

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ПРИВАТНИЙ ЗАКЛАД
«ДНІПРОВСЬКИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ»
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ**

Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу

На правах рукопису

ОСТРЕНКО АЛІНА ІГОРІВНА

**ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ
СПРАВИ В УКРАЇНІ**

Спеціальність 241 Готельно-ресторанна справа
(код) (назва спеціальності)

Освітня програма Готельно-ресторанна справа
(назва)

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра

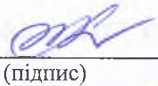
Науковий керівник:
Тесленко Тетяна Вікторівна,
кандидат економічних наук,
доцент

РЕКОМЕНДОВАНО ДО ЗАХИСТУ

Протокол засідання кафедри

№ 10 від 14.06.2024р

Завідувач кафедри

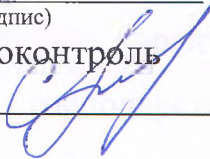


(підпис)

Тетяна ТЕСЛЕНКО

(ім'я, прізвище)

Нормоконтроль



Наталія СЕРГІЄНКО

Дніпро, 2024

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ПРИВАТНИЙ ЗАКЛАД
«ДНІПРОВСЬКИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ»
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ**

Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу

Освітній ступінь бакалавр

Спеціальність 241 Готельно-ресторанна справ

Освітня програма «Готельно-ресторанна справа»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри
туристичного та готельно-
ресторанного бізнесу

 **Тетяна ТЕСЛЕНКО**
«01» 04 2024 року

**ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ
ОСТРЕНКО АЛІНИ ІГОРІВНИ**

1. Тема роботи: **«Перспективи розвитку готельно-ресторанної справи в Україні»**

2. Науковий керівник роботи: кандидат економічних наук, доцент Тесленко Тетяна Вікторівна.

Затверджені наказом вищого навчального закладу від «01» 04. 2024 року
№ 23-02

3. Термін подання роботи на кафедру: 03.06.2024 р.

4. Мета кваліфікаційної роботи полягає в обґрунтуванні теоретико-методологічних положень та розробці практичних рекомендацій щодо перспективи розвитку готельно-ресторанної справи в Україні.

5. Завдання кваліфікаційної роботи:

- надати характеристику та зміст основних понять в готельно-ресторанному господарстві;
- розкрити сутність та особливості управління готельно-ресторанним бізнесом;
- охарактеризувати алгоритм оцінювання стану та

результативності стратегічного управління інноваційною діяльністю підприємства ресторанного господарства;

- виконати економічну оцінку розвитку засобів розміщування як складової готельно-ресторанних комплексів в Україні;
- проаналізувати процес використання сучасних інноваційних трендів в сфері готельно-ресторанного бізнесу;
- надати прогноз розвитку ринку готельно-ресторанних послуг в Україні на період до 2028 року;

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН ВИКОНАННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ

№ з\п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Термін виконання етапів роботи	Примітка
1.	Вступ	03.05.2024 р.	виконано
2.	I Розділ	05.05.2024 р.	виконано
3.	II Розділ	13.05.2024 р.	виконано
4.	III Розділ	20.05.2024 р.	виконано
5.	Робота в цілому	03.06.2024 р.	виконано

Науковий керівник  Тетяна ТЕСЛЕНКО

Здобувач вищої освіти  Аліна ОСТРЕНКО

Дата видачі завдання 02.04.2024 р.



метадані

Заголовок

Остренко_17.06

Автор

Науковий керівник / Експерт

Остренко

Яковлева-Мельник

підрозділ

Dnipropetrovsk University of Humanities

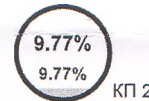
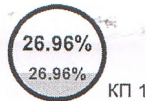
Тривога

У цьому розділі ви знайдете інформацію щодо текстових спотворень. Ці спотворення в тексті можуть говорити про **МОЖЛИВІ** маніпуляції в тексті. Спотворення в тексті можуть мати навмисний характер, але частіше характер технічних помилок при конвертації документа та його збереженні, тому ми рекомендуємо вам підходити до аналізу цього модуля відповідально. У разі виникнення запитань, просимо звертатися до нашої служби підтримки.

Заміна букв		21
Інтервали		0
Мікропробіли		86
Білі знаки		0

Обсяг знайдених подібностей

Коефіцієнт подібності визначає, який відсоток тексту по відношенню до загального обсягу тексту було знайдено в різних джерелах. Зверніть увагу, що високі значення коефіцієнта не автоматично означають плагіат. Звіт має аналізувати компетентна / уповноважена особа.



25

Довжина фрази для коефіцієнта подібності 2

12580

Кількість слів

97033

Кількість символів

Подібності за списком джерел

Нижче наведений список джерел. В цьому списку є джерела із різних баз даних. Колір тексту означає в якому джерелі він був знайдений. Ці джерела і значення Коефіцієнту Подібності не відображають прямого плагіату. Необхідно відкрити кожне джерело і проаналізувати зміст і правильність оформлення джерела.

10 найдовших фраз

Копір тексту

ПОРЯДКОВИЙ НОМЕР	НАЗВА ТА АДРЕСА ДЖЕРЕЛА URL (НАЗВА БАЗИ)	КІЛЬКІСТЬ ІДЕНТИЧНИХ СЛІВ (ФРАГМЕНТІВ)	КОЕФІЦІЄНТ ПОДІБНОСТІ
1	https://repository.ldufk.edu.ua/bitstream/34606048/32259/1/NP_Basuk_Keranchuk_2018.pdf	77	0.61 %
2	ОСОБЛИВОСТІ СТРАТЕГІЙ РОЗВИТКУ Е-ТУРИЗМУ КРАЇН АЗІЇ (НА ПРИКЛАДІ МАЛАЙЗІЇ, ІНДОНЕЗІЇ ТА ІНДІЇ) 6/5/2024 Taras Shevchenko National University of Kyiv (Інститут міжнародних відносин)	62	0.49 %
3	Постова В.В..doc 3/17/2021 Publishing House "Helvetica" (Видавничий дім "Гельветика")	61	0.48 %
4	https://studopedia.com.ua/1_177063_pokazniki-efektivnosti---zagalna-i-porivnyalna-efektivnist.html	57	0.45 %

АНОТАЦІЯ

Остренко А. І. Перспективи розвитку готельно-ресторанної справи в Україні / Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня «бакалавр» за спеціальністю 241 «Готельно-ресторанна справа» (освітньо-професійна програма «Готельно-ресторанна справа»). ВНПЗ ДГУ, Дніпро, 2024.

Відомості про обсяг пояснювальної записки: 83 стор., 16 рис., 2 табл., 49 джерел.

Перший розділ містить теоретичні основи готельно-ресторанної справи в Україні, що включають загальну характеристику, зміст основних понять в готельно-ресторанному господарстві, сутність та особливості управління готельно-ресторанним бізнесом в сучасних умовах, алгоритм методики оцінки ефективності інноваційної діяльності підприємств готельно-ресторанного бізнесу.

В другому розділі роботи виконано економічну оцінку розвитку засобів розміщення як складової готельно-ресторанних комплексів в Україні, проаналізовано використання сучасних інноваційні трендів у сфері гостинності та застосування органічної продукції агровиробництва.

В третьому розділі представлено перспективи розвитку та роль інновацій у готельно-ресторанній справі, запропоновано застосування новітніх інформаційних інноваційних технологій в гостьовому сервісі та впровадження елементів «цифрової» кухні, виконано прогноз перспектив розвитку ринку готельно-ресторанних послуг в Україні на період до 2028 року.

Ключові слова: готельно-ресторанне господарство, бізнес, інновації, заклад громадського харчування, класифікація, матеріально-технічна база, підприємство ресторанного господарства, обладнання, послуги, приміщення, структура.

Список публікацій здобувача:

Яковлєва-Мельник Н. Г., Остренко А. І. Розвиток готельно-ресторанної справи в Україні: освітній контекст. Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Теоретико-прикладні аспекти розвитку туризму та гостинності в умовах міжнародної економічної інтеграції», Дніпро : ВНПЗ «Дніпровський гуманітарний університет», 31.05.2024. С. 28-30

ANNOTATION

Ostrenko A. I. Prospects for the development of the hotel and restaurant business in Ukraine / Qualification work for obtaining a bachelor's degree in specialty 241 "Hotel and restaurant business" (educational and professional program "Hotel and restaurant business"). VNPZ DSU, Dnipro, 2024.

Information about the volume of the explanatory note: 85 pages, 16 fig., 2 tables, 49 sources.

The first section contains the theoretical foundations of the hotel and restaurant business in Ukraine, including the general characteristics, the content of the main concepts in the hotel and restaurant business, the essence and peculiarities of hotel and restaurant business management in modern conditions, the algorithm of the methodology for evaluating the effectiveness of the innovative activities of the hotel and restaurant business enterprises.

In the second section of the work, an economic assessment of the development of accommodation facilities as a component of hotel and restaurant complexes in Ukraine was performed, the use of modern innovative trends in the field of hospitality and the use of organic agricultural products were analyzed.

The third chapter presents the prospects for development and the role of innovations in the hotel and restaurant business, suggests the use of the latest information and innovation technologies in guest service and the introduction of elements of the "digital" kitchen, and provides a forecast of the prospects for the development of the hotel and restaurant services market in Ukraine for the period until 2028.

Keywords: hotel and restaurant business, business, innovation, public catering establishment, classification, material and technical base, restaurant business enterprise, equipment, services, premises, structure.

List of publications of the acquirer:

Яковлєва-Мельник Н. Г., Острєнко А. І. Розвиток готельно-ресторанної справи в Україні: освітній контекст. Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Теоретико-прикладні аспекти розвитку туризму та гостинності в умовах міжнародної економічної інтеграції», Дніпро : ВНПЗ «Дніпровський гуманітарний університет», 31.05.2024. С. 28-30

ЗМІСТ

ВСТУП	9
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ СПРАВИ В УКРАЇНІ	11
1.1. Загальна характеристика та зміст основних понять в готельно-ресторанному господарстві	11
1.2. Сутність та особливості управління готельно-ресторанним бізнесом.....	19
1.3. Методика оцінки ефективності інноваційної діяльності підприємств готельно-ресторанного бізнесу	23
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ТА ОЦІНКА ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ	28
2.1. Економічна оцінка розвитку засобів розміщування як складової готельно-ресторанних комплексів в Україні.....	28
2.2. Аналіз використання сучасних інноваційні трендів у сфері гостинності.....	40
2.3. Аналіз застосування органічної продукції агровиробництва.....	48
РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТА РОЛЬ ІННОВАЦІЙ У ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННІЙ СПРАВІ.....	58
3.1. Застосування новітніх інформаційних інноваційних технологій в гостьовому сервісі.....	58
3.2. Впровадження елементів «цифрової» кухні.....	64
3.3. Перспективи розвитку ринку готельно-ресторанних послуг в Україні на період до 2028 року	71
ВИСНОВКИ.....	77
ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ.....	79
ДОДАТКИ.....	84

ВСТУП

Актуальність досліджуваної теми. В умовах сьогодення завдяки глобалізаційним та інтеграційним процесам світовий ринок готельно-ресторанних послуг продовжує зазнавати істотної трансформації. Це пов'язано, насамперед, із жорсткими умовами виживання, що передбачають активне впровадження у сферу індустрії гостинності новітніх технологій та науково-технічних досягнень. Разом із тим готельно-ресторанний бізнес досить популярний та затребуваний, а тому вимагає поліпшення якості обслуговування на високому рівні і різноманітності для залучення більшої кількості клієнтів. Міжнародний досвід свідчить, що шлях таких змін вибрали успішні заклади готельно-ресторанного бізнесу, які готові до впровадження інновацій та нововведень. Для вітчизняних підприємств характерною є низька інноваційна активність, що пов'язано з високою вартістю інноваційних розробок та відсутністю адаптації підприємств до ситуації в Україні. Ці та інші проблеми у сфері готельно-ресторанного бізнесу зумовили актуальність представленого дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичною основою представленого дослідження є праці науковців, а саме: Теоретичною основою представленого дослідження є праці науковців, а саме: Шубалого О. М., Рябенської М. О., Мазуркевич І. О., Мальської М., Чепурди Л. М., Дяків О. П., Островерхової В. М., О. Шаблія, В. Стафійчук, О. Малиновської, О. А. Ніколайчук, Н. С. Приймак, А. В. Сімакова, А. В. Слащева, Ю. А. Горайнова, Ю. М. Коренець, О. А. Боднарук, О. А. Пусікова, Є. Г. Клевцова, Мазаракі А. А. П'ятницької Н. О., Литвиненко Т. Є., Расулова А. М., Григоренко О. М., Світличної М. Л., Лукашової Л. В., Антонюк І. Ю., Медведєва А. О. та багатьох інших провідних вітчизняних фахівців.

Мета роботи полягає у визначенні проблем, можливостей та перспектив розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні, що перебуває

в складних умовах функціонування, які, в свою чергу, мають принципові відмінності по регіонах України.

Досягнення мети дослідження передбачає постанову та розв'язання наступних **завдань** :

- розкрити зміст основних понять в готельно-ресторанному господарстві з урахуванням останніх наукових досліджень;
- виділити особливості управління готельно-ресторанним бізнесом;
- застосувати методику оцінки ефективності інноваційної діяльності підприємств готельно-ресторанного бізнесу;
- надати економічну оцінку розвитку засобів розміщування як складової готельно-ресторанних комплексів в Україні;
- обґрунтувати значення інновацій у готельно-ресторанній справі;
- визначити перспективи розвитку ринку готельно-ресторанних послуг в Україні на період до 2028 року.

Об'єктом дослідження є процес розвитку підприємств готельно-ресторанного господарства за умови розвитку інтеграційних процесів.

Предмет дослідження – прогнозування перспектив розвитку підприємств готельно-ресторанного господарства за рахунок інновацій.

Методологія дослідження. Базується на загальних положеннях математичної статистики та економічної теорії щодо реалізації процесу розвитку підприємств готельно-ресторанного господарства з метою прогнозування на період до 2028 року.

У кваліфікаційній роботі застосовані такі загально-наукові та конкретні методи досліджень, а саме:

- структурно-логічного аналізу для опанування алгоритму методики оцінки ефективності інноваційної діяльності підприємств готельно-ресторанного бізнесу;
- експертний – для оцінки застосування новітніх інформаційних інноваційних технологій в гостьовому сервісі;
- математичної статистики – для формування цифрового матеріалу в

табличній формі;

- графічного – для оформлення результатів виконаних досліджень.

Практична значимість одержаних результатів полягає в урахуванні отриманих результатів щодо процесу планування розвитку підприємств готельно-ресторанного господарства.

Інформаційну базу дослідження склали наукова література та періодичні видання, матеріали органів державної статистики України та міжнародних джерел статистичної інформації, а також результати досліджень, виконаних автором.

Структура кваліфікаційної роботи. Кваліфікаційна робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку бібліографічних посилань використаних джерел та додатків. В роботі розміщено 2 таблиці та 16 рисунків. Перелік джерел посилань містить 49 найменувань. Загальний обсяг роботи 85 сторінок.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ СПРАВИ В УКРАЇНІ

1.1. Загальна характеристика та зміст основних понять в готельно-ресторанному господарстві

Функціонування підприємств готельного бізнесу, як зазначають науковці, нерозривно пов'язане з поняттям гостинності, яка є основною детермінантою сфери послуг і має давнє походження. Етимологія поняття «гостинності» починається від англійського терміну «hospitality» (гостинність), який, в свою чергу походить від латинського «hospitium» (госпиції), в основі якого лежить слово «host» (хазяїн), «hospice» (притулок), «hotel» (палац або будинок, призначений для перебування в ньому важливих гостей). Термін «гостинність» був уведений європейськими експертами конфедерації національних асоціацій готелів і ресторанів (ХОТ-РЕК), утвореної у 1982 році [1, 3-7].

