

Міністерство освіти і науки України
Вінницький торговельно-економічний коледж Київського
національного торговельно-економічного університету



*Інноваційні напрями розвитку
вітчизняного туристичного та
готельно-ресторанного бізнесу*

**ЗБІРНИК МАТЕРІАЛІВ
II Міжвузівської науково-практичної
конференції**

15 грудня 2020 року

Вінниця 2020

УДК 338.48:330.341.1(477)

Інноваційні напрями розвитку вітчизняного туристичного та готельно-ресторанного бізнесу. Матеріали II міжвузівської науково-практичної конференції – Вінниця: ВТЕК КНТЕУ, ТОВ «Вінницька міська друкарня», 2020.-144 с.

У збірнику конференції розміщено матеріали науково-пошукових досліджень студентів та учнів за такими тематичними напрямками:

- *регіональні проблеми розвитку туристичного та готельно-ресторанного бізнесу в умовах сьогодення;*
- *стратегії розвитку індустрії гостинності;*
- *ІТ-інновації для туристичного та готельно-ресторанного бізнесу;*
- *розробка нового покоління туристичних послуг;*
- *інноваційні технології продукції закладів готельно-ресторанного бізнесу;*
- *сучасні тенденції дизайну та презентації страв та кулінарних виробів;*
- *новітнє устаткування підприємств туристичного та готельно-ресторанного бізнесу.*

Редакційна колегія:

Голова редакційної колегії – Волинець О.О. – кандидат економічних наук, доцент, директор Вінницького торговельно-економічного коледжу КНТЕУ.

Відповідальний секретар - Савлук Л.І., завідувач навчально-методичного кабінету Вінницького торговельно-економічного коледжу КНТЕУ.

Члени редакційної колегії:

Тімошенко Н.М. – кандидат економічних наук, заступник директора з навчальної роботи Вінницького торговельно-економічного коледжу КНТЕУ.

Кублінська І.А. – кандидат технічних наук, завідувач навчально-виробничою практикою Вінницького торговельно-економічного коледжу КНТЕУ

Гирич С.В. - кандидат технічних наук, доцент, декан факультету торгівлі, маркетингу та сфери обслуговування Вінницького торговельно-економічного інституту КНТЕУ;

Софіна О.Ю. - кандидат технічних наук, доцент кафедри автоматизації та інтелектуальних інформаційних технологій Вінницького національного технічного університету;

Савлук О.А. - директор ДНЗ «Вінницький центр професійно-технічної освіти переробної промисловості».

Консультанти:

Степова Н. О – головний технолог кафе-кондитерської «Тарта»;

П'єсуч Т.П. – завідувач виробництва ТОВ «Україночка»;

Поліщук С.А. – підприємець-ресторатор, керуючий ТОВ «ЛВМ Трейд» та ТОВ «Білінга».

ЗМІСТ

№ з/п	Учасник	Тема виступу	Сторінка
I. Регіональні проблеми розвитку туристичного та готельно-ресторанного бізнесу в умовах сьогодення			
1.	Савлук Олег Анатолійович , директор ДНЗ «Вінницький центр професійно-технічної освіти переробної промисловості»	Фортифікація продуктів - соціально виправданий захід	10
2.	Адамчук Марія, Кравченко Дар'я , студентки Вінницького торговельно-економічного коледжу КНТЕУ, <i>наук. керівник: Матвієнко Л.А.</i>	Інновації як складова конкурентоспроможності готельного продукту	11
3.	Борисенко Дар'я , студентка Вінницького торговельно-економічного інституту КНТЕУ, <i>наук. керівник: Пахомська О.В.</i>	Розвиток ресторанного бізнесу в умовах карантину	12
4.	Чернісевич Володимир, Чернісевич Олексій , студенти Вінницького торговельно-економічного коледжу КНТЕУ, <i>наук. керівник: Матвієнко Л.А.</i>	Напрями інноваційного розвитку сфери готельно-ресторанного бізнесу	14
5.	Самсонюк Оксана Миколаївна , викладач Вінницького торговельно-економічного коледжу КНТЕУ	Регіональні проблеми розвитку туристичного та готельно-ресторанного бізнесу в умовах сьогодення	16
6.	Мудра Вікторія Миколаївна , студентка ВСП Хмельницького торговельно-економічного фахового коледжу КНТЕУ, <i>наук. керівник: Бойчук О.Л.</i>	Чинники формування іміджу закладів ресторанного господарства	18
7.	Колосінська Наталія Миколаївна , викладач Державного навчального закладу «Центр професійно - технічної освіти №1 м. Вінниці	Концепція закладів харчування як умова розвитку готельно-ресторанного бізнесу в умовах сьогодення	20
8.	Ізмайлов Олексій , студент ВСП Хмельницького торговельно-економічного фахового коледжу КНТЕУ, <i>наук. керівник: Франків Н.І.</i>	Доцільність впровадження навчального меню в закладі ресторанного господарства	22
II. Стратегії розвитку індустрії гостинності			
9.	Матвієнко Людмила Анатоліївна , викладач Вінницького торговельно-економічного коледжу КНТЕУ	Лухугу послуги в сучасних готелях	24

