Україна посіла четверте місце, однак мала найгірший рівень продуктивності праці. Отже, українська економіка характеризується низьким результативним показником інноваційної активності за значного наукового потенціалу.

Є багато причин, які гальмують розвиток інноваційної діяльності та венчурного підприєм-

ництва на сучасному етапі. Чинне законодавство України містить лише обмежену кількість пільг для інноваційних підприємств та організацій, що негативно відображається на масштабах і темпах науково-технічного прогресу. Гостра криза, у якій перебуває економіка України, бюджетний дефіцит, брак довгострокового фінансування і кредитування, нестача власних коштів та нерозвиненість ринкових механізмів стримують інноваційні процеси в національній економіці.

Підприємства ресторанного господарства виконують важливі соціальні завдання, пов'язані із задоволенням життєвих потреб населення у послугах з організації харчування і дозвілля. Під впливом різних факторів (передусім, економічного, політичного та соціально-демографічного характеру) кількість підприємств ресторанного господарства в Україні за останні п'ять років мала тенденцію до зменшення (табл. 1).

У 2015 році в країні функціонували 5 928 підприємств за видом «діяльність із забезпечення стравами і напоями» (за КВЕД-2010), що на 26,23% менше порівняно з аналогічним періодом 2010 року (8 036 од.). Протягом цього періоду найменшими темпами скорочувалася кількість закладів ресторанного господарства, що здійснювали свою діяльність за видом «діяльність ресторанів, надання послуг мобільного харчування», адже зменшення становило 22,67%, а найбільше скорочення торкнулося закладів ресторанного господарства за видом діяльності «обслуговування напоями» (-41,66%).

Багато підприємств ресторанного господарства України протягом досліджуваного періоду, намагаючись зміцнити свої конкурентні позиції на ринку, вдавалися до різних інноваційних змін. Розвиток саме нецінової конкуренції особливо чітко простежувався у сегменті ресторанного обслуговування та надання послуг мобільного харчування. Інноваційні концепції діючих в Україні ресторанів забезпечили їм досить стійкі конкурентні переваги (завдяки унікальній продуктивній пропозиції) та, як наслі-

Таблиця 1
Динаміка кількості підприємств з організації харчування в Україні за 2010-2015 роки

Вид економічної діяльності за КВЕД-2010	Кількість підприємств, од.					
	2010 рік	2011 рік	2012 рік	2013 рік	2014 рік	2015 рік
Діяльність ресторанів, надання послуг мобільного харчування	6 093	6 159	5 701	6 061	4 830	4 712
Постачання готових страв	654	687	605	589	472	464
Обслуговування напоями	1 289	1 249	1 053	1 017	798	752
Всього за видом «діяльність із забезпечення стравами та напоями»	8 036	8 095	7 359	7 667	6 100	5 928
	Базові темпи зміни кількості підприємств, од.					
Діяльність ресторанів, надання послуг мобільного харчування	-	1,08	6,43	-0,53	-20,73	-22,67
Постачання готових страв	-	5,05	-7,49	-9,94	-27,83	-29,05
Обслуговування напоями	-	-3,10	-18,31	-21,10	-38,09	-41,66
Всього за видом «діяльність із забезпечення стравами та напоями»	-	0,73	-8,42	-4,59	-24,09	-26,23

Джерело: побудовано за даними Державної служби статистики України [7, с. 345]

док, змогу ефективно функціонувати на ринку навіть в умовах економічної кризи (особливо в тому випадку, якщо такі ресторани були орієнтовані на демократичну цінову політику, забезпечуючи споживачів якісним сервісом одночасно з оптимізацією своїх витрат). Саме цим, зокрема, можна пояснити те, що протягом 2011-2015 років середньорічні темпи зміни кількості підприємств за видом «діяльність ресторанів, надання послуг мобільного харчування» були найбільш стабільними і становили 1,08; -6,43; -0,53; -20,73 та -22,67% відповідно.

