

Міністерство освіти і науки України
Луцький національний технічний університет
Факультет митної справи, матеріалів та технологій
Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
ЗА СТУПЕНЕМ ВИЩОЇ ОСВІТИ «МАГІСТР»

СУЧАСНІ ТА ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В
ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ ГОСПОДАРСТВІ

спеціальність 241 Готельно-ресторанна справа

(шифр і назва спеціальності)

освітня програма «Готельно-ресторанна справа»

(назва освітньої програми)

Виконав: здобувач вищої освіти
групи ГРСмз-21

(підпис) НОВОСАД Вікторія Валеріївна

Керівник:

(підпис) к.пед.н., доц. ЗУБЕХІНА Т.В.

Кваліфікаційну роботу
допущено до захисту
«__» _____ 2023 р.
Гарант освітньої програми:
к. е. наук, доцент СИДОРУК С.В.

Луцьк – 2023 року

ЛУЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет *митної справи, матеріалів та технологій*

Кафедра *туризму та готельно-ресторанної справи*

Ступінь вищої освіти: *магістр*

Галузь знань: *24 Сфера обслуговування*

Спеціальність: *241 Готельно-ресторанна справа*

Освітня програма: *Готельно-ресторанна справа*

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

Л.Ю. МАТВІЙЧУК

«___» _____ 2023 р.

З А В Д А Н Н Я НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧУ ВИЩОЇ ОСВІТИ

НОВОСАД Вікторія Валеріївна

1. Тема кваліфікаційної роботи *Сучасні та інноваційні технології в готельно-ресторанному господарстві.*

Керівник роботи: к.пед.н., доц. ЗУБЕХІНА Т.В.

затверджені наказом вищого навчального закладу від 14 січня 2023 р.

№39/01-02.

2. Строк подання здобувачем вищої освіти кваліфікаційної роботи – 01.12.2023 р.

3. Вихідні дані до роботи: дослідження має теоретичний і практичний характер, виконане на основі аналізу матеріалів періодичних видань, нормативно-правових актів, статистичних даних Головної статистики України та інформаційних ресурсів мережі Інтернет, наукова та практична література.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, що потрібно розробити):

Розділ 1. Теоретико-методологічні поняття та зміст готельно-ресторанного господарства в Україні

Розділ 2. Оцінка та аналіз готельно-ресторанних комплексів

Розділ 3. Перспективи розвитку та роль інновацій у готельно-ресторанному бізнесі.

5. Перелік графічного матеріалу:

Взаємозв'язок готельного та ресторанного бізнесу в системі індустрії туризму.

Етапи процесу залучення інвестицій.

.

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис	
		завдання видав	завдання прийняв
Гарант освітньої програми	доц. Сидорук С.В.		
Розділ 1. Теоретико-методологічні поняття та зміст готельно-ресторанного господарства в Україні	доц. Зубехіна Т.В.		
Розділ 2. Оцінка та аналіз готельно-ресторанних комплексів	доц. Зубехіна Т.В.		
Розділ 3. Перспективи розвитку та роль інновацій у готельно-ресторанному бізнесі.	доц. Зубехіна Т.В.		
Висновки	доц. Зубехіна Т.В.		
Нормо контроль	доц. Сидорук С.В.		

7. Дата видачі завдання «01» листопада 2022 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи магістра	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1.	Обґрунтування вибору теми кваліфікаційної роботи	01.11.2022 р.	
2.	Огляд літератури та досліджування проблеми для написання кваліфікаційної роботи	01.02.2023 р.	
3.	Написання теоретичної частини кваліфікаційної роботи	01.04.2023 р.	
4.	Написання аналітичної частини кваліфікаційної роботи	01.06.2023 р.	
5.	Написання проектної частини кваліфікаційної роботи	01.09.2023 р.	
6.	Висновки	01.10.2023 р.	
7.	Формування і організація списку використаних джерел	01.11.2023 р.	
8	Попередній захист кваліфікаційної роботи бакалавра	28.11.2023 р.	
9	Нормоконтроль	29.11.2023 р.	
10	Інструментальна перевірка на академічний плагіат	до 7.12.2023 р.	
11	Представлення кваліфікаційної роботи магістра до захисту	8.12.2023 р.	

Здобувач вищої освіти _____ Новосад В.В.

Керівник кваліфікаційної роботи _____ Зубехіна Т.В.

АНОТАЦІЯ

Новосад В.В. *Сучасні та інноваційні технології в готельно-ресторанному господарстві*. – На правах рукопису. Кваліфікаційна робота другого (магістерського) рівня, ОПП «Готельно-ресторанна справа», за спеціальності 241 Готельно-ресторанна справа, галузі знань 24 Сфера обслуговування – Луцький національний технічний університет, кафедра туризму та готельно-ресторанної справи. – Луцьк, 2023. – 59 с., список джерел з 51 найменувань.

Нині інновації стають головною рисою сучасної економіки. Це виправдано тим, що фундаментальні нововведення в умовах кризових явищ - найпотужніша стратегія і антикризовий інструмент. Швидка глобалізація світу ринок, скорочення життєвого циклу продукту, необхідність оновлення якісних характеристик товарів і послуг визначає актуальність інноваційних технологій. Технології в галузі гостинності розвиваються стрімко. Це пов'язано з тим, що перед готельними підприємствами стоять два основні завдання: отримати більше клієнтів і зробити їх постійними відвідувачами. Здійснити ці завдання без інноваційних рішень неможливо, що потребує від готелів модернізації в технологіях, заощадження часу, грошей та енергії.

Ключові слова: інновація, готель, ресторан, готельно-ресторанний бізнес.

ABSTRACT

Novosad V.V. *Modern and innovative technologies in the hotel and restaurant industry*. – Copyright of the manuscript. Qualification work of the second (master's) level, OPP "Hotel-Restaurant Business", specialty 241 Hotel-Restaurant Business, field of knowledge 24 Field of service – Lutsk National Technical University, Department of Tourism and Hotel-Restaurant Business. – Lutsk, 2023. – 59 pp., a list of sources with 51 names.

Nowadays, innovations are becoming the main feature of the modern economy. This is justified by the fact that fundamental innovations in the conditions of crisis phenomena are the most powerful strategy and anti-crisis tool. The rapid globalization of the world market, shortening of the product life cycle, the need to update the quality characteristics of goods and services determine the relevance of innovative technologies. Technologies in the field of hospitality are developing rapidly. This is due to the fact that hotel enterprises face two main tasks: to get more customers and to make them regular visitors. It is impossible to accomplish these tasks without innovative solutions, which requires hotels to modernize technologies, save time, money and energy.

Keywords: innovation, hotel, restaurant, hotel and restaurant business.

ЗМІСТ

ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ПОНЯТТЯ ТА ЗМІСТ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА В УКРАЇНІ.	10
1.1. Загальна характеристика та основні поняття готельно- ресторанних комплексів.	10
1.2. Методологія дослідження та оцінки готельно-ресторанних комплексів.	18
1.3. Сутність і складові інноваційної діяльності в готельно- ресторанному бізнесі.	22
РОЗДІЛ 2. ОЦІНКА ТА АНАЛІЗ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИХ КОМПЛЕКСІВ.	25
2.1. Оцінка розвитку готельно-ресторанних комплексів в Україні.	25
2.2. Аналіз інвестиційної привабливості готельно-ресторанного господарства в Україні.	31
РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТА РОЛЬ ІННОВАЦІЙ У ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ.	36
3.1 Інноваційні технології в готельно-ресторанному бізнесі.	36
3.2. Характеристика інновацій у сучасному ресторанному бізнесі.	42
3.3. Мобільний додаток, як елемент інновацій у готельно-ресторанному бізнесі.	47
ВИСНОВКИ.	51
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.	54

ВСТУП

Актуальність теми. На сучасному етапі розвитку національної економіки в умовах цифровізації промисловості основним засобом довгострокового зростання та розвитку господарюючих суб'єктів є результати науково-технічного прогресу та інновацій. Сьогодні, враховуючи природний, рекреаційний, історичний та культурний потенціал України, особливу увагу слід приділити розвитку туристичної галузі, а постійне впровадження новітніх технологій є реальною гарантією сталого розвитку туризму в Україні. Пошук нових технологій, що підвищують ефективність роботи індустрії туризму, до якої належить і готельно-ресторанний бізнес, стає дедалі актуальнішим. Для готельно-ресторанної індустрії інноваційні технології є одним із ключових чинників успіху у сфері послуг, що створює необхідні умови для сталого розвитку та гарантує створення конкурентоспроможних послуг. Забезпечення створення конкурентоспроможних послуг.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивчення інноваційних процесів в індустрії туризму є предметом досліджень вітчизняних і зарубіжних учених. Серед українських дослідників, які займаються даною проблематикою, можна назвати: О.С. Власенко, Т.В. Зубехіну, С.М. Ілляшенко, С.А. Мазур, Т.І. Міркунову, М.І. Лепкий, В.М. Подоляк, Т.В. Лисюк, Г.В. Люту, І.О. Павленко, О.М. Прилуцький, М.В. Чорна та ін. Незважаючи на велику кількість досліджень за цією темою, існує необхідність глибшого розуміння ролі інновацій в індустрії туризму та глибшого вивчення процесу застосування інноваційних технологій у готельному та ресторанному бізнесі.

Метою дослідження є виявлення теоретичних засад інноваційних технологій та аналіз діяльності економічних суб'єктів готельно-ресторанного сектору країни та їх інноваційного розвитку.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити низку взаємопов'язаних завдань:

- проаналізувати термінологічно-понятійний апарат;
- узагальнити теоретичні підходи до управління інноваціями в готельно-ресторанному бізнесі;
- проаналізувати інноваційну діяльність в Україні та в індустрії гостинності;
- виявити та продемонструвати перспективні напрями інноваційно-технологічного розвитку готельно-ресторанної індустрії.

Об'єктом дослідження є процес розвитку суб'єктів готельного та ресторанного бізнесу, які використовують інноваційні підходи у своїй діяльності.

Предмет дослідження: інноваційні технології в готельному та ресторанному бізнесі.

Методи дослідження. для досягнення поставлених цілей і розв'язання поставлених завдань у дослідженні використовувалися різні методи наукового дослідження. Аналіз, порівняння, систематизація, узагальнення – уточнення сутності та змісту досліджуваних категорій, зокрема «інновації», «інноваційні технології» та «інноваційний менеджмент»; статистичний і порівняльний аналіз – вивчення показників розвитку підприємств тимчасового розміщення та громадського харчування; оцінка інновацій в Україні.

Інформаційна база. Закон і нормативний акт «Про інноваційний розвиток України», інформаційні матеріали за показниками аналізу розвитку туристичної галузі Національної служби статистики України, звіти Міністерства економічного розвитку, торгівлі та сільського господарства України за показниками діяльності підприємств сфери тимчасового розміщення та харчування, наукові праці вітчизняних і зарубіжних учених за темою цього дослідження.

Практичне значення. Практична значущість отриманих результатів полягає у можливості використання матеріалу третього розділу дослідження щодо перспективних напрямів розвитку підприємств готельно-ресторанної

індустрії: 1) розвиток інтернет-маркетингу як елементу інноваційного менеджменту в готельно-ресторанній індустрії; 2) підприємства сфери послуг; 2) реалізація заходів із застосування інноваційних технологій для підвищення рівня комфорту клієнтів і 3) впровадження інновацій у додаткові галузі ресторанного бізнесу. підприємств сфери послуг.

Новизна даної кваліфікаційної роботи полягає в демонстрації теоретичної та науково-методологічної бази, а також розробку практичних рекомендацій щодо впровадження та використання сучасних та інноваційних технологій в готельно-ресторанному господарстві.

Апробація дослідження. Основні результати дослідження були обговорені та представлені на II Міжнародній науково-практичній конференції «Світові досягнення і сучасні тенденції розвитку туризму та готельно-ресторанного господарства», у Національному університеті «Запорізька політехніка», м. Запоріжжя, Україна.