3) інноваційність запропонованої готельної послуги, введення певної корисної для гостя новизни, що робить дану готельну послугу ексклюзивною, винятковою.

Розглядають такі інновації в готельній індустрії. Насамперед, це продуктові інновації, які в готельній індустрії направлені на підвищення ефективності та швидкості надання готельних послуг, доповнення їх новими характеристиками або впровадження нових послуг. Це може стосуватися зміни дизайну, інтер'єру, сервісу в готелі.

Наступне – це інновації у маркетинговій діяльності готелю. До таких відносять більш прогресивні методи просування готельного продукту на ринок, запровадження нових стратегій ціноутворення готельної послуги, різноманітні акції та індивідуальні пропозиції для гостей, програма лояльності для певних категорій гостей та ін.

І нарешті, інновації пов'язані з організацією роботи готелю в цілому та окремих робочих місць. Запровадження інноваційних методів при виконанні щоденної роботи готелю.

Висновок. Одним з напрямків подолання проблем підприємств сучасної готельної індустрії України є підвищення конкурентоспроможності готельних послуг, зокрема посилення конкурентних переваг та іміджу готелю. Питання підвищення якості готельних послуг та введення інновацій готелем мають першочергове значення у вирішенні цієї проблеми. Інноваційні технології впливають на конкурентоздатність готелю на сьогоднішньому ринку. Використання комп'ютерних мереж та інтернет-технологій нині не просто питання лідерства та конкурентних переваг, але й виживання на ринку в найближчому майбутньому. Використання новітніх програмних продуктів у діяльності готелю підвищить його конкурентоздатність, якість наданих послуг, що позитивно вплине на імідж підприємства, збільшуючи потік постійних клієнтів, що відповідно гарантує отримання прибутку.

Список використаних джерел

1. Агафонова Л.Г., Агафонова О.Є. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: ціноутворення, конкуренція, державне регулювання. – К.: Знання України, 2016. – 378 с.
2. Леонт'єва А. Ю. Дослідження можливостей використання існуючих методів оцінки конкурентоспроможності для готельних підприємств / А. Ю. Леонт'єва, К.А. Рудакова // Наук.-техн. збірник. –2017. – №102.
3. Подлепіна П.О. Конкурентоспроможність як чинник підвищення ефективності функціонування готельних підприємств // Вісник Харківського національного університету імені В.Н.Каразіна № 1042 – 2016.

*Борисенко Дар'я В'ячеславівна, студентка,
науковий керівник: Пахомська О.В. асистент
кафедри туризму та готельно-ресторанної справи,
Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ*

РОЗВИТОК РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ КАРАНТИНУ

Динамічні цивілізаційні зміни в українській економіці та суспільстві, вимагають по-новому переглянути ефективність та доцільність ведення будь-якої підприємницької діяльності, у тому числі і ресторанного бізнесу, для розвитку та ефективного функціонування якого ситуація в країні є вкрай несприятливою.

Сучасні реалії функціонування підприємств різних галузей економіки характеризуються досить складною ситуацією. Поширення загрози COVID-19 у всьому світі змінило діяльність усіх суб'єктів господарювання [1].