Відповідно до визначення Енциклопедичного словника – довідника з туризму під індустрією гостинності (hospitality industry) розуміється сфера підприємництва, що складається з видів обслуговування, які спираються на принципи гостинності, що характеризуються щедрістю і доброзичливістю стосовно гостей. Вона має чотири основні напрями: громадське харчування, розміщення, перевезення, відпочинок. Підприємства індустрії гостинності беруть участь у створенні невидимого продукту, придатного до вживання тільки в момент його пропонування споживачеві [1, 2].

З урахуванням вищенаведеного та з метою розкриття мети й завдання автор дослідження вважає доцільним розглядати заклади розміщення і харчування в їх сучасній трансформації.

Як правило, вона включає в себе наступні складові елементи:

1) готельний бізнес – сукупність засобів розміщення, що розраховані на певну кількість клієнтів та забезпечують відповідний рівень обслуговування з урахуванням ступеню їх платоспроможності;

2) ресторанний бізнес – сукупність мереж ресторанів, кафе, закладів швидкого та громадського харчування;

3) туристський і транспортний бізнес – сукупність туристичних фірм та транспортних компаній, що надають відповідно туристські послуги та транспортні послуги по різного роду перевезеннях.

4) розважально-рекреаційна діяльність – охоплює рекреаційну індустрію, конгресний бізнес і комерційне шоу, ігровий бізнес.

Так ринок готельних послуг являє собою сукупність економічних відносин, які виникають в процесі виробництва, реалізації і організації споживання цих послуг. Виходячи з цього готельна послуга характеризує діяльність підприємства з розміщення споживача шляхом надання номера (місця) для тимчасового проживання в готелі, а також іншу діяльність, пов'язану з розміщенням і тимчасовим проживанням.

Готельні послуги поділяються за двома основними кваліфікаційними ознаками: в залежності від змісту послуг – поділяються на основні та додаткові послуги та залежно від характеру надання – на платні та безкоштовні послуги

Також науковці виділяють певні особливості їх діяльності, до яких відносять наступні, а саме :

1. Готельній діяльності притаманний нематеріальний характер. Ця особливість пов'язана саме з предметом діяльності готельних підприємств.

2. В процесі виробництва та пропозиції готельних послуг у готельному господарстві, як правило, не створюється новий продукт. Однак діяльність готельних підприємств активно сприяє зростанню національного доходу та збільшенню надходження валютних коштів у країну за рахунок обслуговування іноземних туристів.

3) Обсяг, якість і різноманітність послуг, що надаються в готельному господарстві, обумовлені переважно впливом двох основних чинників: станом матеріально-технічної бази (наявність відповідних будівель, споруд та прогресивність інженерного, санітарно-технічного обладнання, електроприладів, меблів та інших предметів, призначених для обслуговування клієнтів) та забезпеченістю висококваліфікованим персоналом, який здатний задовольнити в повному обсязі вимоги споживачів готельних послуг.

4) Попит на готельні послуги має нерівномірний та сезонний характер. Ця особливість обумовлює необхідність формування на підприємствах готельного бізнесу достатнього резерву номерного фонду, постійної присутності персоналу протягом доби – адміністратора, регістратора, портьє, носильників, покоївок. Однак, вітчизняний та зарубіжний досвід вже свідчить про можливість подолання цього протиріччя за допомогою сучасних сервісів щодо електронної системи резервування місць, з рахунок якої чисельність персоналу можна скоригувати.

5) Достатньо висока залежність готельних послуг від цілей клієнтів. Рішення клієнта відвідати певну місцевість залежить не від наявності в цій місцевості конкретного готелю, а визначається в першу чергу, цільовою функцією його мандрівки (наприклад, відпочинок, оздоровлення, ділова поїздка і т.д.) і це створює передумови для обмеженості попиту на послуги окремих готельних підприємств.

6) Необхідність координації діяльності різних служб та спеціалістів готельного підприємства обумовлена тим, що клієнтам, як правило, надається комплекс послуг. Задіяні служби та спеціалісти повинні взаємодіяти таким чином, щоб проблеми клієнта вирішувались оперативно і без втручання вищого керівництва [1, 4-7].

Стосовно ресторанного напрямку – необхідно відслідкувати процес осучаснення поняття «громадське харчування», яке в Україні існувало й розвивалось у різних соціально-економічних формах, у зв'язку з чим його доцільно розглядати в двох аспектах, а саме як «сферу громадського

харчування підгалузі суспільного виробництва» та «громадське харчування як підгалузь торгівлі».

На теперішній час, коли Україна намагається увійти до системи світової економіки, в умовах становлення ринкових відносин та приватної власності доцільно застосувати загально прийнятний у світовій практиці термін «ресторанне господарство». Ця термінологія використовується і в державному стандарті України, відповідно до якого ресторанне господарство представляє собою вид економічної діяльності суб'єктів господарської діяльності щодо надання послуг для задоволення потреб споживачів у харчуванні з організацією дозвілля або без нього. Суб'єкти господарювання здійснюють діяльність у ресторанному господарстві через підприємства (заклади) ресторанного господарства [1, 9].

Під закладом ресторанного господарства – розуміється організаційно-структурна одиниця у сфері ресторанного господарства, яка здійснює виробничо-торговельну діяльність: виробляє і (або) доготовляє, продає та організовує споживання продукції власного виробництва й закупних товарів, а також надає послуги з організації дозвілля споживачів [10].

Підприємство ресторанного господарства – це заклад (сукупність закладів), який є самостійним суб'єктом господарювання, має права юридичної особи і здійснює свою діяльність з метою одержання прибутку [1, 6].

Виходячи з вищенаведених визначень виникає можливість науковці чітко визначають предмет діяльності підприємств ресторанного господарства, в якості якого виступає надання комплексу різноманітних послуг споживачам з урахуванням їхніх потреб. Послуга ресторанного господарства – це результат діяльності суб'єкта господарювання в сфері ресторанного господарства щодо задоволення потреб споживачів в харчуванні і організації дозвілля [11].

В залежності від характеру надання послуги закладами ресторанного господарства в багатьох наукових працях систематизовано та узагальнено ознаки класифікації, представлені на рис. 1.1.

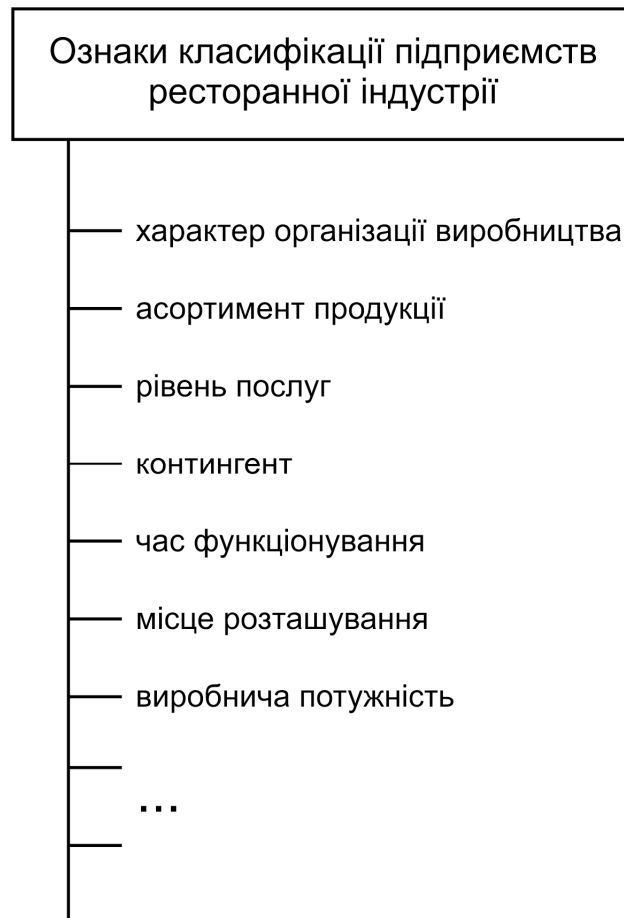


Рисунок 1.1 – Характерні ознаки класифікації підприємств ресторанної індустрії

Джерело: розробка автора на підставі [8-12]

Вітчизняні науковці продовжують продукувати ознаки класифікації, що з'являються та ураховують сучасні умови ведення бізнесу, тому цей процес триває.

Сучасні експерти виділяють п'ять різних секторів гостинності, представлених на рис. 1.2.



Рисунок 1.2 – Сектори гостинності

Джерело: складено автором на підставі [8]

1. *Проживання-розміщення – Lodging-Accommodation.*

Цей сектор гостинності пропонує безліч варіантів розміщення, які варіюють від розкішних і шикарних курортів до кемпінгів.

Житло є безпосередньо широкою категорією гостинної індустрії, варіюючи між готелями та закладами, які пропонують нічліг та сніданок (bed & breakfast), а також іншими закладами, які пропонують подібні послуги.

І знову наголосимо, що сфера обслуговування абсолютно необхідна в забезпеченні послуг з управління тимчасового проживання, також ефективність, загальний комфорт, і різного роду зручності світового класу також є фундаментом цієї сфери. Так екстравагантні курорти, наприклад, повинні забезпечити своїм клієнтам конфіденційність та ексклюзивні послуги, щоб вклинитись у цю нішу.

Фахівці зазначають, що однією з трьох речей, необхідних людині під час подорожі, найважливішою є місце проживання, іншими двома будуть

харчування та транспорт. Саме завдяки цьому факту, в дослідницькій роботі з п'яти секторів сфери Hospitality визначальним вважається саме житло.

2. Їжа та напої – *Food and Beverage*.

Ще один важливіший момент в п'яти різних секторах індустрії гостинності. Зазначений сектор може варіюватися від чогось простого, як кафе швидкого харчування, до ресторанів високого класу, а також будь-якого роду закладу громадського харчування між першими двома. І, як і очікувалось, сфера їжі та напоїв, також розділяється на підкатегорії в нішах бізнесу. До ключових категорій можна віднести заклади швидкого приготування, кейтеринг, ресторани повноцінного обслуговування, тематичні ресторани сьогодні мають різного роду прояви, наприклад, сьогодні популярні розкішні підводні ресторани (*luxury underwater restaurants of the world*) [8].

3. Подорож та туризм – *Travel and Tourism*.

Не буде перебільшенням зазначити, що найбільш важливим сегментом сектору гостинності є подорожі і туризм, так як все інше залежить від них. Без повнокровних потоків подорожей і туризму в регіоні, індустрія гостинності в даній місцевості не буде рости. Взагалі туризм і гостинність взаємопов'язані і залежні один від одного, тому автор цього дослідження не акцентує увагу на першості цих напрямів, а наголошує на тісному зв'язку.

4. Індустрія розваг – *Entertainment Industry*.

Розваги є важливою частиною подорожей в нашому з вами часі. Якщо у вашій подорожі не вистачає задоволення та розваг, то ви не зможете в повній мірі насолодитись проведеним у подорожі часом.

Фахівці наполягають на тому, що досягнення успіху у сфері гостинності можливе за умови наявності розважальних видів діяльності : спорт та ігри, нічні клуби та безліч того, що зараз пропонують заклади ресторанного бізнесу.

5. Оренда на сезон – *Timeshare*.

Цей напрям є сучасним, знаходиться у стані розвитку, передбачає оренду певного місця на відпустку або якийсь період. Так відпочивальники,

(одна особа або група) викупають право на володіння місцем проживання на певний період року [8]. Існує багато сервісних послуг, які можна оплатити на певний період часу і що буде підпадати під категорію оренди на сезон.

1.2. Сутність та особливості управління готельно-ресторанним бізнесом

Готельно-ресторанний бізнес – це виробничо-господарська, організаційна та економічна діяльність підприємств готельно-ресторанного комплексу, що спрямована на задоволення потреб суспільства у готельних, ресторанних та інших супутніх ним послугах і продуктах з метою отримання прибутку чи іншого соціально-економічного ефекту в умовах ринку [11].

Відповідно до наведеного визначення науковці виділяють та надають визначення суб'єктам та об'єктам досліджуваної сфери. Так суб'єктами готельно-ресторанного бізнесу є підприємці (комерсанти), які здійснюють вироблення і надання готельних, ресторанних та інших послуг і продуктів належної якості. Об'єктами готельно-ресторанного бізнесу, є послуги та продукти, які виступають предметами купівлі-продажу на ринку готельно-ресторанних послуг [12].

Відповідно до вищенаведеного виділяються ознаки підприємств готельно-ресторанного бізнесу наведено та особливості його ведення, до яких відносять невіддільність послуг та продуктів від суб'єкту готельно-ресторанного бізнесу та нематеріальний характер сукупної послуги та продукту.

Особливості надання основних послуг підприємств готельно-ресторанного бізнесу в умовах конкуренції систематизовано наступного:

- споживач визначає зміст послуги, формуючи при цьому її двоєдину роль: по-перше, ідентичність, яку надає підприємство, а по-друге, її суб'єктивний зміст, який шляхом висування власних вимог формує споживач;

- факт споживання послуг підприємств готельно-ресторанного бізнесу передбачає розподіл на певні етапи (інформування, попереднє замовлення, реалізація, післяпродажне обслуговування), кожен із яких може передбачати ситуацію відмови від споживання, в т.ч. і за рахунок дій конкурентів (цілеспрямованих та нецілеспрямованих);
- реалізація певного обсягу послуг (як правило т.зв. «чеку»), на відміну від матеріальних продуктів, залежить від маркетингу та персоналу, причому, чітко визначити послідовність застосування даної складової процесу реалізації послуг відсутня;
- концепція якості сукупної послуги та/або продукту готельно-ресторанного бізнесу формується переважно контактною групою суб'єкту господарювання в умовах діючої матеріально-технічної бази та засобів комунікацій.

В конкурентних умовах функціонування ринку готельно-ресторанних послуг саме *управління* готельно-ресторанним бізнесом являє собою вид професійної діяльності, зміст якої полягає у впливі суб'єкту управління (керуючої системи) на об'єкт управління (керовану систему) для досягнення поставленої мети із врахуванням умов конкуренції та дотриманням інтересів основних стейкхолдерів.

В управлінні готельно-ресторанним бізнесом теоретики виділяють такі наступні альтернативні підходи, а саме:

1. Ситуаційний підхід до управління готельно-ресторанним бізнесом, що передбачає вибір форм і методів управлінського впливу та контактної взаємодії суб'єкту управління і об'єкту управління в залежності від умов, які склалися у внутрішньому та зовнішньому середовищі (в першу чергу – конкурентних умов на цільовому ринку чи його сегменті). Головна вимога при виборі такого підходу – гнучкість управління та швидкість реакцій на зміни у середовищі для максимальної адаптації.

2. Функціональний підхід до управління готельно-ресторанним бізнесом передбачає реалізацію ряду унікальних для кожного підприємства функцій, які необхідно виконати для забезпечення ефективної реалізації потреб підприємства у дійсний період часу та на перспективу. В той самий час змістове наповнення функціонального підходу нівелюється поточною ситуацією на ринку, цілями управління в рамках кожного конкретного функціоналу, а також організаційною структурою підприємства. Особливістю функціонального підходу є змінність характеру його складових.