Структура роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, списку використаних джерел.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ПОНЯТТЯ ТА ЗМІСТ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА В УКРАЇНІ

1.1. Загальна характеристика та основні поняття готельно-ресторанних комплексів

Готельно-ресторанна індустрія відіграє важливу роль у розвитку туристичної інфраструктури України та є основним постачальником вітчизняних туристичних продуктів на світовий туристичний ринок. До початку пандемії туристична галузь розвивалася швидкими темпами і мала перспективу стати важливою складовою економіки України в цілому. Готельні та ресторани підприємства є основними учасниками туристичної галузі з точки зору матеріальних і фінансових ресурсів, робочої сили та доходів від туризму. Таким чином, готельний і ресторанный бізнес, що включає широкий спектр послуг для туристів, посідає важливе місце в розвитку туристичної галузі України.

Індустрія гостинності включає в себе кілька галузей, що надають необхідні послуги клієнтам і туристам, коли вони перебувають поза населеними пунктами. До них належать такі різні сектори, як готелі, ресторани, транспорт та індустрія розваг. Серед них важливе місце посідає готельний і ресторанный бізнес, що надає клієнтам повний спектр послуг. Він містить у собі всі елементи індустрії гостинності та прагне задовольнити вподобання клієнтів [1]. «Готельно-ресторанный бізнес», «готельна індустрія», «ресторани», під терміном «індустрія гостинності» розуміють економічну діяльність, здійснювану професійними підприємствами, що надають комерційні послуги, розміщення та харчування публіці, яка подорожує.

Туристичний ринок зазнає постійної конкуренції з боку компаній, які прагнуть максимізації свого прибутку. Крім того, зростання економічної могутності споживачів туристичних послуг змушує операторів готелів і

ресторанів розширювати спектр пропонованих ними туристичних послуг. У результаті змінюється саме поняття «готельний бізнес» і сфера застосування індустрії гостинності [7].

Для розуміння концепції готельного бізнесу важливо розглянути різні трактування терміну «готель» (табл. 1.1). На думку вчених, термін «готель» часто розглядають як такий, що походить від латинського слова «hospitalis».

Таблиця 1.1.

Наукові підходи щодо розуміння поняття «готель»

№ з/п	Автори	Визначення
1	ЗУ «Про туризм»	Готелі – це спеціальні пункти тимчасового розміщення, що складаються з шести і більше номерів, надають готельні послуги та потребують обов’язкового обслуговування.
2	Вікіпедія. Вільна енциклопедія	Готель (від французького hôtel) – це скорочення від hotel, будівля з мебльованими номерами для короткочасного проживання. Залежно від рівня готелі можуть мати додаткові послуги, такі як ресторани, кафе, бари, бібліотеки, спортивні зали, сауни тощо.
3	Постанова Кабінету міністрів	Готелі – це основний і класичний вид розміщення туристів, який у широкому розумінні визначається як будівлі з мебльованими номерами для короткочасного проживання.
4	С. М. Журавльова	Готелі – це заклади, що складаються з більш ніж певної мінімальної кількості номерів (7-10), поділені на класи або категорії відповідно до національних послуг і стандартів, мають єдине управління і пропонують різноманітні готельні послуги.
5	В. М. Зайцевої	Як підприємство, готелі надають людям далеко від дому цілу низку послуг, найважливішими з яких є послуги з розміщення та харчування.
6	Всесвітньої туристської організації	Готель – це колективний засіб розміщення, що складається з певної кількості номерів, має одного власника і надає певні послуги, поділений на класи або категорії залежно від послуг, що надаються, та наявних зручностей.
7	М.П. Мальська	Готелі – це засоби розміщення, що надають особам, які не мають постійного місця проживання, низку послуг, основними з яких є послуги з розміщення та харчування.
8	«Класифікація видів економічної діяльності»	Готелі є місцем тимчасового проживання громадян.
9	Словник В.І. Даля	Готель – заїжджий двір або будинок із житлом і харчуванням для слуг і відвідувачів.

Готельна індустрія є одним з основних компонентів туристичного сектору України, роблячи значний внесок у фізичні та фінансові ресурси, зайнятість і валовий дохід від туризму. Тому готельні та ресторанны підприємства, що пропонують туристам широкий спектр послуг, відіграють важливу роль у зростанні та розвитку туристичної галузі України.

Індустрія гостинності являє собою складний конгломерат різноманітних підприємств, які генерують і надають послуги, пов'язані з розміщенням, харчуванням і додатковими зручностями. Вона не обмежується готелями, ресторанами та готельними/ресторанними комплексами. Спеціалізовані заклади, що спеціалізуються на наданні медичних або рекреаційних послуг, також можуть надавати послуги з розміщення як вторинну функцію, хоча й не є основним видом діяльності. Проте ці заклади надають послуги розміщення за цінами, порівнянними із собівартістю послуг.

Готельні та ресторанны послуги – це діяльність та операції компаній, що спеціалізуються на наданні нічлігу та харчування постояльцям шляхом надання номерів, тимчасового розміщення в готелях та інших послуг, пов'язаних із розміщенням і тимчасовим перебуванням. Ці послуги можна поділити на основні та додаткові, рекомендовані гостям під час їхнього перебування в готелях і ресторанах. Відмінності між цими послугами полягають у такому:

- 1) Основні послуги: вони охоплюють основні послуги готелю або ресторану, такі як розміщення та харчування. Вони входять у вартість номера і надаються гостям за попередньою домовленістю.
- 2) Додаткові послуги: послуги, що не входять до базового плану проживання. Гості можуть замовити ці послуги окремо і повинні заплатити за них додаткову плату. Прикладами додаткових послуг є парковка, пральня, прибирання, додаткові зручності, поповнення міні-бару, користування сауною [14].

Однією з особливостей сучасного готельного та ресторанного сервісу є розподіл послуг між різними відділами. У великих готельних об'єднаннях

існують спеціалізовані відділи, що надають основні послуги. При цьому конкретні завдання, пов'язані з обслуговуванням туристів, не вирішуються безпосередньо окремими підрозділами готельних підприємств. Натомість вони передаються на аутсорсинг спеціалізованим туристичним агентствам або іншим посередницьким механізмам.

Поняття «готель» тісно пов'язане з поняттям «гість» і традиційним розумінням «гостинності»: згідно зі словником В. Даля, гостинність пов'язана з корчмами та будинками обслуговування, що надають мандрівникам нічліг і харчування. У сучасному розумінні готель - це засіб розміщення, що надає певні послуги людям, які зазвичай у ньому не проживають. Основними послугами зазвичай є розміщення та харчування. Поєднання цих послуг може бути виражене в різних формах, наприклад:

- проживання в номерах або спеціальних приміщеннях зі сніданком (континентальним або англійським);
- проживання з харчуванням у ресторані;
- проживання з харчуванням у ресторані, барі або кафе;
- розміщення з харчуванням у ресторанах європейської та міжнародної кухні та цілодобових барах [2].

Що стосується безпосередньо послуги розміщення, то вона включає такі аспекти:

- Надання спеціалізованих приміщень, тобто готельних номерів.
- Надання послуг професійним персоналом, наприклад, адміністраторами, які відповідають за реєстрацію гостей, покоївками, які прибирають номери, тощо.

Готельні номери – це приміщення, спеціально призначені для відпочинку, які є центральною ланкою служби розміщення. Оскільки гості користуються готельними номерами здебільшого у вечірній і нічний час, їхня основна функція полягає у створенні комфортних умов для сну і відпочинку. Важливість інших функцій номера залежить від конкретних цілей і можливостей готелю, а також від уподобань гостей. Наприклад, у готелях,

орієнтованих на бізнес, важливою функцією гостьового номера є надання гостям спеціального робочого місця. Вони оснащуються такими зручностями, як телефони, факси та комп'ютери [4].

Хоча готельні номери різняться за розмірами, обстановкою та зручностями, є один ключовий елемент, який має бути в кожному номері, незалежно від категорії. Це ліжка, стільці, нічні або приліжкові столики (залежно від кількості осіб), шафа для кожного ліжка, достатнє освітлення і кошик для сміття. Крім того, у кожному номері має бути інформація про готель і план екстреної евакуації.

Готельна та ресторанна діяльність є основою зростання туристичного ринку, а також важливою складовою системи управління та економіки країни. Як показано на рис. 1.1., вона не тільки надає власні послуги з розміщення та харчування, а й співпрацює з різними галузями економіки та здійснює на них вплив.

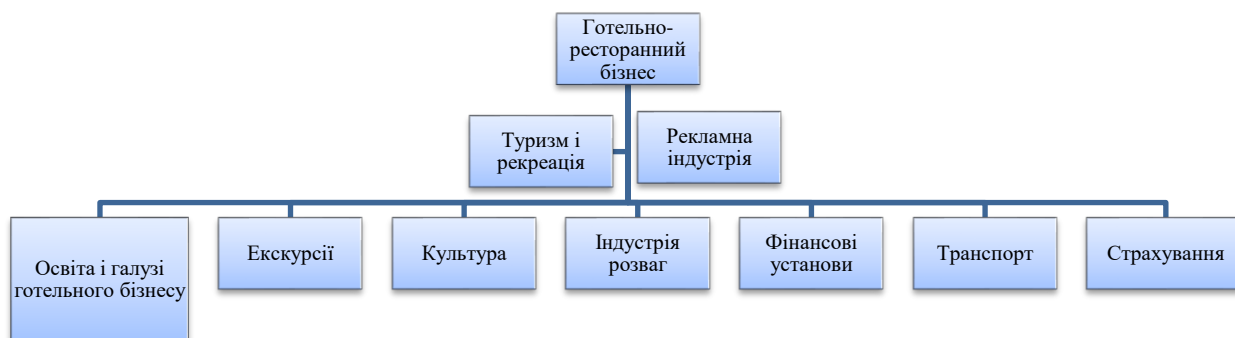


Рис. 1.1: Взаємозв'язок готельного та ресторанного бізнесу в системі індустрії туризму.

Організація харчування в готелях і рестораних комплексах містить у собі низку процесів, зокрема комерційну діяльність, таку як приготування їжі на кухні та продаж готових страв, алкогольних і безалкогольних напоїв. Гості обслуговуються офіціантами в різних точках громадського харчування, таких як ресторани, бари, кафе і навіть готельні номери [5].

Готельно-ресторанні комплекси можуть також надавати додаткові послуги, що поліпшують враження гостей, такі як басейни, тренажерні зали, переговорні кімнати, приміщення для проведення ділових конференцій, прокат автомобілів, хімчистка, перукарні та масажні кабінети. Ці додаткові послуги відіграють дедалі важливішу роль у формуванні загальної привабливості готелів на ринку.

Таким чином, під термінами «готельно-ресторанна індустрія», «готельне господарство» і «готельний сектор» розуміють економічну діяльність спеціалізованих підприємств, які надають комерційні послуги та пропонують туристам відповідні умови проживання і харчування. В умовах жорсткої конкуренції на ринку готельних послуг прагнення операторів до максимізації прибутковості в поєднанні зі зростаючою купівельною спроможністю споживачів послуг спонукає їх пропонувати не тільки розміщення та харчування. У результаті виникає потреба в розширенні спектра додаткових і супутніх послуг, що розширює розуміння поняття «готельно-ресторанна індустрія» і збільшує спектр пропонованих готелями видів діяльності, включно з власними послугами та послугами суміжних галузей [10].

Основною послугою готельно-ресторанного комплексу є надання готельних номерів і супутніх послуг. Проте важливо, що кожен такий комплекс пропонує особливий продукт, який включає спеціальні характеристики, що відрізняють його від конкурентів на ринку. До них належать спеціалізовані туристичні послуги, добре обладнані бізнес-центри, унікальні розважальні комплекси, спортивні споруди та послуги з організації дозвілля.

Допоміжні продукти включають у себе послуги та продукти, необхідні клієнтам для повноцінного використання основних і спеціальних пропозицій. До цієї категорії входять такі послуги, як телефонний і поштовий зв'язок, прибирання приміщень, а також надання туристичних продуктів на території готелю.