Розвиток інноваційних технологій у сфері ресторанного бізнесу обумовлений завданнями, що стоять перед рестораторами: збільшити кількість клієнтів, організувавши максимальний обсяг продажів, і завоювати відвідувачів, зробивши їх постійними клієнтами. Саме постійні відвідувачі забезпечують закладу стабільний прибуток. Згідно із законом Парето 20% постійних відвідувачів здатні забезпечити закладу ресторанного господарства 80% прибутку [3]. Вирішити поставлені завдання без інноваційних змін нереально.

Десятиріччя тому вдалою інновацією в ресторанному бізнесі вважався виклик таксі із кафе чи бронювання столиків по телефону. Пізніше популярними ставали ресторани, в яких можна було зробити замовлення із доставкою додому, а також заклади, в яких в різноманітних конкурсах можна було виграти знижку на обслуговування чи вечерю на двох. Розглянемо основні напрями імплементації інновацій у сфері ресторанного бізнесу нині [1; 5; 9].

1. Інноваційні формати або концепції розвитку закладів ресторанного господарства:

– формат «коворкінг-кафе» («анти-кафе», «smart-café»), або концепція коворкінга (вільного простору), – це робочий простір, де є всі необхідні умови для результативної діяльності, наприклад, Інтернет, Wi-Fi, комп'ютерна техніка, їжа, безкоштовні напої; її заклади працюють за системою «все включено» і є нерухомістю нового формату, де можна винайняти робоче місце на місяць, день або декілька годин (анти-кафе «Коллаж», смарт-кафе «Bibliotech» (м. Київ), ресторан «4City» (м. Одеса), коворкінг-центр «Tessera» (м. Черкаси));

– формат «кальєн-бар» – створення підприємства ресторанного господарства, в якому, крім організації харчування, як основна надається послуга з кальєнопаління (кальєн-бар «Слон» (м. Київ), кальєн-бар «ШиШа» (м. Одеса));

– формат «Street Food» (вулична їжа) або концепція «pop-up-ресторанів» – це «точки харчування на ходу», мобільні фургони, які можуть бути відкриті де завгодно, наприклад, біля метро, на пляжі чи близько бізнес-центра, і, як правило, пропонують просте меню (піца, паста, салати, випічка); мобільний заклад харчування може переїжджати на нове місце в будь-який момент, для його організації не потрібні офіційні дозволи стосовно виділення

території, а місце зазвичай підшукують таке, щоб не сплачувати оренду (закусочна «Burger Farm», бургерна «Furgoneta», сендвіч-бар «Diner» (м. Київ), кафе «Пончик» (м. Одеса)); за допомогою вуличного формату також дуже зручно тестувати нове меню ресторану, така «фокус-група» надасть більш чим об'єктивну оцінку задумці шеф-повара, а у випадку помилкової ідеї зекономить на впровадженні в ресторані заздалегідь невдалого меню; за оцінками аналітиків, сегмент вуличних кафе в Україні зріс приблизно на 400% за останній рік, демонструючи при цьому стійку тенденцію подальшого розвитку;

– формат «фестиваль-ресторація», або розважальна концепція, передбачає створення підприємства ресторанного господарства з організацією яскравих розважальних заходів (наприклад, показів мод, естрадних шоу) або у поєднанні з наданням різних послуг, що створюють і підтримують творчий настрій у споживачів: музика, кіно, література, художні виставки тощо (ресторан «Марокана Fashion-Café», кафе «Худграф», фестиваль-ресторація «Диван» (м. Київ)); за кордоном з'являються заклади ресторанного господарства для книгоманів, в яких організуються тематичні вечери за мотивами відомих книг; прикладом є ресторан «The Bookish Banquet» в Амстердамі, що завойовує все більшу частку споживачів, пропонуючи вечерю, що описана на сторінках чи несе дух книги; усі бажаючі мають змогу підготуватися, адже попередження про такий захід з'являється за кілька місяців.

Перевагою підприємств наведених форматів є те, що вони займають відносно нову або абсолютно нову нішу на ринку ресторанного господарства України, що обумовлює перспективні можливості для зростання та подальшого ефективного розвитку завдяки стійкому попиту, а також підвищенню якості обслуговування за рахунок вузької спеціалізації пропонованих продукції та послуг.