Розвиток ресторанного бізнесу в Україні в нових умовах господарювання пов'язана з особливістю ресторанного господарства як складової сфери гостинності, високою його ризикованістю і водночас соціальністю, пов'язаною з задоволенням життєвих потреб

населення у послугах з організації харчування, відпочинку та дозвілля і саме цей вид бізнесу потрапляє під обмеження під час карантину[2].

Епідемія COVID19 та вжиття санітарних заходів для його стримування розширили перелік чинників, дія яких внесла значні зміни та обмеження в розвиток підприємств ресторанного бізнесу у всьому світі. Введення державами обмежень на діяльність підприємств ресторанного бізнесу викликало хвильовий ефект у суміжних галузях, таких як виробництво продуктів харчування, лікєро-горілчанних виробів, виробництво вина та пива, постачання продуктів харчування та напоїв, рибальство, сільське господарство. Це здебільшого обумовлено тим, що ресторанний бізнес є ключовою складовою частиною сфери харчування, за своєю сутністю та призначенням є природно-соціально-економічною системою та входить до міжгалузевого регіонального кластеру, активно впливає на розвиток усіх секторів продовольчого комплексу держави [3].

Результати дослідження свідчать, що продажі закладів ресторанного господарства Україні скоротилися в середньому на 73% за час карантину у порівнянні з аналогічним періодом минулого року. У ресторанному бізнесі без роботи залишилося понад 160 тисяч осіб.

Ресторани, кафе, пекарні та інші підприємства цієї сфери в умовах боротьби з пандемією вимушені змінювати формат роботи з клієнтами. Для збереження свого іміджу, утримання постійних клієнтів та загалом присутності у сфері ресторанного бізнесу значна частина підприємств здійснила реінжиніринг основних бізнес-процесів з акцентом на формат адресної доставки. Прикладом є мережа ресторанів здорового харчування «Salateira», яка, працюючи з міжнародною кур'єрською компанією «Glovo», вже тривалий час здійснює постачання своїх страв споживачам. З огляду на це сьогодні для збереження бізнесу виносяться питання здійснення трансформацій у діяльності підприємств ресторанного бізнесу та розроблення інноваційних рішень [3].

Задля реанімації ресторанного бізнесу в умовах карантину розроблений концептуальний базис маркетингу соціальних медіа для підприємств ресторанного бізнесу, який ґрунтується на чотирьохетапному підході (POSTметоді) та орієнтований на визначення ключових акцентів, які мають бути враховані під час визначення стратегічних векторів розвитку підприємств ресторанного бізнесу в короткостроковому періоді, розроблення ефективного плану маркетингу в соціальних мережах бізнесу та клієнтів [4].

З огляду на те, що на сучасному етапі розвитку сфера ресторанної індустрії є глобальним комп'ютеризованим бізнесом, який базується на інтернет-технологіях та альтернативних online-сервісах, у сучасних умовах вони максимально задіяні в діяльності підприємств ресторанного бізнесу. Інформаційні технології сьогодні, як ніколи раніше, стають все більш цінним ресурсом у підприємствах ресторанного бізнесу, допомагаючи рестораторам не тільки зберегти життєздатність, але й розкрити нові перспективні напрями розвитку. Для збереження ресторанного бізнесу та забезпечення ефективного перепрофілювання звичного режиму роботи на формат адресної доставки замовлень запропоновано концептуальний базис соціального медіа-маркетингу для підприємств ресторанного бізнесу, який інтегрує ключові акценти утримання цінності в умовах пандемії.

Список використаних джерел

3. Ангелко І. В. Сучасний стан та перспективи розвитку ресторанного бізнесу в Україні. *Український соціум*. 2020. № 2. С. 71-79.
4. Балацька Н.Ю. Ресторанний бізнес в умовах пандемії коронавірусу: проблеми та напрями трансформації моделей розвитку. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.market-infr.od.ua> (дата звернення 10.11.2020)
5. Брухлій Б.В. Інноваційні технології в ресторанному господарстві. *Карпатський край*. 2019. № 1 (2). С. 92-99.
6. Коронавирус: как украинские рестораторы ведут бизнес в условиях пандемии. URL: [https:// www.restorator.ua](https://www.restorator.ua)(дата звернення 12.11.2020)