Готельні продукти з доданою вартістю – це продукти, які виходять за рамки стандартних послуг і демонструють додаткові переваги, що відрізняють їх від конкуруючих продуктів. Як приклад можна навести оздоровчі послуги, комплексне оснащення бізнес-центрів і відомі туристичні пам'ятки. Цей аспект стає дедалі важливішим у готельній індустрії, оскільки сприяє підвищенню загальної привабливості готельного бізнесу. У той час як базові послуги стають дедалі поширенішими і менш привабливими, наявність унікальних і спеціальних пропозицій підвищує інтерес клієнтів. Це часто є додатковим фактором і відбивається на успіху відомих готельних мереж та окремих закладів. Наприклад, готелі в Брюсселі, Страсбурзі та Давосі, які часто відвідують політики, економісти, банкіри та інші впливові фахівці, пропонують сучасне технічне забезпечення, повністю обладнані конференц-зали, фітнес-центри та спеціальні варіанти харчування [11].

Розміщення, харчування та додаткові послуги гармонійно поєднуються одна з одною, забезпечуючи гостям комплексний і цілісний досвід перебування в готелі. Відрізнити особливий продукт готелю чи ресторану від додаткових послуг буває непросто, оскільки те, що вважається особливим в одному закладі, може пропонуватися як додаткова послуга в іншому. Це підкреслює важливість проведення ретельних досліджень та аналізу сучасних тенденцій ринку й потреб споживачів для розробки комплексного та конкурентоспроможного готельного продукту і підкреслює важливість проведення ретельних досліджень і аналізу сучасних тенденцій ринку та потреб споживачів для створення конкурентоспроможного готельного продукту.

Крім перелічених вище видів готельних і ресторанних продуктів, загальний імідж готельного підприємства формується за рахунок цілої низки складових і характеристик. До таких чинників належать атмосфера і якість обслуговування, презентація пропозиції, рівень терпимості та ввічливості обслуговуючого персоналу, професіоналізм співробітників готелю. Навіть такий окремий фактор, як загальна атмосфера, створювана продуктами,

пропонованими готелем або рестораном, може стати вирішальним при виборі продукту клієнтом [12]. Будучи нематеріальним, комплекс готельних або ресторанних послуг не може бути збережений для подальшого продажу і має обмежений термін придатності.

Послуги надаються тільки після того, як їх замовив клієнт. Якщо номер у готелі не продано цього дня, він не може бути проданий пізніше. Актуальність готельних послуг вимагає розроблення стратегій, що дають змогу досягти оптимального балансу між попитом і пропозицією. Попит на готельні та ресторанні послуги може стимулюватися різними способами, зокрема введенням різних тарифних структур, знижок, розширенням спектра додаткових послуг.

Готельні послуги мають низку особливостей, що відрізняють їх, зокрема, від власне продукту:

- ✓ Основою послуги є її нематеріальні якості.
- ✓ Сам товар має обмежений термін придатності.
- ✓ Послуги надаються швидко, часто терміново.
- ✓ Попит на послуги нестабільний і залежить від пори року.
- ✓ Якість послуг неоднорідна.

Управлінню попитом сприяє впровадження систем попереднього бронювання та оптимізація надання послуг за рахунок автоматизації процесів. Підвищенню попиту сприяють сучасні інформаційні технології, такі як широка реклама та телекомунікаційні системи на базі Інтернету.

Терміновість надання готельних або ресторанних послуг є важливим фактором при виборі клієнтом конкретного готелю. Час, необхідний для вибору потрібної індивідуальної послуги з наявних варіантів, часто вимірюється хвилинами, а іноді й секундами. Попит на ринку готельних послуг коливається залежно від сезону і тижня. Ці коливання залежать від частоти та сезонності відвідування туристами тих чи інших регіонів. Рівень завантаження готелів зазвичай вищий восени та навесні, а пік попиту на

готелі в курортних зонах припадає на літо. Крім того, заповнюваність готелів у будні дні зазвичай вища, ніж у вихідні [13].

Важливою особливістю, що відрізняє готельні та ресторанный послуги від виробничих процесів, є використання людської праці. Людський фактор відіграє важливу роль у неоднорідності та мінливості якості обслуговування, так само як і дотримання стандартів обслуговування. Якість обслуговування багато в чому залежить від таких чинників, як рівень професійної підготовки співробітників, командна робота і комунікації в організації, психологічні та фізичні якості окремих співробітників і загальне робоче середовище.

Відмінності в якості обслуговування залежать і від самих клієнтів. Кожен клієнт має унікальні потреби, що вимагають високої задоволеності персоналу за рахунок індивідуального підходу до обслуговування. Для вирішення цього аспекту дедалі більшого значення набуває управління поведінкою клієнтів і проведення досліджень щодо впливу на поведінку клієнтів у процесі обслуговування.

1.2. Методологія дослідження та оцінки готельно-ресторанних комплексів

У готельно-ресторанному бізнесі дуже важливо використовувати методіку, що дає змогу оцінити загальний стан інноваційної діяльності у сфері туризму. Пропонована методика дає змогу оцінити наявність або відсутність інновацій у сфері послуг і визначити ступінь використання інноваційних практик. Використовуючи спеціальні аналітичні та статистичні методи для різних параметрів готельного та ресторанного бізнесу, можна отримати якісні фактори розвитку туризму.

Аналіз теоретичних тенденцій та інформації дає цінні дані, необхідні для визначення напрямку розвитку та перспектив у туристичному секторі готельно-ресторанної індустрії. У цьому дослідженні було використано

кілька методів, зокрема інформаційний аналіз, статистичне порівняння, аналіз часових рядів і статистичне групування.

Методи інформаційного аналізу дуже важливі, оскільки технологічні, економічні та соціальні системи залежать від інформації. Можна визнати, що кількість інформації, яка використовується в системі, постійно збільшується з плином часу. Інформація, що використовується в системі, еволюціонує паралельно з розвитком і вдосконаленням самої системи. Своєчасна й актуальна інформація забезпечує стабільність системи, її здатність до адаптації та відновлення в разі збоїв у її структурі або функціонуванні. Під час аналізу систем важливо пам'ятати, що слід використовувати не всю наявну інформацію, а тільки релевантну.

Слід використовувати тільки ту частину наявної інформації, яка необхідна для вивчення готельної системи в певному напрямі [23].

Інформаційний аналіз дає змогу розглянути й вивчити конкретну організацію інформації, що циркулює в системі (її кількість, форму представлення, послідовність уведення, зберігання, опрацювання, передавання та виведення тощо). У зв'язку з цим у центрі уваги дослідників опиняються інформаційні процеси, що протікають в інформаційних системах відповідних організацій. Нині інформація має низку характеристик, серед яких:

- повнота (завершеність): є всі необхідні дані, що характеризують предмет або явище, що вивчається;
- актуальність (важливість, необхідність);
- актуальність (придатність);
- надійність;
- цінність – як правило, наявність цієї інформації підвищує ймовірність досягнення системою поставленої мети [24].

Поєднання різних видів аналізу може бути використане для вивчення ключових характеристик системи і повного розуміння механізмів її функціонування.

Методи статистичного порівняння дають змогу зіставити статистичні дані по сектору туризму та оцінити рівень конкретної компанії порівняно з іншими. Порівняння та аналіз статистичних даних готельних підприємств дає змогу виявити відмінності в рівні та структурі показників з урахуванням соціально-економічного фону, варіацій у методах побудови та різних джерел і форм статистичного спостереження.

Порівняльна статистика включає також порівняльний аналіз діяльності підприємств та організацій в окремих регіонах країни і порівняння результатів, досягнутих окремими підприємствами на місцевому, регіональному та національному рівнях. Порівняльна статистика може використовуватися для зіставлення технічної оснащеності праці, ефективності спеціалізації та кооперування та інших аспектів. Основна мета порівняльної статистики – опис і характеристика одного й того самого об'єкта в різних регіонах і містах.

Кожен готельний і ресторанний бізнес функціонує як система, що складається з елементів, які працюють разом для досягнення спільної мети. Інвестори насамперед прагнуть окупити свої вкладення й отримати прибуток від готельного/ресторанного бізнесу. Оцінка прибутковості готелю включає кілька показників, зокрема:

- аналіз ринкової кон'юнктури, конкуренції та положення бізнесу на ринку;
- постановку конкретних цілей на поточний рік, таких як збільшення завантаження, підвищення рентабельності, проведення реконструкції;
- розроблення стратегії досягнення цих цілей.
- встановити контрольні показники для роботи готелю загалом і для кожного підрозділу.
- підготувати прогнозний бюджет із зазначенням очікуваних доходів і витрат.

Ці показники допомагають оцінити прибутковість готелю і полегшують процес ухвалення рішень щодо максимізації фінансової віддачі. Групування є

найважливішим етапом статистичного аналізу, оскільки воно необхідне для ефективного застосування інших статистичних методів. Статистичні методи спираються на групування для отримання комплексного зведення вихідних статистичних даних. Це не тільки полегшує систематичну роботу, а й дає змогу точніше узагальнювати спостереження.

Статистичні дослідження, що проводяться за допомогою аналізу, завершуються розрахунками, які в остаточному підсумку представлені заздалегідь визначеними статистичними показниками. Ці показники відіграють важливу роль у формуванні, передачі та зберіганні інформації про розміри, пропорції, зміни в часі та інші закономірності, пов'язані з досліджуваними критеріями.

У статистичній практиці для опису змін різних явищ і критеріїв різного ступеня складності часто використовують конкретні узагальнювальні статистичні показники. З їхньою допомогою стає можливим спостерігати ступінь відхилення значення показника від заданої норми.

При цьому можна спостерігати таке. Маркетингові дослідження містять вивчення цільового ринку, аналіз галузевих тенденцій та оцінку конкурентного середовища. Це дослідження дає змогу визначити ринковий попит, поведінку споживачів, тенденції, що виникають, і конкурентне позиціонування.

Опитування та анкетування гостей, персоналу та інших зацікавлених сторін дають змогу отримати цінну інформацію щодо задоволеності клієнтів, їхніх вподобань і сфер, які потребують поліпшення. Ці методи допомагають оцінити якість обслуговування, досвід клієнтів і зібрати зворотний зв'язок.

Аналіз фінансової звітності та показників діяльності дає змогу отримати уявлення про фінансовий стан і прибутковість готельних і ресторанних мереж. Для оцінки фінансового стану оцінюються такі ключові фінансові показники, як виручка, витрати, норма прибутку, рентабельність інвестицій (ROI) і рух грошових коштів.

Показники ефективності та ключові показники ефективності (KPI): для кількісної оцінки ефективності можна встановлювати і відстежувати показники ефективності та KPI, характерні для готельної та ресторанної індустрії. Як приклад можна навести середньодобову ставку (ADR), заповнюваність, дохід на вільний номер (RevPAR), оборотність столів і задоволеність клієнтів [26].

Моніторинг відгуків в Інтернеті та на платформах соціальних мереж може дати цінну інформацію про відгуки клієнтів, настрої та управління репутацією. Аналізуючи відгуки клієнтів і згадки в соціальних мережах, можна виявити поліпшення та оцінити задоволеність клієнтів. Ці методи дослідження та оцінки можна комбінувати або індивідуалізувати залежно від конкретних цілей і вимог індустрії гостинності.

1.3. Сутність і складові інноваційної діяльності в готельно-ресторанному бізнесі.

Інноваційна діяльність є однією з ключових особливостей сучасної економіки. Це епоха, коли науково-технічний прогрес у сфері інновацій у готельному бізнесі відіграє важливу роль у конкурентній боротьбі готелів за кожного гостя. Використання новітніх технологій у готельному бізнесі дає змогу насамперед підвищити ефективність роботи готельної індустрії, знайти нові резерви для поліпшення якості послуг, що надаються, ефективно захищати номери та майно гостей, надавати нові ексклюзивні послуги.

Інновації характеризуються:

- 1) науково-технічною новизною.
- 2) здатністю інновації матеріалізуватися в новий вид технологічно досконалого промислового продукту, засобу праці, виробу, технології або організації виробництва;
- 3) можливість комерціалізації самої інновації та/або результатів її впровадження. Результати науково-технічної діяльності (нововведення)

стають інноваціями з моменту їх використання на ринку. Багато інновацій не придатні для впровадження на ринок і тому не мають комерційної привабливості. Такі нововведення не вважаються інноваціями [8, 10].