2. Інновації в управлінні виробничо-торгівельною діяльністю підприємств ресторанного господарства:

– управління мережі ресторанів на основі франчайзингу – створення під єдиною торговельною маркою закладів ресторанного господарства із використанням брэнда і системи франчайзера за певну винагороду (мережа італійських ресторанів «Mafia», мережа ресторанів швидкого харчування «Крила», «Піца Челентано» (понад 130 закладів по Україні), «Картопляна Хата» (близько 40 закладів), «Кафе Пункт» (м. Київ, м. Львів); такі заклади орієнтовані на середній клас споживачів, які хочуть купувати якісний продукт за розумною ціною; франчайзинг дає змогу підприємцям розвиватися більш швидко та ефективно, ніж будь-яка інша система; перевагою управління на основі франчайзингу є використання ефекту економії на масштабі, економії витрат на рекламу, пере-

ваг у процесі просування пропозиції до споживачів, перспективи зростання завдяки використанню успішного бренда;

– автоматизація системи управління підприємством ресторанного господарства – створення спеціальних програмних продуктів, що автоматизують виконання завдань різних підприємств ресторанного господарства (програма «Compras SQL» для калькуляції та складського обліку у ресторанах «Йокогама» (м. Одеса), ресторани «Старий ставок» (м. Бородянська), готелі-ресторани «Шотландія» (м. Хмельницький); автоматизовані системи управління «R-Keeper», «Z-Cash», «ALONA POS» (користувачами є понад 30 тис. ресторанів у 30 країнах світу, серед яких слід назвати кафе-морозиво «Baskin Robbins», мережу ресторанів «KFC»); програмні комплекси «1С: Підприємство 8.Ресторан» («Львівська Мануфактура кави», ресторан «ДеМанджаро» (м. Львів)); «Парус-Ресторан», АС «Рестарт», «B52 Ресторан» тощо; автоматизація системи управління дає змогу скоротити час виконання операцій, підвищити ефективність обліку і контролю операцій, а також якість обслуговування.

3. Продуктові інновації.

Вони передбачають впровадження товару або послуги, що є новими або значно поліпшеними за частиною їх властивостей або способів використання.

Продуктові інновації в ресторанному господарстві можуть бути представлені будь-яким новим продуктом чи послугою:

– нові фірмові страви, що додають унікальності пропозиції продукції і приваблюють бажаючих скуштувати щось новеньке;

– нові продукти лікувально-профілактичного призначення з метою вдосконалення дієтичного харчування;

– безкоштовний Wi-Fi у закладі; і туристи, і мешканці міста віддадуть перевагу ресторану, в якому є безкоштовний Wi-Fi, де в очікуванні замовлення можна попрацювати, перевірити пошту, почитати новини чи поспілкуватися з друзями і близькими; така послуга матиме і економічний, і соціальний ефект, сприятиме зміцненню позитивного іміджу підприємства, підвищенню ефективності рекламних заходів.

4. Інноваційні зміни, що пов'язані з просуванням продукції та послуг ресторанного господарства:

– система знижок – введення системи знижок (наприклад, за годинами реалізації продукції ресторанного господарства, для співробітників компанії залежно від того, що і скільки купує споживач тощо);

– теплан-шоу – приготування кухарем фірмових страв перед публікою (поряд з робочим місцем кухаря на кухні встановлюють камери, а по монітору за процесом приготування страв спостерігають ті відвідувачі, кому це цікаво);

– інтерактивне електронне меню – iPadи замінили собою старовинні звичні друковані

меню; електронне меню дає змогу клієнтам під час відвідування ресторану самостійно замовити страву чи напої за допомогою спеціальних сенсорних екранів;