3. Маркетинговий підхід до управління готельно-ресторанним бізнесом передбачає максимальну орієнтацію управлінських впливів на забезпечення вимог поточного та перспективного попиту на готельні та ресторанны послуги, а також ринкових цілей суб'єктів управління. Основа маркетингового підходу полягає у забезпеченні «5Р маркетингу» як основи управлінських впливів.

4. Нормативний підхід до управління готельно-ресторанним бізнесом передбачає встановлення керуючою системою нормативів діяльності, дотримання яких є головним в реалізації ключових функцій об'єктів управління. Обов'язковим для вставлених нормативів має бути дотримання таких вимог:

- максимальна обґрунтованість;
- реалістичність;
- зрозумілість;
- орієнтація на максимальні результати;
- гнучкість;
- вимірність;
- досяжність;
- комплексність.

5. Системний підхід до управління готельно-ресторанним бізнесом передбачає реалізацію концепції управління, яка базується на уявленні про підприємство готельно-ресторанного бізнесу як про систему, тобто, як про упорядковану сукупність елементів, об'єднану єдиним пулом цілей, ресурсів

та комунікаційних каналів для їх досягнення. «Системний підхід дає змогу зрозуміти, що ефективність будь-якого підприємства забезпечується не якимось одним його елементом, а є результатом, що залежить від багатьох факторів.

Тому, система управління повинна охоплювати комплекс процесів, який орієнтований на досягнення кінцевого результату – підвищення ефективності діяльності підрозділів, персоналу і підприємства» [12, 13].

6. Менеджерський підхід до управління готельно-ресторанним бізнесом в сучасних умовах передбачає орієнтацію системи управління на реалізацію класичних функцій менеджменту: планування, організування, мотивування та контролювання. Згідно чого процес управління є циклічно впорядкованою сукупністю управлінських дій із реалізації зазначених функцій як інструментів досягнення цілей. При даному підході центральною фігурою забезпечення ефективності готельно-ресторанного бізнесу є фігура менеджера, тобто, керуючого суб'єкта який приймає на себе відповідальність по забезпеченню ефективності діяльності та всього бізнесу.

7. Цільовий підхід до управління готельно-ресторанним бізнесом передбачає вибір форм і методів управлінського впливу в залежності від конкретного виду цілей, досягнення яких є актуальним для бізнесу та упевний часовий відрізок. Важливою для реалізації даного підходу є якісна побудова системи цілей готельно-ресторанного бізнесу та їх поділ за часовою ознакою на поточні (короткострокові), середньострокові та довгострокові.

8. Інноваційний підхід до управління готельно-ресторанним бізнесом передбачає фокус уваги суб'єктів управління на новаціях, реалізації принципово-нових способів та методів управління та способів і методів сервісної діяльності, орієнтованих на ресурсозбереження, концепцію ощадливого виробництва та залучення споживачів, які прагнуть до задоволення традиційних потреб якісно-новими способами.

9. Комплексний підхід до управління готельно-ресторанним бізнесом передбачає всебічне дослідження причинних зв'язків та наслідків

управлінських дій, комплексну оцінку вхідних параметрів системи забезпечення, їх зміну та розвиток на досліджуваному об'єкті (готельно-ресторанному підприємстві) у просторі і часі, за кількісними та якісними ознаками та вихідні параметри цього процесу. Комплексний підхід повинен враховувати технічні, технологічні, психологічні, економічні, організаційні, екологічні та інші аспекти забезпечення та їх взаємозв'язок, щоб здійснювати ефективну виробничу та сервісну діяльність із надання основних та додаткових послуг ресторанного та готельного спрямування [12, 13].

1.3. Методика оцінки ефективності інноваційної діяльності підприємств готельно-ресторанного бізнесу

Оцінка рівня ефективності інноваційної діяльності підприємств ресторанного бізнесу науковцями в теперішній час визначається як функція менеджменту, цілеспрямована на опрацювання фінансово-господарського стану, особливостей діяльності, аналізу інноваційних процесів та побудови, на засадах отриманої узагальненої інформації, висновків для прийняття вдалих управлінських рішень.

У цілях зростання прибутковості та підвищення ефективності господарювання в умовах розвиненого ринкового середовища та інноваційних технологій підприємства ресторанного господарства потребують особливого наукового новітнього підходу щодо стратегічного управління інноваційною діяльністю. Метою менеджменту у даному напрямі є дослідження та застосування наукових теоретико-методичних положень у сфері формування вдалої інноваційної стратегії.

Дана проблематика висвітлюється в працях учених з початку 90-х, з часом трансформується та осучаснюється. Наукові погляди більшості авторів щодо критеріїв оцінки інноваційної діяльності ґрунтуються на визначенні ефективності шляхом співставлення ефекту (результату) використання інновацій та понесених витрат на інноваційний процес, виробництво

інноваційної продукції. Тобто отримання додаткових доходів, які підприємство може залучати у інші сфери діяльності для свого розвитку. Розрахунок ефективності інноваційної діяльності має базуватись на праксеологічному підході, що передбачає взаємозв'язок цільового, системного та ресурсного підходів. Вважається, що обрані підприємством методичні підходи до оцінки інноваційних процесів визначають рівень ефективності її проведення [13].

Вибір методології оцінки ефективності інноваційних процесів у системі управління інноваційною діяльністю є важливим орієнтиром підвищення ефективності стратегічного управління. На підставі проведення теоретичних та практичних досліджень стану інноваційних процесів на підприємствах готельно-ресторанного господарства [14], узагальнення наявних проблем, рівня потенціалу та інноваційної активності, зроблено висновок, що доцільно проводити комплексну оцінку та аналіз інноваційної діяльності.

Оцінка інноваційної діяльності підприємств ресторанного господарства передбачає застосування узагальнюючих показників оцінки ефективності інноваційних процесів, зокрема:

- показників ефективності виробництва науково-технічних заходів: темпів зростання ефективності виробництва окремих видів продукції, продукція (роботи) від використання науково-технічних заходів;
- відносної економії собівартості в результаті впровадження науково-технічної діяльності;
- показники фінансової ефективності: зростання прибутку в результаті реалізації науково-технічних заходів, впровадження інноваційних продуктів;
- амортизація, в результаті реалізації науково-технічних заходів, у тому числі за рахунок інтенсивні та екстенсивні фактори.

В підсистемі оцінки та ефективності системи стратегічного управління інноваційний розвиток підприємств вимагає оцінки діяльності

інноваційних проектів з точки зору двох аспектів: кількісне визначення рівня досягнення поставленої мети від реалізації інноваційного проекту та врахування критерію як основи визначення найбільш оптимального управлінського рішення.

Керівники закладів гостинності можуть застосовувати низку параметрів, які відображатимуть реалізацію принципів системоутворення, з метою оцінки ефективності якого визначено окремий критерій:

- рівень ефективності окремого стратегічного рішення щодо інноваційних проектів, наприклад, показник чистого зниженого ефекту, рентабельність, термін окупності тощо;
- оцінка періоду реалізації управлінського рішення у стратегічній інноваційній діяльності та ризику інноваційного проекту;
- наявні обмеження у виробничому процесі, що визначають наявність відповідних спеціалістів для впровадження інновацій;
- оцінка ліквідності та інше.

Інтегральний показник рівня інноваційного розвитку підприємств гостинності формується на базі комплексного показника інноваційної активності та інноваційної сприйнятливості підприємства.

До першої відноситься кількість засвоєних (введених) інноваційних продуктів, частка впроваджених інноваційних процесів, коефіцієнт використання витрат на інноваційні процеси, коефіцієнт рентабельності інновацій і т.д.

Комплексна система аналізу показників та оцінка інноваційної діяльності підприємств готельно-ресторанного господарства, які дають можливість провести факторний аналіз, включає такі основні групи показників: оцінка ефективності інноваційних рішень, показники ліквідності, фінансової стійкості, платоспроможності, показники оцінка ділової активності, ефективності діяльності та використання ресурсів.

Під час оцінки рівня ефективності інноваційних проектів на підприємстві важливо врахувати:

- оцінки впливу на фінансово-господарську діяльність від впровадження інновацій;

- аналіз впливу інноваційно-інвестиційних проектів підприємства на зовнішнє середовище;

- аналіз можливих ризиків і невизначеностей щодо впровадження інновацій;

- визначення ефекту від співставлення отримуваних результатів інноваційної діяльності та витрат на інноваційні проекти.

Аналіз рівня ефективності інноваційної діяльності підприємства доцільно проводити керуючись такими принципами як: принцип діалектики; принцип ранжирування; принцип єдності аналізу та синтезу; принцип оперативності; принцип забезпечення співвідношення можливих варіантів; принцип кількісної визначеності [14, 15]. Оцінювання стану та результативності стратегічного управління інноваційною діяльністю на підприємстві ресторанного господарства можна проводити за запропонованим алгоритмом:

1. Оцінювання ефективності інноваційних процесів можна розраховувати шляхом застосування інтегрального показника ступеня власного інноваційного розвитку підприємства. В свою чергу даний показник передбачає визначення:

- ресурсного забезпечення, що оцінюється через розрахунок показників рівня інноваційного потенціалу підприємства;

- рівня використання фінансових ресурсів, наукового, матеріального, технічного, інформаційного та кадрового потенціалу господарюючого суб'єкта;

- технологічного забезпечення, яке менеджери можуть визначити через розрахунок показників технологічного оновлення;

- показники ефективності використання основних засобів та технологій, устаткування (оснащення), продуктивності праці;

– ринкової складової, що визначається результативністю основних показників інноваційного підприємства – показники рентабельності збуту інновацій, ринкової віддачі активів, зайнятого підприємством сегменту ринку, пробних продажів інноваційних продуктів, споживчою задоволеністю від інновації, результативності проведення реклами, ритмічності реалізації новацій [14-17].

На рівні стратегічного, тактичного, оперативного управління на підприємстві повинні проводитись заходи спрямовані на підвищення результативності від інноваційної діяльності та управління інноваційним розвитком.

Дієвість підсистеми оцінки та ефективності застосування системи стратегічного управління інноваційним розвитком підприємств ресторанного бізнесу особлива важлива при побудові інноваційної стратегії – формування цілей розвитку на визначений термін. До головних внутрішніх факторів, що аналізуються насамперед варто віднести оцінювання існуючого економічного потенціалу підприємства [15].

Оцінку економічних результатів підприємств ресторанного господарства, при розбіжних величинах власного та позикового капіталів, можна проводити із застосуванням показника фінансового левериджу, за допомогою якого визначають ефект, що існує у зростанні рівня рентабельності власного капіталу, через зміну частки позикового капіталу у сукупній вартості капіталу. Результативність системи управління інноваційною діяльністю підприємств сфери гостинності визначається також входженням у цілісну систему менеджменту закладу, тісних взаємозв'язків його структурних частин.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ ТА ОЦІНКА ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

2.1. Економічна оцінка розвитку засобів розміщування як складової готельно-ресторанних комплексів в Україні

Динамічний ринок гостинності невтомно продовжував зростати протягом 2023 року. Учасники цього процесу впроваджують інновації, щоб задовольнити потреби споживачів, що постійно змінюються, і адаптуватися до мінливих вимог галузі.

Ринок гостинності є одним з найвагоміших у світовій економіці, тому досліджуючи будь-якій його локальний сегмент, важливо проводити моніторинг економічного стану та галузі загалом, для визначення подальших стратегій та планів. Стан економіки, світового ВВП може мати значний вплив на сектор гостинності, тому дослідники розглядають показники розвитку готельно-ресторанного бізнесу разом з іншими макроекономічними показниками та прогнозами.

На рисунку 2.1. наведена динаміка змін попиту на готельні послуги та світового ВВП. Науковці зазначають, що з 1990 року по 2019 рік попит на готельні послуги в значній мірі корелювався з світовим ВВП, та прогнозують, що з 2023 року ця ситуація буде змінюватися.

Поточна економічна перспектива дає підстави для оптимістичного прогнозу в найближчий період, а друга половина 2024 року розглядається як максимально сприятлива ситуація для подальшого розвитку:

- заповнюваність готелів з 2023 року зростає на 10% порівняно з минулим роком (рис. 2.2);
- показник Global RevPAR (прибутковість доступного для продажу номера в готелі) збільшився в середньому на 17%;
- очікується, що сегмент залучить 1,33 мільярда клієнтів до 2027 року;

- глобальні доходи від подорожей зростуть на 4,42%, що призведе до того, що до 2027 року обсяг ринку становитиме 1 трильйон доларів США;
- світова ринкова вартість ресторанної індустрії досягне 1,22 трильйона доларів США до 2026 року;
- онлайн-продажі продовжують відігравати значну роль у отримання доходу, очікується показник 81% від загального доходу до 2027 року (84% відвідувачів, перш ніж обрати заклад Шукають інформацію про готель чим меню в Інтернеті) [21].

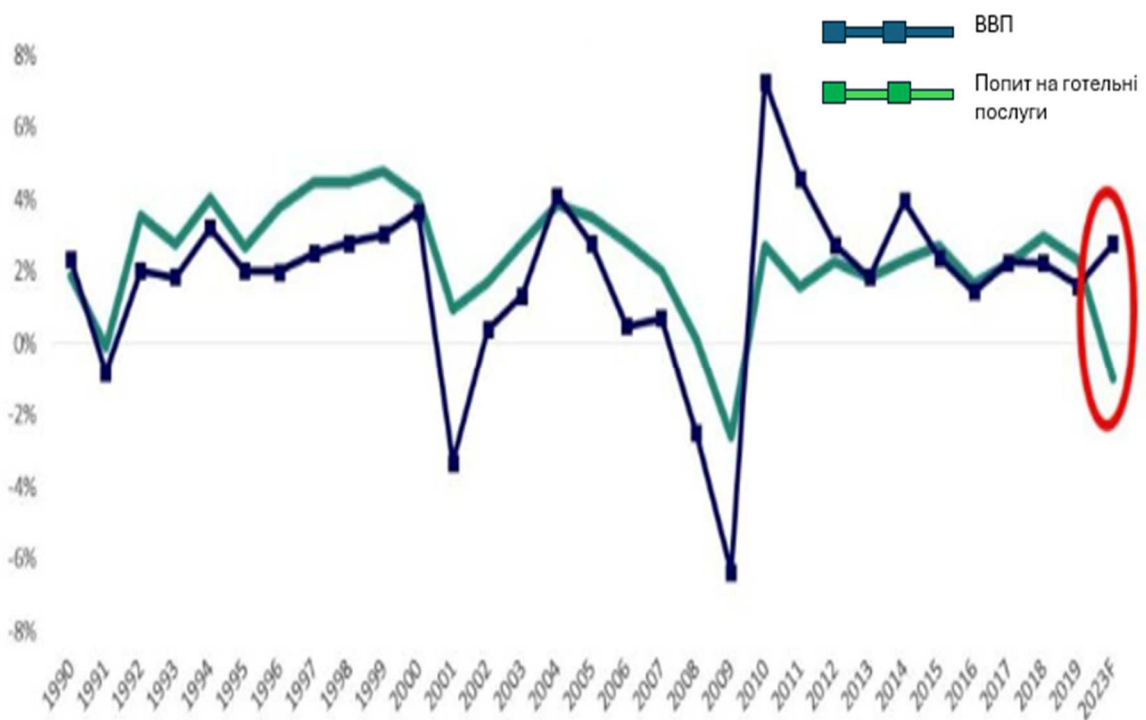


Рисунок 2.1 – Динаміка змін світового ВВП та попиту на готельні послуги (1990-2023 рр).