Інновації в готельній індустрії – це система організаційних, економічних, науково-дослідних, науково-технологічних та інших заходів та їхніх наслідків, спрямованих на докорінне перетворення й оновлення продуктів, механізмів їхнього просування та методів реалізації з метою досягнення економічного, соціального, екологічного та інших ефектів. Під час обґрунтування того чи іншого варіанта інноваційної стратегії необхідно враховувати, наскільки він відповідає загальній стратегії розвитку готелю, прийнятний для нього з погляду ризику та готовності ринку прийняти нововведення. На рис. 1.2 подано схему шляху від ідеї до інновації в готельному бізнесі.



Рис. 1.2. Етапи виникнення інновацій в готельно-ресторанному господарстві.

Інноваційні підходи в готельному бізнесі можна звести до будь-яких нововведень, що зачіпають усі сфери управління (якість, фінанси, людські ресурси тощо), а не тільки до використання передових інформаційних технологій або запуску нових послуг. Водночас інноваційна політика компанії найефективніша при одночасному впровадженні різних видів інновацій. У кожній компанії є стандартні технології для повсякденної роботи та обслуговування клієнтів.

Однак їх наявність не дає компанії конкурентних переваг. Тому керівництво кожного великого готелю намагається знайти нові технологічні розробки для своїх проєктів. Якщо кілька років тому такі інновації були пов'язані зі змінами в операційній діяльності, що були можливими без втручання комп'ютерних технологій, то зараз цей процес немислимий без новітніх розробок у галузі інформатики. На ринку з'явилося безліч систем автоматичного управління, покликаних полегшити і зробити ефективнішою роботу персоналу.

РОЗДІЛ 2. ОЦІНКА ТА АНАЛІЗ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИХ КОМПЛЕКСІВ

2.1. Оцінка розвитку готельно-ресторанних комплексів в Україні.

У зв'язку з нещодавною кризою, пандемією COVID-19 і військовою ситуацією в країні готельні та ресторани комплекси зазнають певних змін у своїй діяльності. Деякі власники готелів і ресторанів стали дотримуватися тенденцій «зеленого» дизайну, що підкреслюють екологічність і зв'язок із природою. Власники готелів і ресторанів стали віддавати перевагу сертифікованій продукції, що відповідає екологічним стандартам. Особливо модні натуральне дерево та екологічно чиста сертифікована продукція.

Деякі готелі та ресторани стали використовувати екодекор. Для поживлення інтер'єрів готелів і ресторанів і створення необхідної атмосфери широко використовуються зелені рослини. Вони використовуються в найрізноманітніших варіантах - від традиційних рослин у горщиках до настінних прикрас із зелені та моху. Готельні номери вже не обмежуються одним шаблоном. Готелі та ресторани конкурують за клієнтів, пропонуючи різні стилі – класичний, сучасний, арт-деко, мінімалізм, іноді навіть на одному поверсі. Проте ці різні стилі об'єднує фірмовий стиль готелю, який досягається за рахунок використання фірмових кольорів, оригінальних аксесуарів та логотипів.

Значна увага починає приділятися здоров'ю та енергоощадним технологіям: впроваджуються датчики руху, автоматичне вимкнення води, інноваційні системи очищення повітря, фільтри для води, регулятори освітлення. Ці технології демонструють розумний підхід до споживання і прагнення створити здорове та комфортне середовище для гостей.

Навіть ті, хто постійно перебуває в русі, розуміють важливість домашнього затишку. У відповідь на це готельна індустрія розробила

концепцію проектування готельних номерів як повноцінних житлових приміщень, що забезпечують максимальний комфорт і легкість.

Готельна індустрія розробила концепцію оформлення готельних номерів як повноцінних житлових приміщень. Цей ефект досягається за рахунок:

- однокімнатного або квартирної планування та зонування;
- теплої кольорової палітри і виразного декору;
- добре обладнаних ванних кімнат і кухонь;
- затишних спалень;
- унікально оформлених віталень.

Застосовуючи ці тенденції та інновації, готельні підприємства прагнуть створити у своїх готелях і ресторанах поліпшені враження для гостей, поєднуючи екологічність, індивідуальний стиль і домашню атмосферу.

Однією з тенденцій, що набирає популярності, є втілення місцевих традицій у дизайні готельних номерів і місцевих ресторанів. Такий підхід дає змогу гостям зануритися в культурну атмосферу міста або країни, навіть якщо вони зупиняються здебільшого з діловими цілями і туризм обмежений [25].

Тенденції в дизайні готельних спалень/кімнат. Сучасні готельні номери перестали бути типовими та простими; тенденції 2021 року передбачають створення доброзичливих і затишних просторів, що забезпечують гостей усіма необхідними зручностями для комфортного проживання. Для цього використовуються різні рішення, зокрема яскраві та заспокійливі колірні рішення в більшості номерів.

Це і яскраві декоративні елементи, такі як світлі акцентні стіни, велика кількість кімнатних рослин, унікальні витвори мистецтва та копії відомих картин; і сучасні технології звукоізоляції, зокрема звукоізольовані вікна; і естетичні та зручні спальні місця; і продумані схеми освітлення; і візуально привабливі матеріали; і розкішні матраци.

Серед різноманітних елементів, що складають готель чи ресторан, важливу роль відіграє розміщення, від якого залежить не лише кількість туристів, а й внесок в економічний розвиток регіонів України. Статистичні дані Національної служби статистики України дають аналітичну оцінку, орієнтовану на колективні засоби розміщення. До них належать заклади, що надають розміщення в гостьових кімнатах або інших приміщеннях. До них належать об'єкти, що надають. До цієї категорії належать готелі та аналогічні засоби розміщення, хостели, будинки відпочинку, пансіонати, бази відпочинку, туристичні бази, гірські притулки та інші засоби тимчасового розміщення для проведення відпусток та інших короткочасних перебувань [45].

Аналіз статистичної інформації щодо цих засобів розміщення в готельно-ресторанних комплексах дає змогу виявити загальні тенденції в просторовому розподілі засобів розміщення в Україні. Він також допомагає зрозуміти основні чинники, які позитивно чи негативно впливають на ці тенденції. Основні показники, що відображають ефективність роботи колективних засобів розміщення в Україні в період 2018-2020 років, наведено в табл. 2.1. Зниження кількості колективних засобів розміщення з 4719 одиниць у 2018 році до 4523 одиниць у 2020 році (-4,2%) здебільшого й свідчить про негативний вплив таких екологічних чинників, як

Порівняно з 2018 роком кількість колективних засобів розміщення в Україні скоротилася на 812 одиниць (15,2%). При цьому загальна кількість ліжок у колективних засобах розміщення за аналізований період збільшилася на 4,0% з 300,0 тис. до 312,1 тис. ліжок порівняно з 2019 роком, у 2020 році кількість ліжок у колективних засобах розміщення в Україні зменшилася на 58,5 тис. одиниць (15,8%), у готелях та аналогічних засобах розміщення на 4,2 тис. одиниць (5,0%) менше.

Таблиця 2.1

Основні показники діяльності колективних засобів розміщування в Україні у 2020 році (з урахуванням діяльності фізичних осіб-підприємців)

(за даними Держстат України)

	Усього/ <i>Total</i>	У тому числі/ <i>Including</i>	
		готелі та аналогічні засоби розміщування ^{2/} <i>hotels and similar accommodation facilities</i>	інші засоби розміщування ^{3/} <i>other accommodation facilities</i>
<i>Усього</i>			
Кількість колективних засобів розміщування, од	4523	2902	1621
Кількість місць у КЗР, од	312093	162088	150005
Кількість номерів у готелях та аналогічних засобах розміщування, од	78955	78955	x
Кількість осіб, що перебували у КЗР - усього	3379475	2682978	696497
з них іноземців	254410	247711	6699
Кількість ночівель осіб у КЗР - усього, од	9142525	5070250	4072275
з них ночівель іноземців	510551	490504	20047
<i>Юридичні особи, відокремлені підрозділи юридичних осіб</i>			
Кількість колективних засобів розміщування, од	1337	728	609
Кількість місць у КЗР, од	155029	72447	82582
Кількість номерів у готелях та аналогічних засобах розміщування, од	37497	37497	x
Кількість осіб, що перебували у КЗР - усього	2218583	1783885	434698
з них іноземців	218328	217378	950
Кількість ночівель осіб у КЗР - усього, од	6227427	3499309	2728118
з них ночівель іноземців	430744	422193	8551
<i>Фізичні особи-підприємці (за оцінкою)</i>			
Кількість колективних засобів розміщування, од	3186	2174	1012
Кількість місць у КЗР, од	157064	89641	67423
Кількість номерів у готелях та аналогічних засобах розміщування, од	41458	41458	x

Кількість осіб, що перебували у КЗР - усього	1160892	899093	261799
з них іноземців	36082	30333	5749
Кількість ночівель осіб у КЗР - усього, од	2915098	1570941	1344157
з них ночівель іноземців	79807	68311	11496

Інформацію наведено без з урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м.Севастополя та частини тимчасово окупованих територій у Донецькій та Луганській областях.

¹Оцінка та розрахунок показників щодо фізичних осіб-підприємців здійснена на підставі адміністративних даних Державної податкової служби.

² Готелі та мотелі.

³ Засоби розміщування на період відпустки та іншого тимчасового проживання (хостели, будинки відпочинку, пансіонати відпочинку, бази відпочинку, туристські бази, гірські притулки), кемпінги та стоянки для житлових автофургонів і причепів, інші засоби розміщування (гуртожитки для приїжджих, інші місця для тимчасового розміщування).

Якщо у 2018 році середня місткість одного колективного засобу розміщення становила 64 особи, то у 2020 році вона становитиме 69 осіб, тобто збільшиться на 8,5%. Це свідчить про укрупнення колективних засобів розміщення, в основному за рахунок придбання підприємств-банкрутів [44].

Сучасний стан галузі відображається у значному зниженні кількості туристів, яка скоротилася на 51,8% з 7 млн. – до 3,4 млн. осіб. Падіння кількості іноземних туристів ще більш значне і становить 3,6 рази, або 72,3%: у період з 2018 по 2020 рік частка іноземних туристів знизилася з 13,1% до 7,5%. Щодо розміщення, то кількість ночівель у колективних засобах розміщення 2020 року становила 9 142,5 тис. осіб, що лише вдвічі менше за рівень 2019 року; середня кількість ночівель у кожному колективному засобі розміщення 2020 року становила 2021 рік, що на 46,0% менше, ніж 2018 року, з них 113 – іноземні туристи, що на 27,8% менше, ніж 2018 року. Кількість залишилася на рівні %.

Оцінка розвитку готельно-ресторанного комплексу України засвідчує як позитивні тенденції, так і напрямки для покращення. Туристична галузь України стабільно розвивається, що призводить до збільшення кількості

готельно-ресторанних комплексів по всій країні. Ці заклади відіграють важливу роль у забезпеченні проживання та харчування вітчизняних та іноземних туристів.

Готельно-ресторанний сектор продовжує розширюватися за рахунок будівництва нових об'єктів, реконструкції та модернізації наявних. Це свідчить про те, що галузь реагує на зростаючий попит на якісне розміщення та харчування. Крім того, дедалі більша увага приділяється використанню сучасного обладнання та технологій для підвищення комфорту і зручності гостей. Україна пропонує різноманітний вибір готелів - від розкішних готелів у великих містах до затишних бутик-готелів у мальовничих регіонах. Така різноманітність дає змогу задовольнити запити різних категорій мандрівників і сприяє підвищенню загальної привабливості туристичного сектора України.

Проте деякі галузі все ще потребують уваги та вдосконалення. Одним із таких напрямів є підвищення якості послуг, що надаються готелями та ресторанами. Необхідно підвищувати якість послуг, що надаються готелями та ресторанами. Це стосується таких аспектів, як підготовка персоналу, обслуговування клієнтів і підтримання високих стандартів чистоти та гігієни. Надання послуг, які постійно відповідають або перевершують очікування клієнтів, має вирішальне значення для створення позитивної репутації та залучення постійних клієнтів.