– використання QR-коду – двомірного штрих-коду, в якому закодована інформація про ресторан, а саме історія, походження, вік, авторство унікальних деталей інтер'єра і картин, меню закладу з детальною інформацією про кожну страву (склад, походження інгредієнтів, етапи і способи обробки, поживність і калорійність); QR-код здатний вміщувати великий обсяг інформації у вигляді тексту, цифр, URL-адрес, календарів, схем, зображень; його можна сканувати мобільним телефоном чи відеокамерою ноутбука, після чого зберегти у закладках свого гаджета; швидкість розпізнавання QR-коду дуже висока, його можна розміщувати на будь-яких носіях, а саме касових чеках, меню, різних вивісках; завдяки розміщеній в QR-коді інформації збільшується кількість замовлень в офісі і додому; за допомогою QR-коду ресторан може сповіщати своїх постійних споживачів про акції, активізувати програми лояльності, влаштовувати голосування, інтерактивні опитування і отримувати відгуки від клієнтів; використання QR-кодів відкриває необмежені можливості для online-взаємодії закладів зі своїми клієнтами;

– інтерактивний стіл, поверхнею якого є сенсорний монітор, що дає змогу не тільки робити замовлення (обрати страву, отримати про неї всю необхідну інформацію, одразу ж відправити замовлення на кухню), але й спостерігати за роботою кухарів, вибирати оформлення столу, музичний супровід, грати у комп'ютерні ігри під час очікування замовлення тощо; інтерактивні столи також є своєрідними посередниками між відвідувачами, адже можна знайомитися, обмінюватися цікавою інформацією, грати в шахи з відвідувачами за сусідніми столиками.

Інноваційним напрямом у цій сфері могло б стати ігнорування користування різноманітними гаджетами і заохочення живого спілкування. Наприклад, популярний ресторан «Abu Ghosh» досяг такого ефекту, запропонувавши знижки у 50% на все меню за умови не користування Інтернетом, комп'ютером чи мобільним телефоном. Результатом є жива атмосфера спілкування і збільшення оборотності місць.

Отже, підприємства ресторанного господарства загалом схильні до найрізноманітніших інноваційних змін, часом близьких до радикальних, абсолютно нових на ринку, таких як, наприклад, формат «коворкінг-кафе» чи «фестиваль-ресторація», а часом таких, які мали місце в минулому, але забуті з певних причин, тобто ретроінновацій, таких як, наприклад, організація дієтичного харчування.

Водночас слід відзначити, що не всі інновації можуть бути реалізовані в різних типах підприємств. Так, наприклад, на закритих підприємствах ресторанного господарства, що організовують харчування за місцем роботи

Таблиця 2

Основні напрями інноваційної діяльності в ресторанному господарстві

Види інновацій	Функції ресторанного господарства		
	Виробництво	Реалізація	Організація обслуговування
Радикальні	Використання під час виробництва інноваційної продукції нових видів сировини, що раніше не застосовувались (нові страви креативної кухні, нові продукти лікувально-профілактичного оздоровлення, розробка рецептур фірмових страв та технологій їх виробництва)	Поява нових споживачів і нових ринків збуту ресторанної продукції та послуг	Використання нових технологій під час обслуговування споживачів (кейтеринг; безпроводна система замовлень, що поступає від офіціанта на кухню)
Комбінаторні	Використання нової сировини та допоміжних матеріалів під час виробництва традиційної ресторанної продукції (розвиток продуктової лінії – незначне удосконалення або модифікація продукції)	Виявлення і використання нових ринків збуту ресторанної продукції та послуг, застосування для просування традиційних продуктів нових маркетингових заходів	Надання традиційних послуг ресторанної продукції та послуг з використанням нових для даних продуктів технологій обслуговування, розширення переліку додаткових послуг (супутні послуги, наприклад, консультації сомельє, метрдотеля; несупутні послуги, наприклад, організація різноманітних розваг, продаж квітів)
Удосконалюючі	Зміни в організації виробництва традиційної ресторанної продукції (варіації наявних страв)	Утримання і зміцнення ринкових позицій закладів ресторанного господарства	Покращення організації обслуговування під час пропозиції традиційних послуг ресторанної продукції (зміна інтер'єру ЗРГ, нова уніформа працівників, нова кольорова гамма столової білизни)

або навчання, недоцільно реалізовувати розважальну концепцію.