Джерело: адаптовано автором [22]

Тенденції, на які радять звернути увагу в 2024 році включають: можливості попереднього замовлення; послуга в ресторанах «бери та йди» на винос; розширення карт цифрових проїздів і окрема парковка. На жаль, близько 20% усіх бронювань виявляється незаїздом. Це може значно знизити

заплановану прибутковість закладу, особливо у фінансово складні часи. Однак, в деяких сервісах клієнти сплачувати комісію за бронювання, отже, є певна надія, що клієнт робитиме бронювання обдуманно.

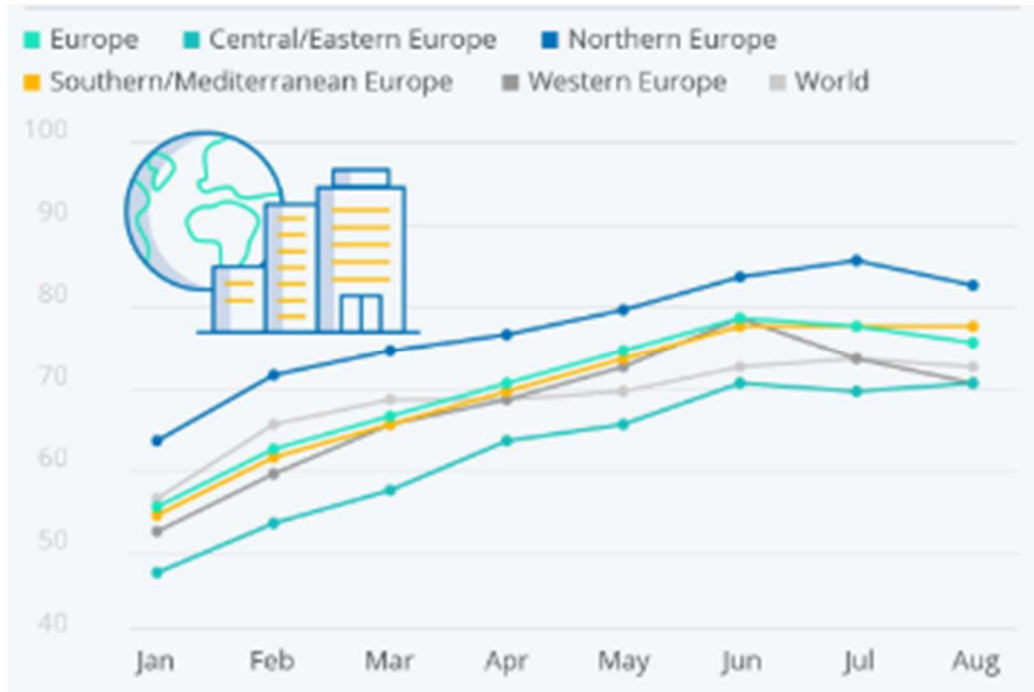


Рисунок 2.2 – Показник заповнюваності готелів за регіонами (2023 р.)
Джерело: [23]

В 2023 році було зафіксовано рекордну кількість відкриття місць і номерів і прогнозують таку ж динамічну експансію в 2024 році. Наведемо показники закладів – лідерів світового готельного ринку.

Hilton: в четвертому кварталі 2023 року 132 відкриття готелів та чисте зростання на 4,9% до кінця року. Протягом четвертого кварталу Hilton Hotels & Resorts відкрила 132 готелі та приблизно 24 000 номерів, що стало найбільшим показником розширення компанії на сьогодні. Загалом, 395 відкритих готелів і 63 000 номерів протягом року відображають чисте зростання на 4,9%. Прогнози на 2024 рік залишаються оптимістичними – зростання від 5,5% до 6,0%.

Зосередженість компанії на глобальному розширенні призвела до підписання рекордної кількості поглинань – майже 1000 готелів, що

представляють 130 000 номерів, що на 45% більше, ніж у попередньому році. Два нових бренди, Spark від Hilton і LivSmart Studios від Hilton, відіграли центральну роль у цій стратегії зростання, реагуючи на зростаючий попит на висококласні номери економ-класу та житло тривалого перебування.

Marriott: чисте зростання на 4,7% і рекордна кількість номерів у 573 000 номерів. Marriott International оголосила про винятковий рік глобальних підписань, відзначивши збільшення кількості органічних номерів у 2023 році на 52% порівняно з попереднім роком. Компанія забезпечила значне зростання чистої кількості номерів на 4,7%, а портфель розробки завершився на рекордних 573 000 номерів.

Компанія Marriott підписала рекордну кількість угод про органічне управління та франшизу, що представляє близько 164 000 номерів у всьому світі, з численними підписами в регіонах, включаючи США та Канаду, Китай, В'єтнам, Японію та Об'єднані Арабські Емірати.

Глобальний портфель розвитку зараз включає майже 3400 готелів і приблизно 573 000 номерів. Глобальна мережа Marriott включає майже 8800 готелів і більше 1 597 000 номерів у 139 країнах. Компанія розширює своє портфоліо класу люкс, виходячи в доступний сегмент середнього ринку та збільшуючи свою присутність на курортах для переобладнання та все включено. Крім того, Marriott зміцнює свій портфель фірмових резиденцій і запускає MGM Collection разом з Marriott Bonvoy.

Marriott розширює свій бренд Apartments by Marriott Bonvoy, зосереджуючись на розкішних квартирах. Перша нерухомість, Casa Costera, Isla Verde Beach, нещодавно відкрита в Сан-Хуані, Пуерто-Ріко, а також були підписані угоди щодо розвитку в США, Італії та Саудівській Аравії. Ці квартири пропонують незалежне проживання з просторими житловими зонами, впливом місцевого дизайну, окремими спальнями, повністю обладнаними кухнями та внутрішньою пральною. З точки зору власника, вони пропонують можливості для переобладнання, нового будівництва або інтеграції в багатофункціональні властивості. З запуском у Сент-Луїсі,

Курмайорі (Італія) та NEOM (Саудівська Аравія) бренд планує розширюватися по всьому світу до 2024 року та далі, пропонуючи різноманітні житлові простори та житлові зручності.

Accor планує амбітне зростання у 2024 році. Бренди Luxury та Lifestyle наразі становлять більшу частину цінності в процесі розробки. Маючи портфолію з понад 370 готелів класу люкс і 150 готелів стилю життя по всьому світу, Accor відкриє ще 100 готелів класу люкс і стилю життя протягом наступних двох років, маючи на меті щонайменше п'ять нових відкриттів на рік.

Серед найважливіших моментів, які плануються, бренд Orient Express запустить Orient Express La Dolce Vita наприкінці 2024 року. Raffles Hotels & Resorts продовжить розширення, запланувавши відкриття в Індії, Саудівській Аравії та Сінгапурі. Fairmont Hotels & Resorts відкриватимуть готелі в Іспанії та Південній Африці. Бренди Sofitel і MGallery Hotel Collection розширяться в Беніні, Мексиці, Японії, Тайвані, Кенії та Польщі, а Ennismore відкриє понад 15 нових готелів у різних країнах світу.

Окрім розкоші та стилю життя, підрозділ Accor Premium, Midscale & Economy також планує амбітне зростання у 2024 році, приділяючи особливу увагу регіону Америки, маючи на меті збільшити портфолію з 450 до понад 700 готелів протягом наступних трьох років. Pullman Hotels & Resorts, Handwritten Collection і Swissôtel Hotels & Resorts відіграватимуть ключову роль у цьому розширенні з очікуваним дебютом у Бразилії TRIBE, інноваційного бренду нового дизайну.

Бренд Ibis Styles в Європі оголошує про відкриття 20 нових готелів і підписання контракту на 16 інших із загальним обсягом понад 1200 номерів у період з 2023 по 2026 рік. Бренд зміцнює свою присутність у восьми країнах, включаючи Францію, Румунію, Іспанію та Польщу, за допомогою флагманського проекту, включаючи набіг в Ісландію та капітальний ремонт у Великобританії та Бенідормі, Іспанія. До 2023 року було відкрито 20 нових готелів Ibis Styles, які відображають креативність бренду. Завдяки цим

розробкам портфолію ibis Styles у Європі наблизиться до 450 готелів, що зміцнить позицію Ассор як лідера бюджетних готелів у стратегічних напрямках.

Ennismore планує значне розширення у 2024 році з відкриттям понад 15 нових готелів і понад 50 ресторанів і барів під своїми провідними світовими брендами, розташованих у таких знакових місцях, як Лондон, Париж, Дубай, Будапешт, Джакарта, Джидда та Ніцца. Три окремі бізнес-підрозділи Ennismore, Lifestyle Collective, Immersive Resorts і Iconic Venues, подарують різноманітні враження. Відомі відкриття включають The Hoxton Vienna з дизайном, натхненним австрійською історією, Hyde London City, що знаменує дебют бренду у Великій Британії, The Hoxton Edinburgh, що пропонує автономні квартири, 25hours Hotel The Oddbird у Джакарті, що поєднує індонезійські джунгли та міський стиль, 25hours Hotel Paper Island у Копенгагені вшановуючи історію газетного друку, SLS Barcelona на березі моря з видом на Середземне море, Mama Shelter Nice у центрі Рік'є та Mama Shelter Dubai Business Bay, перша адреса бренду на Близькому Сході, яка пропонує унікальний досвід із 197 номерами, 204 резиденції, кілька ресторанів, чотири басейни та відкритий амфітеатр.

Huatt: рекордна кількість і розширення брендів All Inclusive і Lifestyle на ключових ринках

Huatt Hotels Corporation окреслила свою стратегію розвитку на 2024 рік і далі в Європі, Африці та на Близькому Сході (EAME). У 2023 році компанія зафіксувала рекордний рік підписання угод, у результаті чого глобальний портфель із 127 000 номерів.

Іспанія, Великобританія, Італія, Португалія та Греція є ключовими ринками для цього розширення, що становить майже 40% існуючого номерного портфолію Huatt. Стратегічне зростання включає плани AluaSoul Costa Adeje та Palace de Muro в Іспанії, розвиток брендів Lifestyle та All-Inclusive. Курорти Inclusive Collection звертаються до зростаючої популярності пропозицій «все включено» [24].

Готелі, ресторани, заклади розваг – підприємства, які найбільше постраждали від пандемії коронавірусу в 2020 році, а початок війни в 2022 році на території України поставив їх на межу банкрутства.

Готельний бізнес тільки починав оговтуватися від обмежень і збитків, коли розпочалося вторгнення в кордони нашої держави, та частина закладів була взагалі знищена. Однак навіть після 2 років війни готелі продовжують працювати попри будь-які невтішні прогнози.

Згідно з дослідженням, проведеним Державним агентством розвитку туризму та Асоціацією готелів і курортів, основною проблемою галузі є недостатня кількість гостей. З початку війни (2022 рік) дохід від розміщення залишався основним джерелом доходу для готелів, тоді як дохід від їжі та конференцій значно впав.

Дохід готелю складається з трьох джерел: від номерного фонду; ресторани, бари та банкети; а також з оренди конференц-залів, послуг SPA, трансферів та екскурсій. У мирний час найбільшу питому вагу в структурі сукупного доходу готелів займає оренда номерів (60-75%).

Основні клієнти – це внутрішні туристи та навіть іноземці, які працюють в Україні. Більше пощастило учасникам ринку гостинності, чийї потужності розташовані в західних областях – ці регіони мали зростання доходу навіть на початку війни, а зараз їх обирають більшість українців для свого відпочинку та проведення корпоративних заходів. Динаміка заповнюваності готелів для порівняння двох великих міст Києва та Львова за 2022 – і квартал 2023 років наведена на рис. 2.3. В дослідженні цей період поділено на три фази, відповідно до змін ситуацій в країні.

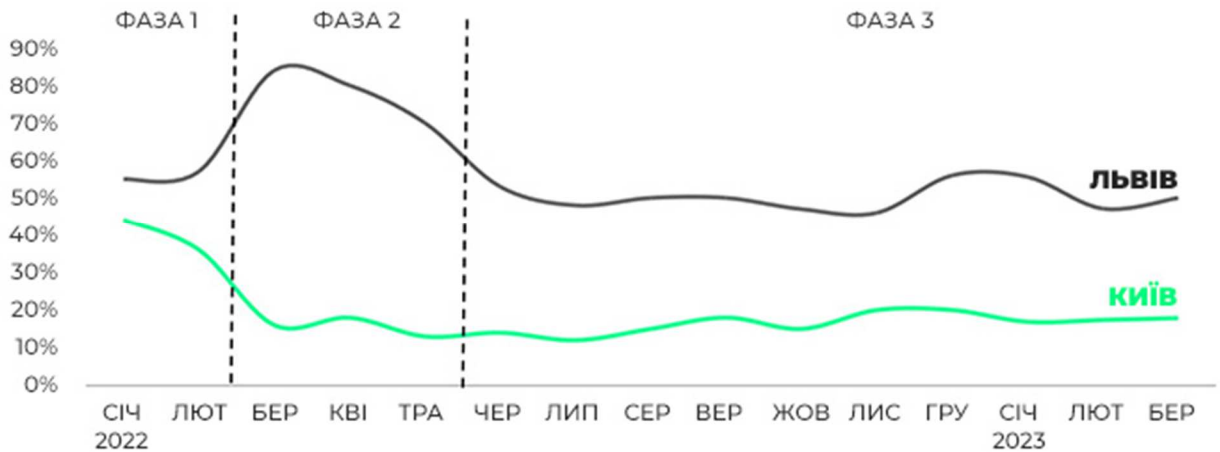


Рисунок 2.3 – Динаміка заповнюваності готелів м. Львів та м. Київ

Джерело: [25]

Перша фаза – з січня по 24 лютого 2022 року. Характеризується високим рівнем попиту на готелі. Наповнюваність за цей період перевищила показники 2021 року, а в деяких регіонах навіть докарантинних років.

За цей період середній рівень попиту на готелі Києва зріс. У січні-лютому завантаженість зросла з 30% до 40% порівняно з аналогічним періодом 2021 року, а в готелях високого цінового сегменту (5 зірок) показник зріс з 21% до 33%. Завдяки пом'якшенню карантинних обмежень та збільшенню туристичних потоків у Львові зросла і наповнюваність – з 35-40% до 55%. У Харкові у 2021 році та січні-лютому 2022 року середня завантаженість готелів становила 35-45%.

Друга фаза припадає на 24 лютого 2022 року і тривав близько трьох місяців. У Києві (як і в інших регіонах, крім західного) було закрито багато готелів, а ті, що працювали, мали досить низьку середню завантаженість – 10-20% .

Разом з тим, п'ятизіркові готелі мали підвищенню попиту з боку представників ЗМІ, дипломатичних делегацій та міжнародних волонтерських організацій. Середня завантаженість п'ятизіркових готелів у березні-травні 2022 року становила 37% проти 27% за аналогічний період 2021 року.

Середня завантаженість у Львові зросла в цей період з 30% до 80%. Єдиний мінус для цієї ситуації, що це було вимушене переміщення людей з різних регіонів, щоб знайти безпечне місце або зупинитися дорогою до кордону.

Протилежна ситуація була на східних кордонах. Через активні бойові дії під Харковом навесні 2022 року середня завантаженість готелів була близькою до нуля.

Третя фаза розпочалася влітку 2022 року. Характеризується поверненням внутрішньо переміщених осіб до місць постійного проживання. В цей період середня завантаженість львівських готелів почала знижуватися та стабілізувалася на рівні 50-60%, що відповідає довоєнному 2021 році.

Завантаженість готелів Києва стабілізувалася на початку червня і до березня 2023 року становила 15-20%. За даними ЕУ та HotelMatrix, у Києві середня завантаженість готелів у 2022 році становила 22% проти 50% у 2021 році.