Екологічні заходи в готельно-ресторанних комплексах також заслуговують на увагу. Йдеться про впровадження таких екологічно безпечних заходів, як енергозбереження, утилізація відходів, заохочення використання місцевих та екологічно чистих продуктів. Впровадження екологічно чистих практик не тільки сприяє збереженню природних ресурсів, а й відповідає зростаючому попиту на відповідальний та етичний туризм. Крім того, для задоволення зростаючих потреб мандрівників необхідні постійні інвестиції в інфраструктуру та об'єкти. Поліпшення матеріально-технічної бази, модернізація технологій і підвищення доступності можуть

значно поліпшити враження гостей і зробити Україну більш конкурентоспроможним напрямком на світовому туристичному ринку.

Загалом, незважаючи на позитивний прогрес, досягнутий у готельному секторі України, ще є можливості для поліпшення якості обслуговування, практики сталого розвитку та розвитку інфраструктури. Вирішивши ці проблеми, Україна зможе й надалі розвивати свою туристичну галузь і приваблювати більше туристів як усередині країни, так і за кордоном.

2.2. Аналіз інвестиційної привабливості готельно-ресторанного господарства в Україні.

Готельний і ресторанний бізнес в Україні потребує постійних інвестицій для того, щоб залишатися конкурентоспроможним на ринку туристичних послуг і задовольняти споживчий попит, що відповідатиме міжнародним стандартам за асортиментом і якістю. Готельно-ресторанний бізнес є перспективним напрямом для інвестування.

Це пов'язано з тим, що готельно-ресторанна індустрія розвивається досить швидкими темпами, сприяючи зайнятості населення в регіонах і створюючи матеріальну базу для розвитку туризму. Останнім часом розвиток готельних і ресторанних підприємств відбувається в негативних умовах, пов'язаних із нестабільною економічною та політичною ситуацією в країні, зниженням туристичної та ділової активності, нестачею коштів, відсутністю привабливих земельних ділянок, придатних для будівництва готельних комплексів, і тривалими термінами окупності таких проєктів. Ситуацію можна поліпшити, розробивши програму розвитку готельно-ресторанних комплексів і туристичних проєктів, знайшовши джерела фінансування та створивши сприятливий інвестиційний клімат.

Інвестиційну привабливість готельного та ресторанного бізнесу не можна розглядати як характеристику, що ґрунтується тільки на оцінці фінансових показників. Це особливо актуально для готельно-ресторанного

бізнесу, оскільки дуже важливими є позиціонування компанії на ринку гостинності, лояльність клієнтів, імідж, сформоване коло постійних клієнтів і постачальників [47]. У табл. 2.2 представлено низку зовнішніх і внутрішніх чинників, що впливають на інвестиційну привабливість готельного та ресторанного бізнесу. Інвестиційна привабливість підприємств коливається під впливом цілої низки факторів.

Таблиця 2.2:

Чинники, що впливають на інвестиційну привабливість готельного та ресторанного бізнесу

№	фактор	Факторний вплив
<i>Зовнішні</i>		
1	Інвестиційна привабливість країни	Динаміка ВВП, динаміка валютного курсу, рівень попиту на промислову продукцію, динаміка фондового індексу, ставки банківського кредитування, податкове середовище, динаміка і структура іноземних інвестицій країни
2	Інвестиційна привабливість галузі	Рентабельність галузі, перспективи розвитку галузі, інвестиційні ризики (рівень конкуренції в галузі, рівень інфляційної стійкості продукції галузі, рівень соціальної напруженості в галузі).
3	Інвестиційна привабливість регіону	Загальний рівень економічного розвитку, рівень розвитку інвестиційної інфраструктури в регіоні, демографічні характеристики регіону, рівень розвитку ринкових відносин і комерційної інфраструктури в регіоні. Рівень розвитку інфраструктури, криміногенного та екологічного ризику в регіоні.
<i>внутрішні</i>		
1	Спеціалізація	Характер ринкової ніші, потенціал розширення споживчої бази, частка ринку спеціалізованих закладів
2	Стан МТБ	Наявність і достатність основних фондів, відповідність відповідного обсягу та складу матеріально-технічної бази закладу відповідно до спеціалізації, рівень зношеності основних фондів, обсяг інвестицій в оновлення основних фондів.
3	Кадрове забезпечення	Рівень компетентності персоналу, чисельність і склад персоналу відповідно до спеціалізації та розміру установи, управлінські навички, організаційна інфраструктура управління
4	Маркетинг	Наявність маркетингової стратегії, цінової політики, рекламної політики, політики стимулювання збуту, інформаційної політики.
5	Гудвіл	Ліцензії, права, наявність патентів, імідж, ділова репутація, наявність інтернет-сайтів.
6	Фінансово-майновий стан	Рентабельність, фінансова спроможність, ліквідність, ділова активність, ступінь фінансової стійкості, ступінь фінансового та комерційного ризику.

Готелі та ресторани сектору туризму та гостинності потребують залучення національних і міжнародних інвесторів, готових вкладати кошти в перспективні проекти, як-от будівництво нових або реконструкція наявних об'єктів. Ці проекти мають відповідати міжнародним стандартам і володіти бажаними якісними характеристиками. У міжнародній практиці використовуються різні інвестиційні сценарії розподілу фінансових ресурсів у готельній індустрії, що враховують специфіку підприємств і систем управління.

Одним із найефективніших джерел фінансування інновацій є створення спільних підприємств з іноземними партнерами (рис.2.1.).



Рис.2.1. Етапи процесу залучення інвестицій.

Під час оцінювання інвестиційної привабливості готельних і ресторанных підприємств важливо вибрати відповідну методику для тих із них, які плануються до створення або вже функціонують і потребують інвестицій. Серед методів, що використовуються для оцінки інвестиційної привабливості, практично всі ґрунтуються на системі фінансових показників. З одного боку, такий підхід виправданий, оскільки оцінка базується на доступній і широко поширеній інформації з фінансової звітності компанії. З іншого боку, такий односторонній підхід призводить до спотворення результатів, оскільки не враховує важливих зовнішніх чинників

(привабливість країни, галузі, регіону). Неврахування цих факторів неприпустиме для готельно-ресторанної галузі [47].

Аналіз інвестиційної привабливості готельно-ресторанних комплексів в Україні виявляє як можливості, так і проблеми для потенційних інвесторів. Одним із ключових чинників інвестиційної привабливості цього сектора є розвиток туристичної галузі України. Україна володіє різноманітними природними ландшафтами, історичними та культурними пам'ятками, які приваблюють велику кількість туристів. Зростаюча популярність України як туристичного напрямку дає можливість готельним і ресторанным комплексам задовольняти зростаючий попит на розміщення та послуги харчування і напоїв.

Крім того, привабливими для інвесторів будуть відносно низькі операційні та трудові витрати в Україні порівняно з іншими європейськими країнами. Це може призвести до сприятливих показників рентабельності та прибутковості інвестицій. Стратегічне розташування України між Європою та Азією відкриває можливості для залучення іноземних туристів і розширення клієнтської бази готелів і ресторанів. Розвиток транспортної інфраструктури, включно з розвитком аеропортів і дорожньої мережі, ще більше полегшить доступ мандрівників.

Однак існують і проблеми, які необхідно враховувати. Однією з головних проблем є необхідність подальших інвестицій в інфраструктуру та об'єкти, незважаючи на досягнутий останніми роками прогрес, модернізація та розширення наявних готелів і ресторанів також необхідні, щоб відповідати міжнародним стандартам і враховувати мінливі вподобання мандрівників.

Ще однією проблемою є необхідність реформування системи регулювання та поліпшення умов ведення бізнесу. Спрощення адміністративних процедур, забезпечення прозорості та посилення правового захисту інвесторів можуть істотно поліпшити інвестиційний клімат у готельному секторі. Необхідно докладати постійних зусиль для підвищення якості обслуговування, поліпшення сприйняття клієнтів і розвитку навичок

гостинності у співробітників. Цього можна досягти за допомогою навчальних програм, співпраці з міжнародними організаціями у сфері гостинності та впровадження передового досвіду.

Політична та економічна стабільність України також є одним із чинників, що враховуються інвесторами під час оцінювання інвестиційної привабливості готельних підприємств. Незважаючи на досягнутий останніми роками прогрес, для залучення довгострокових інвестицій необхідні постійні зусилля щодо забезпечення стабільного та передбачуваного ділового середовища.

На інвестиційну привабливість готельно-ресторанних комплексів в Україні впливають такі чинники, як розвиток туристичної галузі, сприятливі операційні витрати, стратегічне розташування та іноземний туристичний потенціал. Однак для максимізації інвестиційних можливостей у цьому секторі необхідно вирішити проблеми, пов'язані з інфраструктурою, нормативно-правовою базою та якістю обслуговування. Постійні зусилля щодо поліпшення цих аспектів, а також політична та економічна стабільність сприятимуть підвищенню загальної привабливості інвестицій в українські готелі та ресторани.

РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТА РОЛЬ ІННОВАЦІЙ У ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

3.1 Інноваційні технології в готельно-ресторанному бізнесі.

В умовах сучасного розвитку ринку послуг інноваційна діяльність у готельних і ресторанных підприємствах набуває дедалі більшого значення. Це пов'язано з тим, що керівництво намагається освоїти нові технології виробництва та тенденції управління з метою модернізації та поліпшення роботи підприємства в цілому.

Більшість сучасних готельних і ресторанных підприємств значною мірою залежать від комп'ютерних, комунікаційних та інших систем. У зв'язку з цим необхідна життєздатна, комплексна і сучасна інноваційна стратегія, що дає змогу, з одного боку, отримати максимальну віддачу від таких інновацій, а з іншого - не потрапити в халепу через серйозні недоліки цих систем. Однак, оскільки інноваційні системи, що використовуються в готельному бізнесі, є скоріше засобом, ніж метою, для досягнення повної ефективності інноваційні стратегії мають бути тісно інтегровані з ширшими бізнес-стратегіями. Оскільки існують тисячі інноваційних технологій, що дають змогу розв'язувати проблеми бізнесу, інноваційні рішення необхідно визначати і впроваджувати з особливою ретельністю, щоб уникнути дорогих і згубних невдач. Мета інноваційної стратегії – визначити, які інструменти необхідні для ефективного ведення бізнесу, та успішно спланувати їхнє первинне впровадження і довгострокове вдосконалення. Або, навпаки, їх вдосконалення з плином часу.

Інноваційні технології часто розвиваються протягом тривалого періоду часу без конкретного плану або напрямку. Рішення можуть бути старими та застарілими, впровадженими для розв'язання нагальних проблем бізнесу або успадкованими від інших компаній. Будь-яка з цих ситуацій може призвести до [2]:

- системи, які несумісні одна з одною, часто мають суперечливий характер і не можуть бути легко інтегровані;
- систем, що не відповідають вимогам готельного/ресторанного бізнесу;
- збільшення витрат на впровадження інноваційних технологій;
- утруднення в отриманні своєчасної управлінської інформації через відсутність інтеграції;
- неприйнятні ризики, пов'язані з надмірною залежністю від ключового персоналу;
- занадто дорогі системи для підтримки інновацій.

Сучасний ринок інновацій пропонує безліч потенційних рішень. Однак керівництву готельного бізнесу необхідно визначити і провести збалансовану оцінку, що включає витрати, вигоди, профіль ризиків і здатність задовольнити конкретні вимоги бізнесу. Така оцінка важлива для визначення пріоритетів і поетапної реалізації різних елементів інноваційної стратегії готельного/ресторанного підприємства. Після визначення пріоритетів інноваційна стратегія може бути задокументована і включена в загальний план перетворень.

Переваги інноваційної стратегії для готельного сектора полягають у такому [4]:

- Витрачання коштів на інновації відповідно до вимог бізнесу, часу та контексту;
- Чітке бачення планованих витрат на інновації відповідно до очікуваного розвитку бізнесу протягом кількох років; [5];
- Більш надійне бюджетування;
- Поліпшення управлінської інформації;
- Значне зниження ризику неплатоспроможності.

Переваги розроблення інноваційної стратегії для компанії очевидні. Система продуманих інноваційних рішень знижує витрати, зменшує ризики та підвищує загальну ефективність готельних і ресторанных підприємств [3].