На думку Г.Т. П'ятницької, ефективні інноваційні зміни на підприємствах ресторанного господарства можуть мати як інтернальну (внутрішню), так і екстернальну (зовнішню) природу походження [6]. Прикладом екстернальних інновацій у сфері ресторанного господарства можуть бути нові концепції підприємств ресторанного господарств, нові технології виробництва, формати організації роботи тощо. Прикладом екстернальної інновації є поява молекулярної кухні, що є новим підходом до створення страв різноманітних смаків завдяки використанню сучасних технологічних, хімічних і фізичних розробок, коли знайомим стравам надаються нові, більш яскраві смакові відтінки, змінюються вигляд та текстура страви. Молекулярну кухню вперше застосували шеф-кухар Ферран Адрія ресторану «El Bulli» (узбережжя Коста-Брава, Іспанія) і Хестон Блюменталь, шеф-кухар ресторану «The fat duck» (неподалік від Лондона) у 2010 році. В Україні цим кулінарним напрямом зацікавилися у січні 2013 року, коли у Києві відкрився перший ресторан молекулярної кухні «ДК» («DK Restaurant»).

Інтернальні інновації на підприємствах ресторанного господарства умовно згруповані на чотири види: торговельно-технологічні, виробничо-технологічні, науково-технічні та організаційно-управлінські інновації.

Ми пропонуємо систематизувати основні напрями інноваційної діяльності залежно від того, до якої функції ресторанного господарства вони відносяться (табл. 2).

Отже, беручи до уваги наявні системи класифікації інновацій і враховуючи галузеву скла-

дову інноваційної діяльності, ми визначили основні напрями інноваційної діяльності в ресторанному бізнесі.

Висновки. Українська економіка характеризується низьким результативним показником інноваційної активності за значного наукового потенціалу. Є чимало причин, які гальмують розвиток інноваційної діяльності та венчурного підприємства і знижують ефективність їхнього функціонування. Перешкоди до впровадження інноваційних технологій в закладах ресторанного господарства зазвичай такі: висока вартість інноваційних розробок, необхідність адаптації до них працівників підприємства, а також, нарешті, те, що управлінці, як правило, зосереджені на отриманні прибутку з поточної діяльності підприємства, незважаючи на те, що інноваційні рішення дадуть змогу отримати більший прибуток у майбутньому.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Адаменко О.А. Концептуальні засади інноваційного розвитку підприємств / О.А. Адаменко // Наукові праці Національного ун-ту харчових технологій. – 2010. – № 35. – С. 5-10.
2. Давідов М.В. Шляхи організаційно-фінансового забезпечення інноваційного процесу на підприємствах України / М.В. Давідов // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – № 4. – С. 130-134.
3. Закон Парето, або принцип 80/20 // Статті, поради, інструкції [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://megasite.in.ua/57594-zakon-pareto-abo-princip-80-20.html>
4. Ілляшенко С.М. Проблеми управління інноваційним розвитком підприємств у транзитивній економіці: [монографія] / С.М. Ілляшенко. – Суми: Університетська книга, 2005. – 582 с.
5. Інновації в ресторанному бізнесі // ProHotelia: Гостиничний бізнес онлайн [Електронний ресурс]. –

- Режим доступу: <http://prohotelia.com/category/technologies/newtec>
6. П'ятницька Г.Т. Інноваційні ресторани технології основи теорії: [навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл.] / Г.Т. П'ятницька, Н.О. П'ятницька. – К.: Кондор, 2013. – 248 с.
 7. Діяльність суб'єктів господарювання за 2015 рік: статистичний збірник. – К.: ТОВ «Вид-во «Консультант»», 2016. – 455 с.
 8. Украина снизила позицию в ТОП-50 самых инновационных экономик мира по версии «Bloomberg» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://zn.ua/ECONOMICS/ukraina-snizila-poziciyu-v-top-50-samyh-innovacionnyh-ekonomik-mira-po-versii-bloomberg-236161_.html
 9. Харченко А.В. Между офисом и домом: 7 коворкингов и креативных пространств Киева / А.В. Харченко [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ain.ua/2013/01/22/108929>
 10. Шумпетер Й.А. Теорія економічного розвитку / Й.А. Шумпетер. – К.: Видавничий дім «Кієво-Могилянська академія», 2011. – 342 с.