Як повідомляють звіти Державного агентства з розвитку туризму, середня вартість номера в столичних готелях у квітні становила 2182 грн, у вересні – 1636 грн. Це максимум і мінімум 2022 року.

Загалом, за підсумками 2022 року пропозиція розміщення в готелях Києва перевищила попит у п'ять разів. Зростання наповнюваності почалося у вересні 2022 року в результаті початку заходів і розміщення мінігруп. Ця тенденція триває і надалі. Обстріл Києва в жовтні став переломним моментом у наповнюваності індивідуальних гостей. В п'ятизіркових готелях столиці протягом першого кварталу 2023 року середнє завантаження становило 28-40%, що вище показника за аналогічний період 2021 року.

Туризм почав відновлюватися з літа і концентрувався в західних регіонах, які тоді були безпечнішими. Натомість, наприклад, в Одесі заповнюваність готелів знизилася, оскільки це місто було близько до фронту. За даними HotelMatrix, середня завантаженість готелів Одеси у 2022 році

становила 22%, у 2021 році – 47%. Середній дохід від оренди кімнати у листопаді – 1369 грн, у травні – 850 грн. Це максимум і мінімум 2022 року.

Заповнюваність у Львові у 2022 році була на 54% – на 6% вище, ніж у 2021 році, у Буковелі – 58% проти 60%. В 2021 році в Буковелі був туристичний бум завдяки туристам із Саудівської Аравії. Найвищий середній дохід від оренди готельного номера в Буковелі був у грудні – близько 4500 грн, найменший – у травні – 1250 грн.

Після деокупації Харківської області завантаженість готелів Харкова дещо зросла і коливалася в межах 15-20%. Це половина довоєнного рівня.

Таблиця 2.1

Динаміка основних показників роботи готельної галузі
міст України (відхилення, %, 2023/2024 роки)

Місто	Осс	ADR	RevPAR
Київ	+ 64%	-8%	+52%
Львів	- 23%	+2%	-20%
Одеса	+5%	+6%	+1%
Буковель	+33%	-3%	+29%

Джерело: [25]

Динаміки основних показників обліку роботи готельної галузі у порівнянні до аналогічного періоду 2023 року виглядають наступними чином – табл. 2.1 та рис. 2.4.

Тобто бачимо, що Львів має негативну тенденцію по показниках Осс та RevPAR. Також спостерігається яскравий приріст RevPAR у готелів Києва (+52%). Тлумачення вищенаведених міжнародних показників наведено у Додатку Б.

Фахівці галузі також відзначають тенденцію, яка є сигналом того, що ринок не просто відновлюється, а рухається вперед – у 2023 році відбулося збільшення інвестицій у готельну індустрію через девелоперські проекти.

Девелоперських компаній почали будувати готелі в західній частині України: Львівська область, Івано-франківська область та Закарпатська область. За останні два роки в цих трьох областях з'явилося більше десяти нових об'єктів.

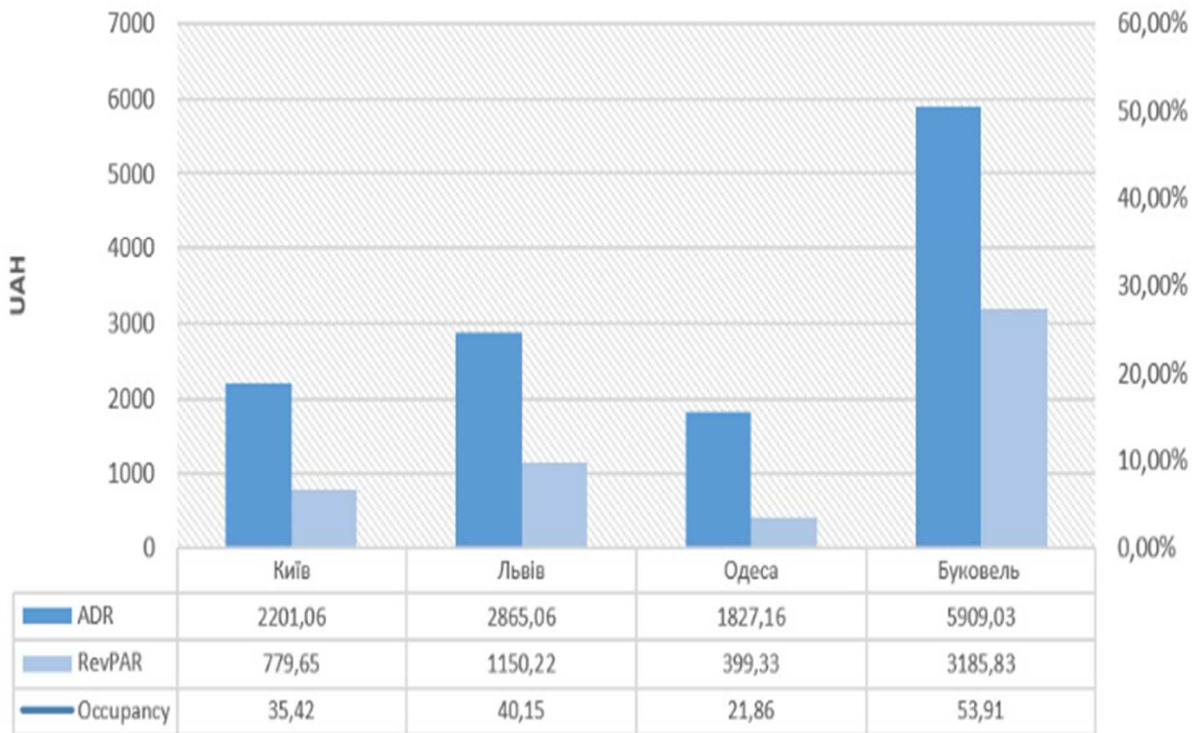


Рисунок 2.4 – Результати діяльності готелів за основними показниками в першому кварталі 2024 року

Джерело: [25]

Асоціація «Готелів та курортів України» (UHRA) провадить програму міжнародної співпраці EU4Business федеральної компанії GIZ за фінансування Європейського Союзу та уряду Німеччини, присвяченої підтримці українських малих і середніх підприємств (МСП) готельно-туристичного сектору в підвищенні їх конкурентоздатності та загального експортного потенціалу до країн ЄС у післявоєнний період.

Окремо слід виділити ситуацію на ринку праці в індустрії гостинності. «Асоціація провела дослідження трудового потенціалу в готельному секторі України у 2023 році, в якому чітко окреслюється кадровий дефіцит, спричинений міграцією та еміграцією спеціалістів, відповідно, стрімким

зростанням заробітної плати, внаслідок агресивної зміни ринку роботодавця на ринок працівника» [26].

Окрім зазначених вже тенденцій, особливий сегмент займають сьогодні готелі Select Service – вибір сервісу. Такі готелі зайняли значну нішу в індустрії гостинності, пропонуючи оптимізовані послуги, які подобаються як мандрівникам, так і інвесторам. Ця категорія, що вирізняється своєю операційною ефективністю та меншими накладними витратами, представляє вигідну можливість для REIT, груп прямих інвестицій та інших інвестиційних організацій.

Суть готелю з вибраним обслуговуванням полягає в його моделі, яка надає перевагу основним зручностям, а не розкішним додатковим послугам. Ці готелі пропонують високоякісне розміщення без повного спектру послуг, які зазвичай є в готелях із повним набором послуг. Для інвестора це означає бізнес із потенційно вищим відсотком доходу від номерів і нижчими експлуатаційними витратами через скорочення потреб у персоналі та спрощену пропозицію послуг.

Інвестування в готелі з вибраним обслуговуванням дає кілька фінансових переваг, які важко не помітити. Ці готелі відомі своєю оптимізованою роботою, яка зазвичай призводить до зниження накладних витрат і вищої норми прибутку. Однією з основних переваг є економічна ефективність їх проектування та будівництва. Без потреби у великих конференц-залах чи численних ресторанах у закладі можна будувати та обслуговувати вибрані заклади обслуговування з більшою економічною ефективністю, що означає швидшу окупність інвестицій.

Інвестиційна привабливість підприємства – це його інтегральна характеристика з позиції перспективності розвитку, ефективності використання активів та їх ліквідності, стану платоспроможності і фінансової стійкості. З фінансового погляду, інвестиційну привабливість підприємства можна розглядати як збалансовану систему ключових фінансових показників доцільності вкладання в нього капіталу, що відображає сукупність

об'єктивних і суб'єктивних умов, які сприяють або перешкоджають процесу інвестування.

Щодо фінансових індикаторів рентабельності підприємств готельно-ресторанного та туристичного бізнесу варто зазначити, що з 2017 по 2021 рік підприємства тимчасового розміщування й організації харчування працювали прибутково лише у 2017–2019 та 2021 роках, і рівень їх рентабельності діяльності був в межах норми.

Рівень рентабельності в прибуткові роки був суттєво вищим у підприємств готельно-ресторанного бізнесу (наприклад, чиста рентабельність у готельно-ресторанному бізнесі становила від 6 % до 10,1 %; ROA від 5 % до 9,8%, а рентабельність у туризмі коливалася від 0,1 % до 4 %; ROA від 0,2 % до 5,1%), тоді як частка прибуткових підприємств була більшою у сфері туризму за ці роки.

Підприємства тимчасового розміщування й організації харчування перебували у стані низької інвестиційної привабливості поточної діяльності в період 2013–2016 років та у 2020 році, а в стані задовільної інвестиційної привабливості поточної діяльності – в період 2017–2019 років та у 2021 році [27].

2.2. Аналіз використання сучасних інноваційні трендів у сфері гостинності

Нові тенденції в розвитку готелів змінюють форму індустрії гостинності, керуючись зміною очікувань гостей, технологічним прогресом і зростаючим акцентом на екологічності. З наближенням 2024 року ці тенденції не лише впливають на те, як проектується та будуються готелі, але й переосмислюють досвід гостей.

Однією з найбільш помітних тенденцій є впровадження технологій у кожен аспект роботи готелю та обслуговування гостей. Від мобільної реєстрації та входу в номери без ключа до послуг консьєржа на основі штучного інтелекту – технологія робить перебування в готелі більш зручним і

персоналізованим. Більше того, готелі все частіше використовують аналітику даних, щоб зрозуміти вподобання гостей і відповідно адаптувати послуги.

Дизайн і естетика також розвиваються. Сучасні готелі використовують унікальний дизайн. Це включає в себе інтеграцію місцевого мистецтва, архітектури та культурних елементів у дизайн готелю, що робить кожний досвід перебування унікальним.

Крім того, оздоровлення та здоров'я стали найважливішими, що призвело до інтеграції оздоровчих просторів, таких як спа, студії йоги та фітнес-центри, у дизайн готелів. Деякі готелі навіть пропонують оздоровчі програми, включаючи заклади здорового харчування, заняття фітнесом і заходи для оздоровлення психіки.

Сучасна індустрія гостинності спостерігає зсув до більш гнучких просторів. Готелі все частіше пропонують багатофункціональні зони, які можна використовувати для роботи, зустрічей або відпочинку, задовольняючи потреби як ділових мандрівників, так і туристів.

Звісно, що всі сучасні тенденції проходять із впровадженням інноваційних методів

Одним з передових технологій сучасного готельного будівництва є модульне будівництво. Цей метод передбачає попереднє виготовлення компонентів на заводі, а потім збирання їх на місці. Такий підхід значно скорочує час будівництва, мінімізує відходи та забезпечує більш високий контроль якості. Модульна конструкція також забезпечує більшу гнучкість дизайну, оскільки модулі можна налаштовувати відповідно до різних специфікацій і макетів.

Інноваційним прийомом є використання передових архітектурних технологій, таких як інформаційне моделювання будівель (BIM). BIM дозволяє архітекторам та інженерам створювати детальні 3D-моделі готельної структури, забезпечуючи краще планування та координацію між різними будівельними групами. Ця технологія допомагає виявити потенційні проблеми

на ранній стадії проектування, тим самим зменшуючи ймовірність дорогих помилок під час будівництва.

Екологічність є ще одним ключовим напрямком будівництва сучасного готелю. Забудовники все більше використовують екологічно чисті матеріали та впроваджують практики зеленого будівництва. Це включає використання відновлюваних джерел енергії, таких як сонячні батареї, і впровадження енергоефективних систем для освітлення, опалення та охолодження. Зелені дахи та живі стіни також стають популярними, додаючи естетичну цінність, покращуючи теплоізоляцію та якість повітря.

Відмічена тенденція до адаптивного повторного використання, що передбачає перетворення існуючих будівель, наприклад, таких як історичні споруди чи покинуті склади, на унікальні готельні простори. Це не тільки зберігає культурну спадщину, але й пропонує гостям унікальні та автентичні враження (рис. 2.5).



а)

б)

Рисунок 2.5 – Адаптовані готелі

Джерело: <https://www.booking.com/hote>

На рис. 2.5 а) Citadel Inn у центрі Львова, готель облаштовано у справжній цитаделі. Її звели після 1848 року, але не для захисту від зовнішнього ворога, а задля кращого контролю за ситуацією у місті під час

“весни народів”. В цитаделі було 6 веж, але наразі вцілило лише дві. В одній із них знаходиться готель.

б) – комплекс SiloStay розташований у центрі міста Літл-Рівер (Нова Зеландія). Всі номери оформлені в стилістиці силосної вежі й оснащені телевизором із супутниковими каналами й електричними ковдрами. Також для гостей обладнано міні-кухню. У власній ванній кімнаті з душем надаються безкоштовні туалетно-косметичні засоби. Гості можуть прогулятися в саду. Готель обладнаний для проживання гостей з обмеженими фізичними можливостями. У будівлі працює система опалення.

За останні кілька років також спостерігалось зростання розумних (smart) готелів, будівництво яких розроблено таким чином, щоб повністю інтегруватися з технологіями. Це включає в себе використання автоматизованих систем управління енергією, розумних вікон, які пристосовуються до освітленості та температури, а також роботизації в обслуговуванні та обслуговуванні (рис. 2.6).