Інноваційні технології в готельному бізнесі – від складних програмних операцій до обслуговування гостей і маркетингу – пропонують різні можливості для економії витрат і прибутку, даючи змогу власникам готелів вийти на новий рівень рентабельності.

На наш погляд, вельми актуальними є інноваційні технології, які в найближчому майбутньому перетворять індустрію гостинності (рис.3. 1) [6].



Рис. 3.1 Перспективні інноваційні технології.

1. Інноваційне управління енергоспоживанням

Інноваційні термостати та датчики заповнюваності можуть відстежувати коливання заповнюваності та реагувати на них. Аналогічним чином, інтелектуальні системи управління енергоспоживанням використовують передові алгоритми машинного навчання для безперервного аналізу термодинаміки, місцевих погодних умов і пікових навантажень з метою оптимізації енергоспоживання в режимі реального часу протягом усього року. Інноваційні інтелектуальні енергетичні системи дають змогу знизити витрати на електроенергію в готелях і ресторанах до 20% і пропонують

найшвидший термін окупності в галузі (12-24 місяці). Крім того, вони можуть значно підвищити вартість перепродажу готельних підприємств.

Інноваційні енергетичні системи виходять за рамки систем опалення, вентиляції та кондиціонування. Інноваційні технології освітлення дають змогу власникам готелів і ресторанів краще розуміти свої енергетичні потреби, автоматизувати споживання та реагувати на зміни в режимі реального часу. Такі системи освітлення дають змогу власникам готелів і ресторанів контролювати бажані години освітлення, відстежувати кількість відвідувачів і підвищувати загальний рівень енергоспоживання під час освітлення впродовж усього року.

2. Предиктивне обслуговування та інноваційне технічне обслуговування

Подібно до того, як інноваційні енергетичні системи дають змогу власникам готелів і ресторанів контролювати, відстежувати й оптимізувати споживання енергії, предиктивне технічне обслуговування використовує дані датчиків для виявлення ушкоджень на ранніх стадіях та сповіщення обслуговувального персоналу до того, як проблема стане небезпечнішою та дороговартіснішою. Попередження обслуговуючого персоналу до того, як проблема стане більш небезпечною і дорогою. Таким чином, замість того щоб чекати, поки система вийде з ладу, перш ніж розпочинати її обслуговування або заміну, технологія предиктивного обслуговування дає змогу технічному персоналу передбачити необхідність технічного обслуговування і знизити експлуатаційні витрати на конкретну систему. Контролюючи стан водопровідних труб за допомогою інтелектуальних лічильників води, власники готелів і ресторанів можуть домогтися економії на споживанні води всього за чотири роки.

3. Інтелектуальна резервована парковка

Готелі та ресторани можуть використовувати інтелектуальні датчики та інноваційні програмні додатки, що дають змогу гостям заздалегідь бронювати місця на паркінгу й отримувати їх після прибуття. Це дає змогу готелям і ресторанам заощаджувати на трудовитратах, пов'язаних із ручним

керуванням паркувальними місцями, а гостям - насолоджуватися зручністю з моменту заселення або відвідування ресторану.

4. Ключі від номерів.

Дедалі більше готелів пропонують доступ до номерів через додаток для смартфона. Це дає змогу уникнути витрат на друк пластикових карт-ключів і клопоту з управління запасними картами-ключами, які можуть розмагнітитися або загубитися.

5. Інфрачервоні сканери

Використання інфрачервоних сканерів дає змогу звести до мінімуму перебої в роботі прибиральників (на що часто скаржаться клієнти). Завдяки інфрачервоним сканерам прибиральники можуть знати, як довго гості перебувають у номері, і повертатися для прибирання, коли номер не зайнятий. Сканери також допомагають готелям економити електроенергію, автоматично вимикаючи світло і кондиціонери, коли номери не зайняті.

6. Безконтактні платіжні системи

Побоювання з приводу вірусу Covid-19 змушують багатьох людей не наважуватися бронювати готелі навіть після масової вакцинації. Згідно зі статистикою споживчих досліджень, безконтактні платежі - це головне, що може зробити індустрія гостинності для того, щоб люди почувалися в готелях комфортніше. Крім того, сучасні платіжні системи можуть призвести до того, що все більше готелів прийматимуть до оплати криптовалюти.

7. Чат-боти/веб-сайти

Веб-чат-боти стали обов'язковим атрибутом готельного та ресторанного бізнесу. Чат-боти можуть відповідати на загальні запитання клієнтів 24 години на добу, а більш складні запити передавати наступному вільному співробітнику. Клієнт отримує швидшу відповідь, а співробітник може звернутися до інформації, отриманої під час початкового спілкування. Провідні мережі готелів і ресторанів використовують штучний інтелект (ШІ), щоб зробити чат-боти більш реалістичними. Зробити чат-боти реалістичнішими і контролювати канали соціальних мереж.

8. Голосове управління

Завдяки останнім досягненням у сфері технологій розпізнавання голосу все більше людей користуються голосовим пошуком і онлайн-асистентами, такими як Amazon Alexa, Apple Siri, Android Bixby і Google Assistant.

Кімнати з голосовим управлінням дають змогу людям уникати контакту з предметами, яких часто торкаються, як-от вимикачі світла і термостати. Голосове управління також корисне для гостей з ослабленим зором, які страждають на артрит або зазнають інших труднощів. Крім того, мандрівники, які прибули після тривалого перельоту, можуть попросити голосового помічника в номері налити їм келих вина, прийняти ванну або ввімкнути потокове відео.

9. Технологічні зали та цифрові переговорні кімнати

Попит на технозали та інші приміщення для спільної роботи значно зріс, оскільки дедалі більше компаній пропонують можливість віддаленої роботи, а чимало співробітників стають фрілансерами і цифровими кочівниками. Для того щоб конкурувати на сучасному ринку технологій, готельні компанії повинні пропонувати цифрові конференц-зали для проведення корпоративних заходів.

10. Автоматизовані системи управління нерухомістю

Модернізована система управління нерухомістю (PMS) має містити апаратне та програмне забезпечення, що дає змогу готелям і ресторанам автоматизувати адміністративні завдання. Сучасні PMS-технології дають змогу інтегрувати підприємства з кількома точками присутності, даючи змогу гостям взаємодіяти з кількома готельними та ресторанными брендами, що належать одній компанії, за допомогою одного застосунку.

11. Віртуальна і доповнена реальність

Віртуальна реальність дає змогу потенційним гостям побачити 360-градусні відео зображення номерів та інших зручностей готелю і ресторану. Доповнена реальність дає змогу створити індивідуальну обстановку, наприклад, перетворити стіну на ліс, пляжний захід сонця або космічний

простір. Використання таких технологій – ключ до того, щоб переконати потенційних гостей забронювати саме ваш готель, а не готель конкурента.

Тому ми поставили перед собою завдання виявити наявні переваги та недоліки інноваційних стратегій, а також вивчити майбутні тенденції та перспективні напрями в індустрії гостинності. Під час дослідження було виділено перспективні інновації, які можуть допомогти менеджменту в наданні нових послуг і підвищенні конкурентоспроможності. Згідно з результатами дослідження, інновації, незалежно від того, відносяться вони до технологічних застосунків або процесів, впливають на підвищення якості послуг, пропонувананих готелями і ресторанами, і впливають на технічні, функціональні та організаційні процеси в індустрії гостинності. Використання інноваційних технологій має велике значення, оскільки можливості, що відкриваються при їх впровадженні, можуть бути використані для підвищення конкурентоспроможності та стійкості.

3.2. Характеристика інновацій у сучасному ресторанному бізнесі.

З огляду на потреби зростаючого населення єдиним способом досягнення бажаних результатів у цьому виді бізнесу є комплексне забезпечення відпочинку клієнтів в інноваційний спосіб у соціокультурному середовищі ресторанних закладів. Кожен ресторанний заклад залежно від своєї спеціалізації, місця розташування, розміру та місткості може пропонувати різні послуги та задовольняти різні специфічні потреби клієнтів. Критеріями доцільності впровадження інновацій у соціокультурний простір індустрії громадського харчування мають бути оптимальні або розумні грошові витрати на конкретний захід та вірогідність їхнього повернення протягом одного-трьох років залежно від складності та поставлених завдань.

Електронне меню. Це аналог паперового меню, що дає змогу власнику закладу в будь-який момент легко додати необхідні страви та напої або

виключити їх з асортименту. При цьому відпадає необхідність витратити час і гроші на дизайнерів і принтери.

Водночас вона позбавляє від необхідності витратити час і гроші на дизайнерів і принтери щоразу, коли потрібно додати або змінити меню. Система надає унікальну можливість конфігурування власної системи, включно з елементами дизайну та візуалізації. При цьому електронне меню може бути повністю сконфігуровано за наявності базових знань звичайного користувача ПК. Це також відкриває нові рекламні можливості. Як додаткове джерело доходу можна використовувати спеціальні інтерактивні модулі меню, які ефектно презентують бренд, презентують асортимент фірмових страв і напоїв або просувають послуги партнерів (наприклад, салонів краси або продукцію, що поставляється компаніями-партнерами).

POS-термінали (придбання). У ресторанах відвідувачі розплачуються за столиком. Якщо вони розплачуються карткою, то в залі необхідно встановити окремий POS-термінал. POS-термінал – це програмне забезпечення, що дає змогу автоматизувати роботу магазину і вести детальний облік складських і фінансових реквізитів.

Традиційні термінали не замінюють касові апарати. Вони видають квитанції про оплату, але не друкують бухгалтерські чеки і не передають дані в податкові органи.

Розумні кухні – це інновація. Велика кількість спеціалізованих пристроїв, починаючи від духових шаф і варильних панелей і закінчуючи холодильним обладнанням, об'єднуються в мережу. Це дає змогу контролювати процес приготування їжі, залишки продуктів і стежити за їхньою свіжістю. Датчики, встановлені в приладах, дають змогу контролювати температуру приготування і заморожування.



Рис. 3.2. POS-термінал.

Подібні рішення вже з'явилися: на виставці споживчої електроніки CES 2016 у Лас-Вегасі компанія Samsung представила «розумний» холодильник HUB і безліч нових продуктів.

Він також може використовувати сервіси доставки їжі додому, повідомляти смартфон про залишки продуктів, відображати розклади і фотографії, відтворювати музику. Використовуючи штучний інтелект і аналітику великих даних, система може дізнаватися день тижня та історичний аналіз продажів і автоматично формувати замовлення постачальникам на поставку необхідних товарів. Усе, що потрібно від шеф-кухар це узгодити кількість.

MobileWaiter – це додаток для офіціантів, сучасна альтернатива паперовим запискам, що дає змогу офіціантам швидко і точно приймати замовлення. Він скорочує час приймання замовлень і збільшує оборот ресторану більш ніж на 10% у години пік. Програмне забезпечення на мобільному пристрої містить все меню ресторану, що дає змогу офіціантам швидко обирати страви з меню і, що особливо важливо, оперативно передавати замовлення на кухню бездротовим зв'язком.



Рис. 3.3. Додаток для офіціантів MobileWaiter.

QR-коди та маркетингові можливості. Винахід QR-кодів (двовимірних штрих-кодів) відкрив нові, безмежні можливості для онлайн-взаємодії ресторанів і споживачів QR перекладається з англійської як «швидкий доступ».

Сам матричний код може містити величезну кількість інформації, включно з текстом, цифрами, URL, календарями, діаграмами та зображеннями. QR-код, нанесений на рахунок, що вручається клієнту, є привабливим рекламним носієм. У яскравому квадраті може бути зашифрована історія і походження ресторану, унікальні деталі інтер'єру або художник картини. Відвідувачі можуть знайти детальну інформацію про кожну страву в меню, включно з інгредієнтами, походженням, стадією і способом обробки, калорійністю тощо. Завдяки зазначеним на QR-коді годинах роботи та контактній інформації більше замовлень надходить до офісу або додому.

QR-коди дають змогу ресторанам інформувати клієнтів про акції та розіграші, активувати різні програми лояльності, влаштовувати опитування та інтерактивні голосування, оперативно отримувати відгуки клієнтів про ресторан. Статистика показує, що віковий діапазон користувачів QR-кодів становить 25-36 років. За кількістю відсканованих 2D-кодів лідирують США,

Канада, Велика Британія та Японія. У цих країнах QR-коди дуже популярні, в той час як в Україні мода на QR-коди тільки набирає популярності.

Ідентифікація персоналу Технологічні інновації в ресторанах поширюються і на системи управління персоналом. Наразі в деяких ресторанах співробітникам видають ідентифікаційні картки, що передають радіочастоти. Ці карти відстежують переміщення людей і значно підвищують ймовірність того, що співробітники виконують роботу на компанію. Уже в даний час на кухнях ресторанів і в інших приміщеннях встановлено веб-камери, що фіксують порушення гігієни, техніки безпеки та зовнішнього вигляду.

Ко-брендинг. «Ко-брендинг» – це поєднання різних сфер бізнесу, де клієнти можуть не тільки поїсти, а й зайнятися своїми справами або подивитися фільм. Зараз люди хочуть отримати максимум послуг в одному місці. Ресторатори намагаються задовольнити всі потреби своїх гостей і роблять акцент на різних послугах, наприклад, на антикафе і коворкінг-просторах замість кухонь.



Рис.3.4. Зразок Ко-брендингу.

Усе за однією ціною У ресторанній індустрії всі продукти мають однакову ціну за кілограм. На прилавках стоїть різноманітний посуд і начиння. За бажання відвідувач може сам приготувати улюблену страву і

віднести її касиру. Тарілка зважується і розраховується відповідно до її ваги та фіксованої суми. Роботизація. Ресторан, у якому робот-кухар зустрічає клієнтів, робот-кухар готує їжу, а робот-офіціант обслуговує їх.

Їж скільки хочеш і плати скільки хочеш. У всьому світі розвивається ресторанне господарство, де немає цін на їжу і напої, а відвідувачі платять на свій розсуд. Оскільки у зв'язку зі зростанням споживчого попиту на заклади громадського харчування з кожним роком відкривається дедалі більше й більше ресторанів, новим власникам необхідно розробляти й продумувати заходи, які дадуть їм змогу залишатися конкурентоздатними по відношенню до інших подібних закладів. Сьогодні такі нововведення, як ресторани з різноманітною національною кухнею або цікавим інтер'єром, мало актуальні. Тому власникам необхідно розробляти і впроваджувати низку інноваційних методів і прийомів, які дадуть змогу підвищити кількість відвідувачів і залучити до своїх закладів більше потенційних клієнтів. У сучасному ресторанному бізнесі привабливим є не тільки розмаїття страв і напоїв, а й інноваційні послуги, зручності, дружня атмосфера, відпочинок, романтична атмосфера, пригоди, азарт, мрії та музичний супровід.

Отже, загалом український ринок гостинності має багатообіцяючі перспективи для зростання і розвитку. Зосередившись на якості, інноваціях, інвестиціях і просуванні української культури та кухні, компанії цього сектору зможуть скористатися попитом, що зростає, і зробити свій внесок у розвиток туристичної галузі країни.

3.3. Мобільний додаток, як елемент інновацій у готельно-ресторанному бізнесі.

Використання новітнього мобільного додатку в готелі – потужний маркетинговий інструмент, здатний вирішити безліч місій і завдань. Щоб оптимізувати комунікаційний процес і створити особливий інформаційний простір, Створіть свій власний імідж, підтримайте свій бренд і завойовуйте

лояльність клієнтів. Сьогодні в Україні налічується понад 60 мільйонів власників пристроїв з операційними системами IOS і Android. Частка смартфонів в загальному обсязі продажів мобільних телефонів збільшилася в 1,6 рази. Українці все більше віддають перевагу системі Android з різноманітними мобільними додатками [48].

Технологія мобільних додатків – це відносно нова форма інновацій, яка тільки вийшла на український ринок готельних послуг, а це означає, що можливості, переваги і недоліки використання готельних послуг на вітчизняному ринку вивчені недостатньо. Його можна використовувати своєчасно і продуктивно і створити додаток, що об'єднує українські готелі для більшої зручності гостей. Мобільний додаток має безліч переваг, що демонструють його актуальність і здатність зробити український ринок готельних послуг ще більш доступним і простим у використанні.

<p><i>Переваги використання мобільного додатку</i></p>	<p>Скорочення часу обслуговування клієнтів (багато функцій гість може здійснити власноруч)</p>
	<p>Можливість персоналу підтримувати зв'язок між собою для покращення обслуговування клієнтів, постійно отримуючи від них коментарі та зауваження</p>
	<p>Облік персональних потреб клієнта, зокрема гнучкий підхід часу check-in та check-out в залежності від графіку його подорожі</p>
	<p>Більш серйозний підхід до мережі соціальної комунікації, що дозволяє розширити клієнтську базу і додаткову інформацію про клієнта</p>

Рис.3.6. Переваги використання мобільного додатку для готельної індустрії.

Щоб поліпшити розвиток готельної індустрії, пропонуємо створити новий і унікальний мобільний додаток. Додаток називається «Lutskhotel». Його основними перевагами будуть:

- ✓ об'єднання всіх готелів Луцька в одному додатку для бронювання номерів;
- ✓ замовлення додаткових послуг;
- ✓ безконтактний check-in та check-out;
- ✓ можливість змінювати температуру в номері за допомогою мобільного пристрою певної категорії номерів, відкривати або закривати вікна, тобто можливість повністю контролювати номер за допомогою програми;
- ✓ доступність всієї додаткової інформації для туристів.

Основна місія додатку – зробити життя мандрівника максимально комфортним і надати туристичні та готельні послуги в найкоротші терміни. «Lutskhotel» впорається не тільки з наданням готельних послуг, але і з можливими туристичними послугами, кейтеринговими послугами і можливістю придбати враження, перебуваючи в новому місті або дестинації. Також додаток «Lutskhotel» буде містити всю актуальну і нову інформацію про готелі, їх цікавинки і особливості, надаватиме користувачам, у яких є додаток, промо-код і накопичувальну систему послуг, що дозволяє їм заробити можливість провести ніч в номерах вищої категорії обраного готелю.

Створення додатку коштує в середньому 5000 доларів і розробники можуть створити її протягом 4-5 місяців. Також економічна ефективність програми безпосередньо залежить від кількості зареєстрованих користувачів та інтеграції реклами. Для швидкої розробки додатку реалізовано залучення блогерів, які проводять аудит готелів та оцінюють їх. Весь процес відбувається у вигляді інтерактивних відеороликів, які використовують YouTube для залучення уваги глядачів.

У майбутньому також будуть додані системи доповненої реальності. Однією з найбільш футуристичних і в той же час реальних технологій для супроводу туристів є система доповненої реальності (AR-Доповнена реальність). В рамках цієї технології за допомогою спеціального програмного забезпечення реальність доповнюється різними віртуальними елементами. Наприклад, все ще перебуваючи вдома і вибираючи готель для відпочинку, користувач може віртуально увійти в готель, оцінити його і вибрати варіант розміщення, який підходить для гостей.

Отже, необхідно постійно відстежувати і аналізувати всі інновації в готельному господарстві і переймати світовий досвід для розвитку галузі. Український ринок дуже сприятливий для інновацій, тому що ресурси привабливі для туристів, а створення туристичної інфраструктури, особливо готельної, є одним з перших кроків до поліпшення ситуації. Створення додатку, а саме «Lutskhotel», дає хороший результат у розвитку української готельної індустрії, тому важливо приділити помітне місце інноваціям.

ВИСНОВКИ

Аналіз внутрішніх і зовнішніх наукових джерел з різних аспектів інновацій показує, що існує безліч підходів до трактування сутності цього поняття. На наш погляд, інновація - це процес створення, розвитку та поширення соціально-організаційного, виробничого та економічного потенціалу, що лежить в основі нововведення. Призначення інновацій у національній економічній системі та їхня роль в економічному процесі проявляється через їхні функції відтворення, інвестування та стимулювання. Кінцевою метою інновацій є підвищення економічної ефективності суб'єктів. Інновації характеризуються науково-технічною новизною, здатністю нововведення матеріалізуватися в нові види продукції, засоби і предмети праці, технології та організацію виробництва, а також можливістю комерціалізації самого нововведення і результатів його впровадження.

Здійснено аналіз термінологічно-понятійного апарату. Результати дослідження визначення поняття "інновація" дають підставу стверджувати, що це поняття тісно пов'язане з інноваційною технологією, яку визначають як сукупність способів і засобів, що забезпечують етап реалізації інновації. Галузями інноваційного розвитку в готельно-ресторанному бізнесі є менеджмент, послуги, технології та продукти. Упровадження інноваційних технологій у сфері послуг має ґрунтуватися на таких принципах, як науковість, адаптація до запитів споживачів, комплексність, безпека, гарантованість і ефективність.

Узагальнено теоретичні підходи до управління інноваціями в готельно-ресторанному бізнесі. Використання інноваційних методів, технологій, засобів підготовки та реалізації інновацій, а також впровадження інноваційних технологій відображається в інноваційному менеджменті. Цілями інноваційного менеджменту є: 1) розробка, вдосконалення та впровадження нової продукції; 2) подальша модернізація та розвиток застарілих рентабельних виробництв. Завдання полягає в тому, щоб досягти такого стану сфери економічної діяльності та економічної системи, в якому

реалізується інновація, і розібратися в деталях самого інноваційного процесу. Інноваційний менеджмент мислиться як система взаємодіючих елементів, спрямованих на досягнення або підтримання необхідного рівня життєздатності та конкурентоспроможності підприємства через механізм управління інноваційним процесом.

Проаналізовано інноваційну діяльність в Україні та в індустрії гостинності. Важливою складовою української туристичної індустрії є готельний і ресторанний бізнес, і від успішності цієї сфери послуг залежить розвиток туристичної інфраструктури та конкурентоспроможність туристичного продукту на національному та світовому рівнях. Дослідження сфери послуг проводилося з використанням інформаційних ресурсів Національної статистичної служби України. Важливою складовою туристичної індустрії України є готельно-ресторанний бізнес, і від успішності розвитку цього сектору послуг залежить розвиток туристичної інфраструктури та конкурентоспроможність туристичного продукту на національному та світовому рівні.

Незважаючи на відсутність державної підтримки розвитку сфери послуг, аналіз статистичних даних щодо впровадження інновацій у готельному та ресторанному бізнесі за останні два роки показує, що позитивна динаміка відповідних показників (забезпеченість комп'ютерною технікою, доступ до Інтернету) дає підставу підстави для констатації повільного розвитку інновацій. Слід зазначити, що на даному етапі особлива увага має бути приділена розвитку інноваційних технологій у сфері послуг, оскільки повільний розвиток готельно-ресторанного бізнесу пов'язаний з відсутністю належної інноваційної підтримки галузі.

Виявлено та продемонстровано перспективні напрями інноваційно-технологічного розвитку готельно-ресторанної індустрії Крім інновацій у системах управління, перспективним напрямом розвитку готельного та ресторанного бізнесу є використання інноваційних технологій. Найбільш популярним інноваційним рішенням для розвитку готельного бізнесу в країні

є електронне управління готелем, яке значно розширює функціональні можливості готелів. Компонентами такої системи управління можуть бути системи, що автоматизують роботу спеціалістів відділу продажів, системи, що працюють із клієнтами, системи, що керують програмами лояльності для клієнтів, а також системи, що керують готельними заходами. За результатами моніторингу систем автоматизації готелів можна відзначити такі: Fidelio V8, HOTEL-2.3, ProHotel, OPERA Enterprise Solution, B52 Hotel. Примітними є інноваційні засоби автоматизації готелів, що використовують новітні технології. Системи управління електроживленням, високошвидкісний бездротовий доступ до Інтернету, виносні панелі з аудіо/відеороз'ємами, медіахаби, дверні замки з радіочастотною ідентифікацією, системи управління внутрішньоготельними послугами, цифрові конференц-зали, електронні системи бронювання та "розумний" багаж. Електронні меню, QR-коди, мобільні офіціанти (R-Keeper), теплові шоу, ко-брендинг, кейтеринг і кухня ф'южн.