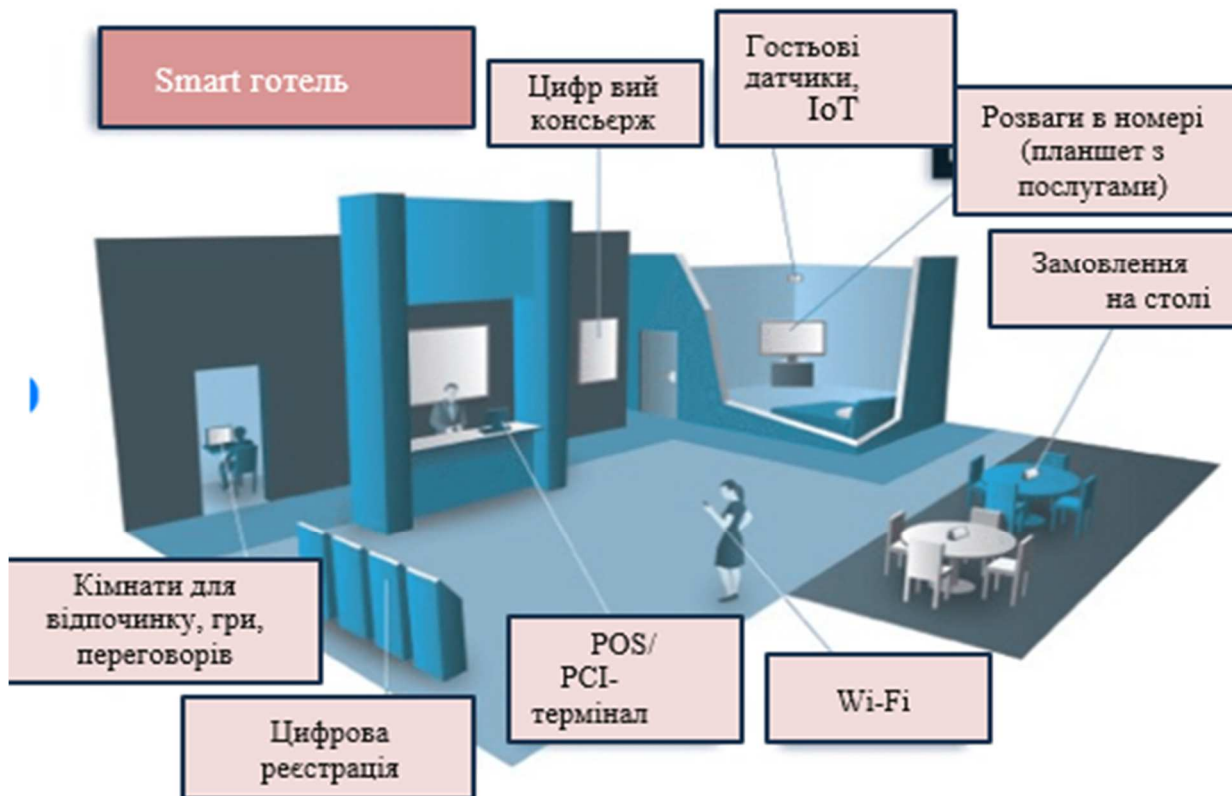


Рисунок 2.6. – Схематичне зображення облаштування Smart готелю
Джерело: адаптоване автором [28]

Інноваційні методи проектування та будівництва встановлюють нові стандарти в готельній індустрії, що призводить до створення просторів, які є не лише візуально приголомшливими, але й екологічними, ефективними та технологічно передовими. Очікується, що в міру просування вперед ці тенденції стануть більш поширеними, формуючи майбутнє розвитку готелів.

Одним із найбільш помітних ефектів технологій у розвитку готелів є автоматизація обслуговування гостей. Автоматизовані кіоски реєстрації та виїзду, системи входу в номери без ключа та чат-боти для обслуговування клієнтів стають все більш поширеними. Ці технології скорочують час очікування та підвищують ефективність роботи, дозволяючи персоналу зосередитися на більш персоналізованій взаємодії гостей.

Технологія розумних кімнат – ще одна сфера, де технології роблять значний вплив. номери, оснащені інтелектуальними термостатами, пристроями з голосовим керуванням і персоналізованими розважальними системами, забезпечують більш комфортне та індивідуальне перебування гостей. Використання пристроїв IoT (Інтернет речей) у номерах дозволяє гостям керувати освітленням, температурою та навіть шторами за допомогою своїх смартфонів або голосових команд.

За лаштунками технології також змінюють управління готелем. Системи управління нерухомістю (PMS) і програмне забезпечення для управління взаємовідносинами з клієнтами (CRM) використовуються для більш ефективного керування бронюваннями, інвентарем і налаштуваннями гостей. Аналітика даних відіграє вирішальну роль у розумінні поведінки та вподобань гостей, дозволяючи готелям відповідним чином адаптувати свої послуги та маркетингові стратегії.

Рівень безпеки у закладах також покращують за допомогою технологій із використанням передових систем спостереження, контролю доступу та заходів кібербезпеки для захисту даних гостей.

Ще одна важлива тенденція – акцент на сталість. Готелі тепер проектуються з використанням екологічно чистих матеріалів,

енергоефективних систем і стратегій зменшення відходів. Ця зміна не тільки приваблює екологічно свідомих гостей, але й сприяє довгостроковій економії операційних витрат. Чимало готелів беруть участь у розширених ініціативах сталого розвитку. Це включає підтримку місцевих громад, збереження місцевих екосистем і надання гостям можливості брати участь у зусиллях із збереження довкілля.

Загалом інтеграція екологічних практик у сучасні готелі відображає прихильність до екологічної відповідальності та інновацій. Оскільки ці практики продовжують розвиватися, вони відіграватимуть вирішальну роль у формуванні майбутнього індустрії гостинності, роблячи її більш стійкою та адаптованою до потреб планети та її мешканців.

Прикладом такого готелю може слугувати Friend House (Київ, проект Simpeks Design) [29]. Власники називають його самим екологічним, дружнім і натуральним готелем в Україні.

Еко-готель створений виключно з біологічних матеріалів: дерева, глини, очерету та ракушняку (рис. 2.7).



Рисунок 2.7 – Еко-готель Friend House (Київ, проект Simpeks Design)

Джерело: [29]

Такий тип житла називається «самановим». Технологія будівництва старовинна, її використовували ще наші предки, коли зводили будинки-мазанки. Меблі в Friend House були спроектовані разом з будівлею. Всі вони – дерев'яні, навіть в ванних кімнатах.

Замість вікон, в стінах круглі отвори. У приміщеннях багато природного світла і свіжого повітря. Готель дуже комфортабельний: тут є гаряча вода, зручні ліжка, інтернет.

Площа готелю 1750 кв. м. і розташувався на трьох гектарах заповідного лісу.

Згідно з опитуванням 2023 року, 70% гостей віддають перевагу готелям, які пропонують такі технологічні зручності, як безконтактна реєстрація та варіанти оплати за бронювання. Лідери галузі вже сприйняли цю тенденцію та використали технологію для гостинних послуг (рис. 2.8).

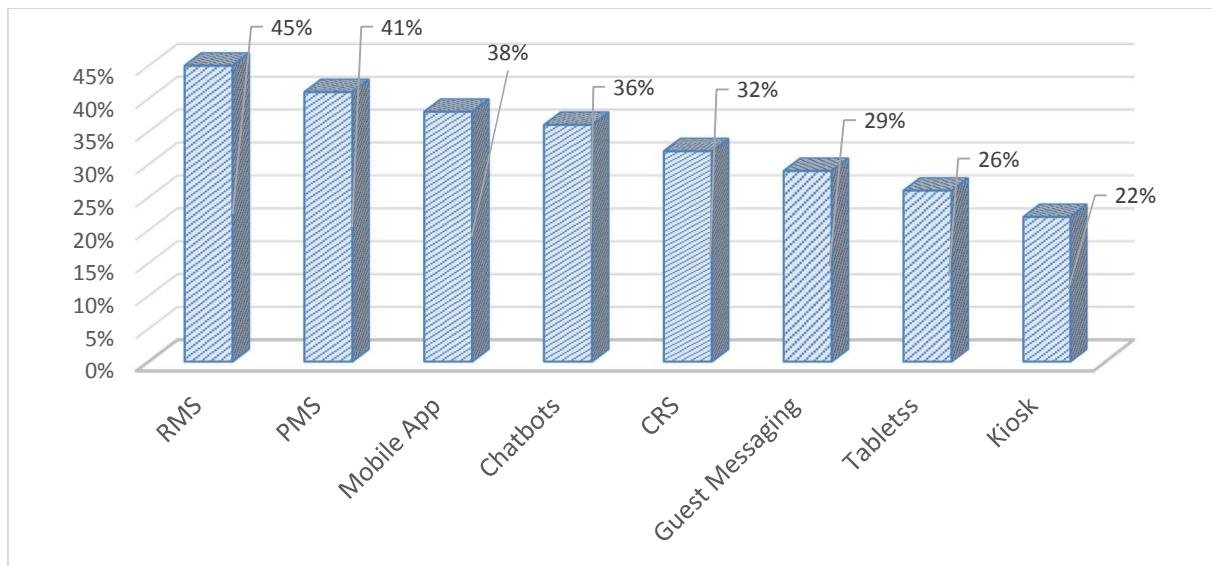


Рисунок 2.8 – Відсоток готельних операторів, що інвестують в продукти інноваційних технологій (пояснення до рисунку таблиця 2.2)

Джерело: [30]

Технології відіграють важливу роль у сталому розвитку готелів. Системи енергоменеджменту, наприклад, допомагають зменшити споживання енергії шляхом моніторингу та контролю опалення, вентиляції,

кондиціонування повітря та освітлення. Технології управління водними ресурсами, зокрема сенсорні змішувачі та душі, сприяють збереженню води.

Таблиця 2.2

Інноваційні продукти

Назва	Призначення	Переваги
RMS	повноцінна багатофункціональна система управління ресурсами, яка дає вам уявлення про завантаженість кожного фахівця, кількості проектів, над якими працює кожен співробітник, і рівні їх складності на момент завершення проекту, а також дозволяє планувати подальші завдання з урахуванням зібраних даних.	Застосування системи сприяє ефективному спілкуванню менеджера проекту з клієнтами і внутрішньої командою, а також дозволяє оптимізувати витрати і робочий процес компанії.
PMS	Системи управління готелем, яка складається з календаря та категорій номерів, які можна розкривати для роботи з окремими номерами, дозволяє комфортно управляти тарифами	Зручне візуальне управління заповненістю готелю дозволяє легко й просто як отримати швидку інформацію про вільні місця, так і здійснити бронювання того чи іншого номеру на той чи інший період.
MOBAIL APP	Різноманітні мобільні додатки	Бронювання, замовлення послуг, маршрути і т.д.
Chat bots	Автоматизовані системи зі штучним інтелектом для спілкування з людиною	Цілодобова підтримка клієнта
CRS	автоматичний обмін інформацією для податкових цілей між державами – учасницями Багатосторонньої угоди.	Направлений на виявлення закордонних статків осіб з метою забезпечення належного виконання ними податкових зобов'язань.

Продовження табл. 2.2

Назва	Призначення	Переваги
Guest Messaging	Гостьовий постинг – один із способів отримання зовнішніх посилань для сайту. публікація тексту на сторонньому блозі.	Допомагає отримати якісні лінки, які зроблять просування зовнішніми посиланнями більш ефективним.
Tablets	планшетів в готельних номерах, спеціалізованих пристроїв для читання, музики і т.д., вони також пропонують гостям користуватись своїми власними пристроями.	Організують час гостя та робить послуги доступними 24/7.
Kiosk	Кіоски та гостьові комп'ютери. Власники готелів вже давно оцінили гостьові комп'ютери та інформаційні кіоски в холі готелю та інших місцях загального користування готелю для реєстрації і виписки з готелю та для відображення оперативної внутрішньої інформації.	За прогнозами експертів інтерес до цих технологій буде продовжувати зростати.

Джерело: сформоване автором на основі [30, 31]

Таким чином, технологія є ключовим рушієм у розвитку готелів, пропонуючи нові можливості для обслуговування гостей, операційної ефективності, стійкості та безпеки. Оскільки технологія продовжує розвиватися, її вплив на готельну індустрію стане ще більш значним, постійно формуючи майбутнє гостинності [32].

2.3. Аналіз застосування органічної продукції агровиробництва

В усьому світі органічна промисловість набуває популярності, оскільки все більше і більше людей віддають перевагу органічним продуктам, а не

традиційним овочам, злакам і цукеркам, тобто приділяють особливу увагу стану свого здоров'я та стану планети Земля.

Продукти харчування, вироблені з використанням методів, що відповідають принципам органічного землеробства, відома як органічна їжа. При їх виробництві (вирощуванні) застосовуються практики, які покращують біологічну рівновагу та відстежують біорізноманіття. В органічні продуктах не застосовуються різноманітні добавки, штучні харчові добавки, сучасні розчинники, а також продукція рослинного походження не вирощуються без використанням небезпечних складних добрив і пестицидів [33].

Дослідження Expedia Sustainable Travel Study показало, що 90% респондентів шукають екологічніші способи подорожей. Більше того, 75% готові доплачувати за екологічно чисті альтернативи. Зрозуміло, що сталість більше не є просто вибором, якщо ви хочете й надалі залучати екологічно свідомих гостей [34].

Сьогодні, в рамках досягнення Глобальних цілей ООН, в 170 країнах діють продовольчі та сільськогосподарські товарні системи (FACS). FACS часто роблять найбільший внесок у економіку країн, оскільки їжа та харчування є фундаментальними основами здоров'я громадян [35].

В 2022 році глобальна площа органічного землеробства зросла на понад 20 мільйонів гектарів і досягла 96 мільйонів гектарів . Також значно зросла кількість виробників органічної продукції, яка перевищила 4,5 мільйона. Нове видання статистичного щорічника *«Світ органічного сільського господарства»* , опубліковане FiBL та IFOAM – Organics International, показує, що продажі органічних продуктів харчування у 2022 році досягли майже 135 мільярдів євро (рис. 2.9).

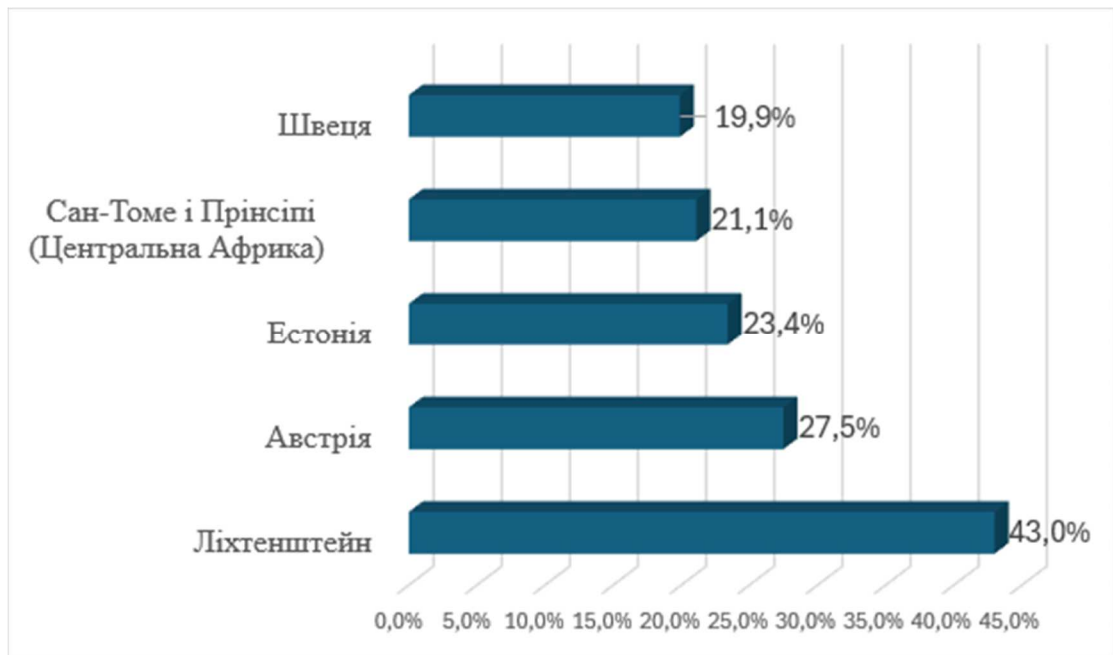


Рисунок 2.9 – Топ-країн з найбільшими органічними сільськими угіддями

Джерело: сформоване автором [36]

Сполучені Штати продовжують залишатися провідним світовим ринком з 56,6 млрд євро, за ними йдуть Німеччина (15,3 млрд євро) і новий номер 3: Китай (12,4 млрд євро). В той час, як у кількох країнах Європи спостерігався спад, роздрібні продажі в Канаді (+9,7 відсотка) і Сполучених Штатах (+4,4 відсотка) зросли. Швейцарці витрачають найбільше на органічні продукти харчування (в середньому 437 євро на людину), а Данія продовжує займати найвищу частку органічного ринку – 12 відсотків від загального ринку продуктів харчування [36].