Враховуючи, що українському туризму гарантоване майбутнє завдяки його багатій історії, культурі, природі, ресурсному потенціалу та географічному положенню, слід звернути увагу на нерозвиненість туристичної інфраструктури, найважливішим елементом якої є готельно-ресторанний бізнес. Іншим напрямом розвитку цієї сфери послуг є інноваційний розвиток, що підвищує ефективність діяльності суб'єктів і забезпечує їхню конкурентоспроможність на національному та міжнародному ринку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аналіз сучасного ринку ресторанних послуг та ефективність їх застосування на підприємстві .А.О. Обозна, Н. М. Шабельник, І. А. Федотов. *Інвестиції: практика та досвід*. № 13/2019. С.17-23. URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/13_2019/5.pdf (дата звернення: 13.05.2023).
1. Використання інноваційних технологій в галузі туризму: монографія / Зайцева В.М., Гурова Д.Д., Корнієнко О. М., Кукліна Т. С., Журавльова С. М. Запоріжжя: Дике Поле, 2015. 144 с.
2. Влащенко Н. М. Конспект лекцій з навчальної дисципліни «Інноваційні технології в готельному господарстві» (для студентів 5 курсу всіх форм навчання освітнього рівня магістр, спеціальності 241 – Готельно-ресторанна справа); Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків: ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2016. 89 с.
3. Гарбера О.Є. Основні теоретичні та практичні аспекти інноваційної діяльності в туристичному господарстві України // *Інвестиції: практика та досвід*. 2014. № 23. С.29-31.
4. Гірняк Л., Глагола В. Сучасний стан, перспективи та тенденції розвитку ресторанного господарства в Україні. *Інфраструктура ринку*. 2018. Вип. 16. С. 71–77.
5. Гронь О.В. Досвід споживачів як конкурентна перевага компанії в сучасних умовах. *Бізнес Інформ*. 2015. № 7. С. 305–310.
6. Гросул В., Балацька Н. Digital-маркетинг як дієвий інструмент антикризового розвитку підприємства ресторанного бізнесу в період пандемії та її рецесії. *Підприємництво та інновації*. 2020. № 11–2. С. 7–12. DOI: <https://doi.org/10.37320/2415-3583/11.20>.
7. Давидова О. Особливості застосування інновацій у розвиток туристичної галузі України: *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка*. 2015. № 7 (172). С.65-69.
8. Дорошенко К. Світові інтелектуали про наслідки пандемії коронавірусу для людства. URL : <https://suspilne.media/20654-svitovi-intelektuali-pro>

naslidki-pandemii-koronavirusu-dla-ludstva/ (дата звернення: 30.04.2023).

9. Завадинська О. Інноваційні технології господарювання в ресторанному бізнесі. Ресторанний і готельний консалтинг. *Інновації*. 2018. № 2. С. 93–102.
10. Завадинська О.Ю. Інноваційні технології господарювання в ресторанному господарстві: *Ресторанний і готельний консалтинг. Інновації*. N 2. 2018. С.93-101.
11. Завгородня О.Є., Ткач М.М., Завгородня Е.Е. Додаткові послуги й інновації а соціокультурному просторі. *Культура України*. 2016. Випуск 52 . С.129-138.
12. Захарченко В. І. Інноваційний менеджмент: теорія і практика в умовах трансформаційної економіки: навч. посібник / В. І. Захарченко, Н. М. Корсікова, М. Н. Меркулов. Київ: Центр учбової літертури, 2012. 448 с.
13. Зубехіна, Т., Ольхова-Марчук, Н., & Кушнір, В. (2021). Сучасні тенденції застосування інноваційних технологій у туристичній сфері. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Туризм*, 4(2), 181-188.
14. Івашина Л.Л. Перспективи розвитку ресторанного бізнесу як складника індустрії гостинності: *Економіка і суспільство* Випуск 14, 2018. С.597-599.
15. Інноваційний менеджмент : навч. посібник / Л.І. Михайлова, О.І. Гуторов, С.Г. Турчіна, І.О. Шарко. Вид. 2-ге, доп. Київ: Центр учбової літератури, 2015. 234 с
16. Інноваційні технології в готельно-ресторанному та туристичному бізнес: Зб. матеріалів студентської науково-практичної конференції (Львів, 6 березня 2019 р.) / Міністерство освіти та науки України, Львівський інститут економіки та туризму. Львів: ЛІЕТ, 2019. 162 с.
17. Калініченко О.О. Стратегічні напрями розвитку підприємств готельно-ресторанного господарства *Збірник тез доповідей I Всеукраїнської науково-практичної Інтернет-конференції «Стратегічні перспективи готельно-ресторанного бізнесу в Україні: досвід, проблеми та інновації» (14- 15 лютого 2019 року)* / Міністерство освіти і науки України; Житомирський

- державний університет імені Івана Франка. Житомир, 2018. С.4-6.
18. Карюк В.І. Іновації, як фактор розвитку сучасного туризму в Україні. URL : http://tpre.econom.univ.kiev.ua/data/2016_33/zb33_11.pdf (дата звернення: 1.05.2023).
19. Кирніс Н. Іновації у сфері підприємств ресторанного господарства, які надають кейтерингові послуги. *Економіко-правова парадигма розвитку сучасного суспільства*. 2017. № 1. URL: <https://studlib.org.ua/index.php/eprs/article/view/105/102> (дата звернення: 18.06.2023).
20. Кожухівська Р. Б. Використання міжнародного досвіду впровадження інновацій у сферу готельного бізнесу. *Вісник Донецького національного університету. Економіка і право*. 2015. Вип. 1. С. 160–164.
21. Лисюк Т.В. Іноваційні технології у ресторанному, готельному господарстві та туризмі : *Карпатський край*. 2016. № 1 (8). С.141-149.
22. Люта Г.В., Павленко І.А. Вплив інноваційних технологій на систему управління підприємством : *Економіка і суспільство*. Випуск № 12. 2017. URL : http://www.economyandsociety.in.ua/journal/12_ukr/49.pdf (дата звернення: 13.05.2020).
23. Мазур С.А., Прилуцький А.М. Стан та перспективи розвитку готельно-ресторанної справи в Україні: *Ефективна Україна*. № 2. 2019. URL : <http://www.economy.nauka.com.ua/index.php?op=1&z=688> (дата звернення: 13.05.2023).
24. Міркунова Т.І. Оцінювання вартості інноваційних технологій на підприємствах: дис. ... кан. екон. наук: 08.00.04 / Національний університет «Львівська політехніка». Львів, 2019. 214 с.
25. Новосад В. В., Зубехіна Т. В. Іноваційні технології в готельно-ресторанному господарстві. Світові досягнення і сучасні тенденції розвитку туризму та готельно-ресторанного господарства: матеріали II Міжнародної науковопрактичної конференції, м. Запоріжжя, 10 листопада 2023 р. [Електронний ресурс] : колектив авторів ; за заг. ред. проф. В. М. Зайцевої ; Електрон. дані. Запоріжжя: НУ «Запорізька політехніка», 2023. С.1075.

26. Окландер М.А., Романенко О.О. Специфічні відмінності цифрового маркетингу від Інтернет-маркетингу. *Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут»*. 2015. № 12. С. 362–371.
27. Олексенко А. Діджиталізація: найкращі цифрові рішення для horeca. URL : <https://blog.metro.ua/didzhytalizatsiya-najkrashhi-tsyfrovi-rishennya-dlya-horeca/> (дата звернення: 03.05.2023).
28. Опорний конспект лекцій «Інноваційна діяльність підприємств готельно-ресторанного бізнесу» [Електронний ресурс] / Укладачі: Д. М. Одарченко, Р. С. Тихонченко, Є. Б. Соколова, А. Г. Абабова. Харків: ХДУХТ, 2018. 108 с.
29. Опорний конспект лекцій з курсу «Інноваційні ресторани технології» / укладачі Малюк Л. П., Балацька Н. Ю. Харків.: ХДУХТ, 2016. 199 с.
30. Осідач О. Методичні основи формування інноваційних бізнес-моделей. *Вісник Львівського університету. Серія: Економічна*. 2015. Вип. 52. С. 127–134.
31. Поняття діджиталізації бізнесу: сфери і необхідність. URL : <https://evergreens.com.ua/ua/articles/business-digitalization.html>. (дата звернення: 27.04.2023).
32. Рубан В.В. Цифровий маркетинг: роль та особливості використання. *Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії*. 2017. Вип. 2–2(08) . С. 20–25.
33. Сапельнікова Н. Л., Никончук О. В., Проблеми формування та реалізації інноваційних систем готельно-ресторанного бізнесу: Ресторанний і готельний консалтинг. *Інновації*. № 2. 2018. С.12-22.
34. Системи управління клієнтським досвідом. URL : <https://buduysvoe.com/publications/systemy-upravlinnya-kliyentskym-dosvidom> (дата звернення: 27.04.2023).
35. Сідорова А.П. Сусол Н.Я. Галузева специфіка типології закладів ресторанного господарства України: Інноваційні технології в готельно-

ресторанному та туристичному бізнесі: Зб. матеріалів студентської науково-практичної конференції (Львів, 6 березня 2019 р.) / Міністерство освіти та науки України, Львівський інститут економіки та туризму. Львів: ЛІЕТ, 2019. С.9-11.

36. Скрипник Н.Є. Інноваційний менеджмент в Україні як складова частина загальної системи управління підприємством. Економіка і суспільство. Випуск № 7. 2016. URL: http://economyandsociety.in.ua/journal/7_ukr/33.pdf (дата звернення: 13.09.2023).

37. Стан інноваційної діяльності та діяльності у сфері трансферу технологій в Україні у 2018 році: аналітична довідка / Т.В. Писаренко, Т.К. Кваша та ін. Київ: УкрІНТЕІ, 2019. 80 с.

38. Христенко О.В. Управління впровадження інноваційних технологій на будівельних підприємствах. Економіка і регіон. № 6 (67). Полтава: ПолтНТУ. 2017. С.118-124.

39. Черноусова Н.Ю. Основні напрямки впровадження інноваційних технологій в сфері гостинності. URL : <http://infotour.in.ua/chernousova.htm> (дата звернення: 11.06.2023).

40. Шалева О.І. Застосування інноваційних Інтернет-технологій у ресторанному бізнесі: Торгівля, комерція, підприємництво. 2013. Вип. 15. С. 142-145 .

41. Шаповалова О.М. Інноваційна діяльність, як основа підвищення конкурентоспроможності готельного господарства: *Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля*. 2013. № 16. С. 224–228.

42. Шацька З. Я., Семко В. В. Впровадження нових технологій на вітчизняних підприємствах : Міжнародна науково-практична конференція «Сучасні детермінанти розвитку бізнес-процесів в Україні»: 2017 р. : *матеріали Міжнар. нак.-практ. конф., 24 травня 2017 р.* Київ : КНУТД, 2017. С. 370–373.

43. Шепель Т.В. Аналіз тенденцій розвитку закладів харчування та їх вплив

на дохідність ресторанного бізнесу в Україні : Економіка та управління національним господарством. Випуск 1 (18). 2019. с. 78-82. URL : http://www.easterneurope-ebm.in.ua/journal/18_2019/14.pdf.

44. The Global Innovation Index 2019: Creating Healthy Lives – The Future of Medical Innovation. URL : https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_gii_2019.pdf (дата звернення: 20.10. 2023).

45. R-Keeper. URL: <https://r-keeper.prom.ua/p32128085-modul-mobilnyj-ofitsiant.html> (дата звернення: 20.08. 2023).

46. ProHotel. URL: <https://www.indom.com.ua/prohotel.html> (дата звернення: 20.09. 2023).

47. Baggett B. How to: social media marketing in the restaurant industry. URL : <https://modernrestaurantmanagement.com/how-to-social-media-marketing-in-the-restaurant-industry/> (accessed: 03.05.2023).

48. How will COVID-19 impact the manufacturing automation market? URL : <https://www.automationmag.com/how-will-covid-19-impact-the-manufacturing-automation-market/> (accessed: 03.05.2023).

49. Restaurant marketing as key to the growth of your business. URL : <https://extrabrain.net/restaurant-marketing/> (accessed: 05.05.2023).