Національна органічна програма (NOP) розробляє правила та положення щодо виробництва, обробки, маркування та контролю за дотриманням усіх органічних продуктів USDA. Цей процес, який називають нормотворчим, передбачає розробку Національної ради органічних стандартів (Федеральний консультативний комітет, що складається з п'ятнадцяти представників громадянськості).

Національний стандарт стверджує, що органічні продукти харчування мають вироблятися без використання звичайних пестицидів, добрив на основі нафти, добрив на основі осаду стічних вод, гербіцидів, генної інженерії (біотехнології), антибіотиків, гормонів росту чи опромінення.

Тварини, вирощені в органічних умовах, повинні відповідати стандартам добробуту тварин, їх не годувати антибіотиками чи гормонами росту, годувати їх 100% органічними кормами та мати доступ вигулу на свіжому повітрі.

Земля не повинна містити заборонених речовин щонайменше протягом за три роки до збирання органічного врожаю. Щоб отримати органічну сертифікацію, фермер (ріллі, пасовища чи худоби) щороку подає план органічної системи акредитованому сертифікатору. Сертифіковані органічні ферми та переробні підприємства проходять щорічні перевірки, щоб переконатися, що вони відповідають стандартам.

Тенденція використання органічних продуктів в роботі готелю чи ресторанного господарства також все більше й більше стає притаманною сфері гостинності. Управління готелем екологічної спрямованості передбачає проведення різноманітних заходів у різних аспектах діяльності.

Даний напрям діяльності закладів реалізовується також в рамках досягнення глобальних цілей ООН та досягнення сталого розвитку туризму, що стало головним пріоритетом галузі, великої кількості мандрівників (особливо стосується мілленіалів і представників покоління Z).

Заклади гостинності, екологічного спрямування орієнтують свою діяльність на:

- використання місцевих, органічних продуктів для приготування страв;
- продукти з мінімальною упаковкою, або виготовлені з перероблених матеріалів;
- проектування та експлуатацію зелених будівель;

- проектування, або модернізацію будівель з екологічно чистих матеріалів;
- встановлення енергоефективного освітлення (наприклад, світлодіодні лампи);
- використання енергоефективних приладів та обладнання;
- впровадження розумних термостатів та датчиків для керування системами опалення та охолодження;
- впровадження джерел альтернативної енергії: сонячні батареї або вітрові турбіни та інше;
- збереження води: встановлення змішувачів з низьким потоком, душові лійки та туалети і т.п;
- екологічно чисті миючі засоби та матеріали;
- співпрацю з постачальниками із стійкими практиками та сертифікатами.

Готелі та ресторани в усьому світі визнають важливість екологічних методів пошуку як для добробуту своїх гостей, так і для навколишнього середовища, тому намагаються відмовлятися від використання продуктів, що потрібно транспортувати та обирати місцеві органічні продукти.

Місцеві інгредієнти часто свіжіші та ароматніші, оскільки їх не потрібно довго транспортувати. Ці інгредієнти збирають на піку стиглості, що забезпечує вищу поживну цінність і кращий смак. Подаючи свіжі та багаті поживними речовинами продукти, готелі та ресторани можуть пропагувати здоровий спосіб життя серед своїх гостей.

З іншого боку, органічні інгредієнти вирощуються без використання синтетичних пестицидів, добрив або генетично модифікованих організмів (ГМО). Це означає, що їжа не містить шкідливих хімічних речовин, що робить її безпечнішим вибором для споживачів.

Якщо розглянути ширше, то купівля місцевих продуктів не тільки допомагає зміцнити громаду, але й зменшує викиди вуглекислого газу, пов'язані з перевезеннями на великі відстані. Підтримка дрібних фермерів

забезпечує справедливу винагороду за їхні зусилля та заохочує їх продовжувати практику сталого ведення сільського господарства.

Багато закладів продовжують це зобов'язання, встановлюючи прямі відносини з фермерами через фермерські ринки, програми сільського господарства, що підтримується громадою (CSA), або навіть власні сади.

Включення місцевих і органічних інгредієнтів у меню готелів і ресторанів сприяє кулінарним інноваціям і креативності. Місцеві інгредієнти часто відображають смаки та кулінарні традиції регіону, пропонуючи унікальні та автентичні страви.

Крім того, методи органічного землеробства сприяють збереженню родючості ґрунту, збереженню води та біорізноманіттю, пом'якшуючи негативні наслідки традиційного сільського господарства. Підтримуючи органічних виробників, готелі та ресторани заохочують впровадження екологічно чистих методів землеробства, які захищають навколишнє середовище для майбутніх поколінь.

Сьогодні споживачі все більше усвідомлюють вплив свого вибору на своє здоров'я та навколишнє середовище. Вони шукають заклади, які відповідають їхнім цінностям і надають пріоритет екологічним практикам. Готелі та ресторани реагують на цей попит, приймаючи політику прозорих джерел і активно просуваючи свою відданість місцевим і органічним інгредієнтам.

Ресторани та готелі можуть підвищити свою надійність і довіру, отримавши органічні сертифікати. Ці сертифікати є гарантією для споживачів того, що підприємство суворо дотримується органічних стандартів і проходить регулярні перевірки. Демонструючи свою відданість органічним практикам, заклади створюють собі сприятливу репутацію та завойовують довіру своїх відвідувачів [37].

В готельному бізнесі також існують сертифікати і стандарти, що контролюють вищезгадану діяльність. Розглянемо деякі з глобальних сертифікатів для еко-готелів.

Green Globe – вимірює екологічну, соціальну та економічну стійкість бізнесу та його партнерів у ланцюзі поставок. Сертифікація Green Globe вважається однією з найретельніших програм із більш ніж 385 показниками відповідності, та 40 критеріями оціненими незалежними сторонніми аудиторами.

Маючи понад 600 членів у понад 80 країнах світу, Green Globe представляє справді міжнародне членство, яке підтримує найвищі стандарти сталого розвитку.

Платиновий учасник надається учасникам, сертифікованим протягом 10 років поспіль, і золотим учасникам протягом 5 років; і це призначення найвищого рівня, запропоноване Green Globe, можливе лише тоді, коли учасник відповідає всім необхідним критеріям стандарту [38].

Green Key. Сертифікат Зеленого ключа означає зобов'язання компаній відповідати їхні приміщення строгим критеріям, установленим Фондом екологічної освіти на основі регулярних перевірок на місці, які проводять аудитори Зеленого ключа, і перевірки третьої сторони. Понад 5900 готелів та інших закладів у понад 70 країнах мають сертифікат Green Key [39].

LEED – програма, яка опікується об'єктами, що побудовані за екологічними методами. Це особливо актуально для новобудов або глобально проведених ремонтів. 197 000 проектів LEED по всьому світу, 186 країн і територій. Щоб отримати сертифікат LEED, проект набирає бали, дотримуючись попередніх умов і кредитів, які стосуються вуглецю, енергії, води, відходів, транспортування, матеріалів, здоров'я та якості навколишнього середовища в приміщенні. Проекти проходять процес перевірки та перевірки GBCI та отримують бали, які відповідають рівню сертифікації LEED: сертифікований (40-49 балів), срібний (50-59 балів), золотий (60-79 балів) і платиновий (80+) [40].

TripAdvisor Green Leaders – програма, розроблена для визнання закладів гостинності з екологічними практиками. Його процес сертифікації на основі опитувань залежить від відповідей готелів на запитання про їхні зусилля щодо

сталого розвитку. Потім готель отримує бронзовий, срібний, золотий або платиновий значок у своєму профілі TripAdvisor [41].

Тож девізом закладів, що дотримуються програм є: «Думай глобально, купуй локально».

Готелі, які пропонують органічні продукти, мають значну маркетингову перевагу. Органічні готелі можуть без особливих зусиль рекламувати свою відданість органічним продуктам харчування, наголошуючи на використанні органічних інгредієнтів на своїх веб-сайтах, у соціальних мережах і рекламних матеріалах. Крім того, органічні готелі можуть брати участь у місцевих подіях органічної їжі, спонсорувати фестивалі органічної їжі та співпрацювати з іншими органічними підприємствами для підвищення видимості та залучення нових клієнтів.

Віней Котарі, засновник бренду екологічно чистих продуктів харчування Go Desi, підкреслив важливість використання місцевих інгредієнтів у своїх продуктах у розмові під час подкасту The Disposal Company «Green Gossip»: «Ми почали купувати нашу сировину безпосередньо у фермерів, тому закупівля її на місці, очевидно, зменшує кількість транспортних поїздок».

Пріоритет місцевих і органічних інгредієнтів у готелях і ресторанах означає значний зсув до більш стійких і відповідальних практик харчування. Оскільки ця тенденція продовжує розвиватися, вона може змінити наше уявлення про їжу та ресторани [42].

Мережа ресторанів SoCal бренду Tender Greens дотримуються системи від ферми до столу, яка пропонує страви Chez Panisse. Компанія Tender Greens вирішила відмовитися від обслуговування та чайових на користь високоякісних інгредієнтів, отриманих із місцевих ферм. Це означає, що за 11 доларів (ціна кожна основна страва в меню) клієнти можуть пообідати сезонними делікатесами від тушкованого кролика чи восьминога до смаженого місцевого жовтохвоста в поєднанні з бутанським червоним рисом

і вінегретом з каберне. І рецепт працює: мережа зараз має дев'ять закладів і минулого року заробила 28 мільйонів доларів продажів.

Ресторан Le Manoir aux Quat'Saisons, розташований в англійській сільській місцевості в оточенні пишних садів і долин, Le Manoir aux Quat'Saisons відзначений двома зірками Michelin Green за дотримання етичних і екологічних стандартів, співпрацю з місцевими та екологічними виробниками та зменшення відходів, що не підлягають переробці. У саду закладу представлено понад 250 сортів фруктів і овочів для ресторану, у той час як трави походять із трав'яного саду, а гриби – із грибної долини. Ресторан пропонує вечерю із семи страв, як вегетаріанських, так і веганських, усі з яких можна поєднати з вибором вин, 59% з яких є органічними та біодинамічними (вони також вирощують виноградник на території, але він не буде готовий) ще на шість років).

Заклади Relais & Chateaux (<https://www.relaischateaux.com/>) відомі своєю вишуканою кухнею, і ресторан Otahuna Lodge у Новій Зеландії нічим не відрізняється. Щоденне меню Отахуни складається з тварин, городу, фруктовому саду, теплиць і грибниці, а список посадок кожного сезону можна знайти на їхньому веб-сайті – цього сезону в нього входять п'ять сортів груш, дев'ять сортів томатів і трави від шоколадної м'яти до васабі. Шеф-кухар може запросити гостя в сад вибрати овочі для вечері – це не буде чимось незвичним.

На околиці Амстердама ресторан de Kas розташований у високій скляній оранжереї є чи не найбільш особливим закладом вишуканої кухні в місті. На вечерю в меню за фіксованою ціною можна замовити страву, що складається з п'яти несподіваних страв, які регулярно змінюються. Шеф-кухар застосовує місцеві інгредієнти, зібрані з прилеглої теплиці, де відвідувачі можуть побачити, як ростуть продукти для своїх страв, або доставлені вантажівкою з сусідніх ферм. Однак у презентації та смаках немає нічого простого; навіть закуска складається з невеликих порцій трьох страв: легкого салату з морського гребінця та грейпфрута, политого вінегретом з омарів, цикорію,

загорнутого в ніжну шинку Іберіко, і двох видів картоплі Арат, поданих з липким яйцем, звареним некруто, і подрібненими волоськими горіхами.

Найпопулярнішим закладом харчування в Байрон-Бей (Австралія) є Ферма, екологічно чиста, площею 80 акрів із садами, квітковим сараєм, рестораном і пасовищами для свиней, коней, корів тощо (а також ігровий майданчик для найменших відвідувачів). Головний ресторан, Three Blue Ducks, відкритий на сніданок, обід і вечерю у вихідні дні. Він включає такі страви, як кокосовий пудинг із чіа з куркумою та гарбуз у м'ясо-глазурі зі збитим тофу та редькою. Освіта є одним із трьох провідних принципів на фермі, і тому тут не тільки проводяться семінари з органічного садівництва та бджільництва, але й активно працюють над тим, щоб навчати місцевих та світових жителів щодо сталого розвитку (лише цього літа вони провели перший із серії форумів, присвячених поглинанню вуглецю).

РОЗДІЛ 3

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТА РОЛЬ ІННОВАЦІЙ У ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННІЙ СПРАВІ

3.1. Застосування новітніх інформаційних інноваційних технологій в гостьовому сервісі

Рівень сучасної конкуренції на ринку гостинності та запити сьогоденного споживача вимагають переосмислення обслуговування гостей готелів та ресторанів. Таке переосмислення відбувається за рахунок використання трендових інноваційних технологій сучасності. В розділі 3.1 розглянемо деякі з них.

За оцінками експертів Technavio (повідна консалтингова компанія), ринок програмного забезпечення для управління готельним бізнесом зросте на 6,59 % у період між 2022 і 2027 роками. Очікується, що обсяг ринку зросте на 1176,2 мільйона доларів США.

В своїх дослідженнях Technavio класифікує світовий ринок програмного забезпечення для управління готельним бізнесом як частину прикладного програмного забезпечення та ринку ІТ-програмного забезпечення. Головний світовий ринок ІТ-програмного забезпечення охоплює компанії, які займаються розробкою та виробництвом прикладного та системного програмного забезпечення. Сюди також входять компанії, що пропонують програмне забезпечення для керування базами даних.

Глобальний ринок прикладного програмного забезпечення охоплює компанії, які займаються розробкою та виробництвом програмного забезпечення, призначеного для спеціалізованих програм для бізнесу або споживчого ринку. Він включає корпоративне та технічне програмне забезпечення, а також хмарне програмне забезпечення, і виключає компанії, що відносяться до підгалузі інтерактивних домашніх розваг, і компанії, які

виробляють системи або програмне забезпечення для керування базами даних, віднесені до підгалузі системного програмного забезпечення [43].

Ciirus.com – компанія пропонує програмне забезпечення для управління гостинністю, наприклад Ciirus Task Manager. Крім того, у цьому сегменті компанія надає рішення для управління орендою на відпочинок для керування бронюванням, цінами, керування веб-сайтом, маркетингу та бухгалтерського обліку.

54% гостьових дзвінків відбуваються після 17:00. Тож звичайний менеджер залишається прив'язаним до свого телефону в позаробочий час, відповідаючи на запити та дзвінки в службу підтримки, або потрібна організація в 2-3 зміни. Продукти компанії Ciirus.com закривають такі питання, пропонуючи програми:

- менеджер з бронювання;
- менеджер з питань контролю найму;
- різноманітні проекти розвитку та розробку сайтів;
- аналіз запитів клієнтів;
- аналітику та інше.

Crave AI також є прикладом застосування інноваційних технологій на практиці, що були розглянуті в розділі 2.2. Crave AI надає послуги гостям за допомогою голосу, текстових повідомлень, кіоску, планшета в номері та Інтернету (рис.3.1.).

Crave AI – чат-бот, що був розроблений спеціально для закладів гостинності, це повністю кероване рішення штучного інтелекту для готелів, яке надає гостям виняткові послуги. Це не просто текстовий чат-бот, а продумане рішення максимально приближене до відчуття реальності, яке включає контекстний візуальний вміст із унікальним вікном відображення AI (штучний інтелект) від Crave. Crave AI надає автоматизоване та персональне обслуговування.

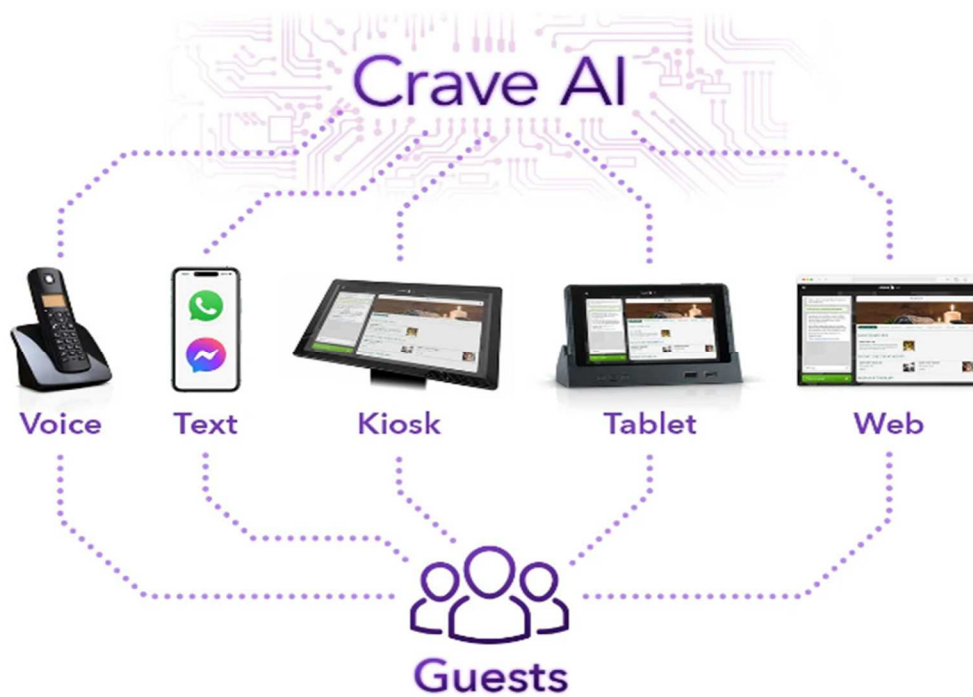


Рисунок 3.1 – Комунікаційні канали Crave AI [44]

Crave AI був розроблений внутрішньою командою Crave, використовуючи потужні служби від Google і OpenAI. Підтримується понад 150 інтеграцій, і постійно додаються нові. До них належать PMS, POS, Spa, автоматизація кімнат, телевізори, служби бронювання, платформи продажу квитків, служби обміну повідомленнями тощо.

Кожен екземпляр Crave AI налаштовується для конкретного готелю та відокремлений від загалу, щоб надавати лише інформацію та послуги для певного закладу, забезпечуючи високу точність кожної відповіді.

Кожна гостьова сесія унікальна, оскільки Crave AI завантажує найновішу інформацію про готелі та персоналізує AI. Він надаватиме лише найновішу інформацію та захищений від того, щоб дізнатися щось недоречно з відповідей інших гостей.

В даному чаті інтегровано відеочат для тих моментів, коли потрібні людські послуги. Практично на будь-яке запитання, будь-якою мовою, людина отримує професійну, ввічливу, інформативну та точну відповідь.

Унікальне вікно AI Display Window оживляє розмову, відображаючи веб-сторінки, бронювання та замовлення послуг, зображення, відео та меню.

Тобто, вікно дисплея Crave AI показує відповідний вміст і послуги під час розмови гостя (рис. 3.2).

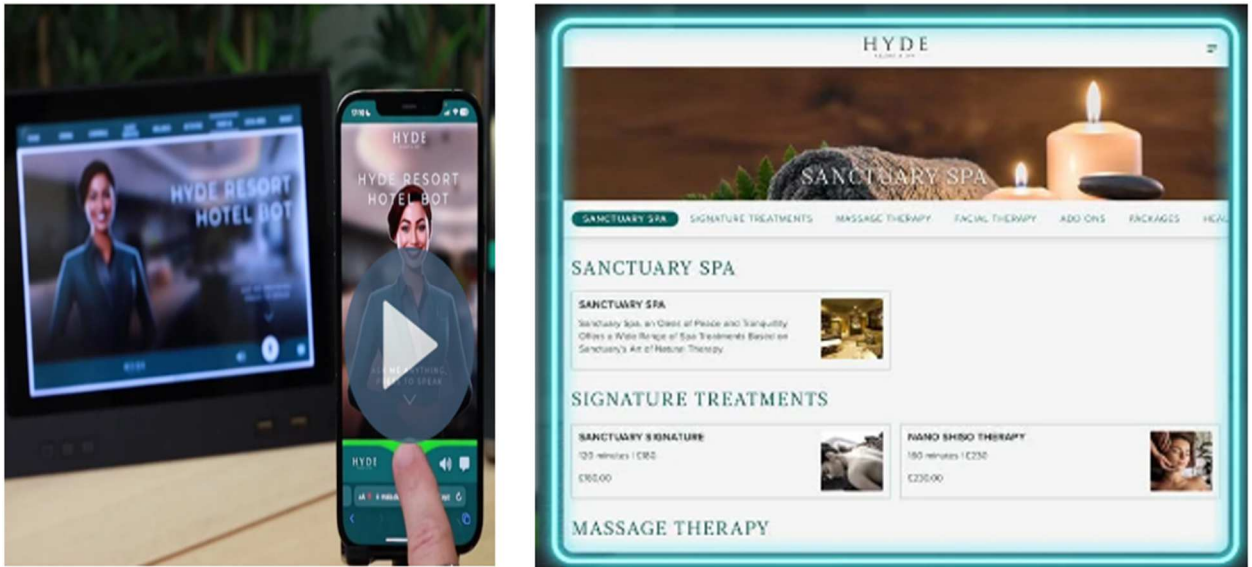


Рисунок 3.2 – Вікно дисплея Crave AI [44]

Відео, зображення та описи оживляють розмову, створюючи набагато кращий досвід для гостей, ніж простий чат. Будь-яка веб-служба може бути відображена в потрібний час, включаючи бронювання ресторанів, готелів, системи замовлення їжі та напоїв, запити на послуги, карти та меню. Транзакції та платежі є простими та безпечними, без жодних особистих даних, що передаються до системи AI.

Не дивлячись, на активне зростання рівня використання інноваційних технологій, деякі гості віддають перевагу спілкуванню з людиною, або ж можуть бути специфічні запити, з якими не може впоратися AI.

Така ситуація також має розв'язання: в програмі інтегроване рішення для миттєвого відео в Crave AI, щоб бот міг автоматично підключатися до персоналу за посиланням у відеочаті, коли запитує гість, або у відповідний момент розмови.

Crave AI дозволяє безпечно здійснювати транзакції, платежі та запити на обслуговування в веб-вікні AI. Це включає замовлення їжі та напоїв,

ресторанів і спа-центрів. Особисті дані гостей залишаються захищеними, оскільки вони не піддаються впливу базового механізму AI.

Для текстової та голосової взаємодії без веб-вікна Crave AI надає можливості транзакцій, надсилаючи безпечні посилання для завершення бронювань або замовлень на телефони або електронну пошту користувачів.

З Crave AI кожен екземпляр має характерну для готелю особу з поведінкою, яка відповідає бренду готелю. Доступні різні голоси та акценти, і ви можете вибрати тон і стиль, у якому AI говорить відповідно до бренду закладу.

Програма Crave AI супроводжує гостя на всьому шляху взаємодії з закладом:

1) платформа Crave допомагає гостям отримати чудовий досвід з моменту бронювання. Просте посилання в електронному листі про бронювання може повідомити гостей про те, що їм потрібно знати, щоб спланувати свою поїздку, включно з електронним консьєржем, попереднім бронюванням спа-центру та ресторану, підвищенням категорії номерів та важливою інформацією;

2) з моменту прибуття гостя до закладу, у вестибюлі зустрічають кіоски. Мобільні рішення Crave можуть допомогти пришвидшити процес реєстрації та надати карти місцевості чи курорту, цікавих місць. Такі заходи покращують обслуговування без збільшення наявного персоналу, а також допомагають уникнути черг та створюють перше враження, задають тон загальному досвіду гостей в закладі, та навіть від подорожі;

3) подальше перебування гостя в кімнаті супроводжується наявністю планшетів. Асортимент планшетів T3, розроблений спеціально для готелів. Дані планшети надшвидкі, надзвичайно надійні та чудово звучать. Змінні акумуляторні блоки та захисні кришки вдало вирішують основні проблеми з планшетами в готелях (6-8 років служби з <2% поломок екрана на рік). За статистикою майже всі гості звертаються до послуг планшета, що забезпечує закладу вищі продажі їжі та напоїв і більш ніж у 3 рази більшу кількість спа-

процедур, ніж за допомогою рішення з QR-кодом. Ідеально підходить для курортів і елітних помешкань;

4) післясервісне обслуговування. Crave AI допомагає тримати гостей залученими до певного закладу, куди б вони не пішли, завдяки мобільному доступу до всіх послуг. Мобільне рішення Crave надає все, що потрібно гостям, в інтуїтивно зрозумілій та привабливій формі, спеціально розробленій для певного бренду. Завдяки миттєвому доступу до послуг з будь-якого місця – біля басейну, у фойє, кімнатах для переговорів, кімнатах для гостей.

Застосування технологій для взаємодії з гостями на кожному етапі – запорука успіху. Спілкування з гостями через канали, яким вони віддають перевагу, відкриває більше можливостей націлювання, що призводить до успішних кампаній і утримання клієнтів. І коли вдається утримати клієнта, технології можуть допомогти швидше відповідати на запити гостей.

Наступний варіант сучасного рішення для закладів гостинності - Технологія гостинності Duve (<https://duve.com>). Онлайн-реєстрація Duve дозволяє гостям відсканувати необхідні документи до прибуття, а також надати електронний підпис на офіційних документах – все, що залишилося, це передати їм ключ від номера.

Duve – це програма, що дозволяє на сто відсотків налаштовувати сервіс під певний заклад, незалежно від типу нерухомості – готель, квартира для відпочинку, хостел, апарт-готел або кемпінг:

- онлайн-реєстрація;
- гостьовий додаток;
- додаткові продажі;
- цифрові споти;
- комунікаційний вузол;
- мобільний ключ;
- ринок;
- CMS;
- цифрова каса.

Зростання ринку залежить від ряду факторів, включаючи інтеграцію нових технологій для зниження витрат, збільшення попиту на мобільність і зростання необхідності великомасштабного управління клієнтами. Зниження загальних операційних витрат є одним із головних факторів, що сприяють зростанню ринку.

Заклади гостинності активно впроваджують програмне забезпечення, щоб усунути недоліки та прискорити загальну ефективність процесу. Крім того, програмне забезпечення допомагає менеджерам готелів контролювати витрати, плануючи потрібну кількість персоналу, щоб задовольнити зростаючий попит у пік сезону та створити точний та економічно ефективний графік праці.

Заклади можуть максимізувати свої доходи більш ніж на 8% і збільшити продажі (бронювання готельних номерів) більш ніж на 35%, тим самим підвищуючи попит на програмне забезпечення для управління закладів гостинність.

3.2. Впровадження елементів «цифрової» кухні

Цифрові кухні – це оновлення та модернізація кухні, з метою підвищення ефективності виробництва. Впровадження цифрових кухонь вигідно як споживачам, так і постачальникам. Цифрові кухні, цифрова персоналізація – це можливість для бізнесу процвітати серед традиційних закладів, це майбутнє світових технологій.

Поява цифрових кухонь у світі ресторанів є наступним етапом кухонних інновацій. Встановлення інноваційних приладів допомагає використовувати простір, дотримуватися санітарних інструкцій і рекомендацій щодо COVID.

Цифрова кухня розширює можливості, погляди та стандарти. Розвиток цифрових технологій за допомогою таких простих способів, як розміщення замовлень, спрощує ряд операцій. А прибирання кухні за допомогою цифрових технологій – це початок нової ери для працівників кухні.

Стартапи харчових технологій розробляють програми кулінарного мистецтва, які дозволяють «цифровим кухарям» готувати їжу за допомогою штучного інтелекту. Мета полягає в тому, щоб зробити домашнє приготування більш ефективним і менш трудомістким. Одним із найпопулярніших проєктів є Smart Cooker, автоматизована плита, яка може сканувати інгредієнти в холодильнику, а потім автоматично складати рецепти та вносити його в план харчування.

Інші стартапи в галузі розробляють роботів-кухарів, автоматизовані служби доставки їжі та роботів для приготування їжі.

Слід зазначити, що сфера громадського харчування переживає масову цифрову трансформацію. У індустрії громадського харчування цифрові кухні та прийняття рішень на основі технологій переосмислюють те, як менеджери справляються зі сплесками попиту, змінюють уподобання гостей, наприклад безконтактне онлайн-замовлення та можливість застосовувати дані. Вони поєднують технології, людей, програмне забезпечення та керовані робочі процеси, щоб пришвидшити та згладити управління рестораном. Щоб отримати максимальну віддачу від цифрових кухонь, керівникам закладів громадського харчування потрібно знати, що вони собою представляють, а також знати кілька найважливіших переваг впровадження цифрових кухонь.

Цифрові кухні можуть існувати як на «кухнях-привидах» так і в традиційних ресторанах, в університетських їдальнях і розважальних закладах. Цифрові кухні використовують такі технології, як мобільні додатки та веб-сайти для попереднього замовлення; сторонні доставки або кіоски, щоб працювати ефективніше. Оскільки цифрові кухні ефективно виконують свої функції – можна зосередитись на клієнтах.

Ключові характеристики цифрової кухні включають традиційне обладнання та інтегровані технології для стандартизації операцій. Індустрія громадського харчування завжди була зосереджена на швидкості та прибутковості, і цифрове громадське харчування надає таку можливість. Вони використовують технологію для зменшення кількості помилок у замовленні, а

підключені хмарні системи та цифрові кухні можуть підключатися, заповнювати деталі замовлення та приймати замовлення з відкритих кіосків, мобільних пристроїв і серверів. Ідея проста: більше зав'язків у сфері онлайн-замовлень перетворюється на більш плавні та легкі робочі процеси, щоб обслуговувати більше гостей, більше їжі та кращий досвід.

Цифрові кухні мають додаткові переваги, які допомагають рестораторам, розважальним менеджерам і операторам спортивних арен залучати та утримувати гостей. Цифрові процеси сприяють отриманню більшої кількості даних. Розширене генерування даних забезпечує розуміння операцій для підвищення ефективності. Централізовані сховища даних і аналітика оптимізують звітність, що може допомогти зменшити звітність серед франчайзі.

Цифрові кухні також можуть розпізнавати тенденції ринку – удосконалювати меню, щоб залучити більше гостей.

Централізоване управління підприємством громадського харчування створює умови для раціоналізації роботи та підвищення продуктивності праці. Дані, які надає сервіс, аналізуються та порівнюються протягом тривалого періоду. Рішення приймаються на основі даних, а не інтуїції. Всі дані знаходяться в цифровому вигляді в одній службі. На інформаційній панелі можна знайти інформацію, пов'язану з безпечністю харчових продуктів і зменшенням харчових відходів на всіх кухнях організації.

Кухні забезпечені автоматизованими вимірювачами. Бездротові вимірювальні пристрої IoT відстежують температуру 24/7. Сервіс також включає прилади для вимірювання температури та гігієнічних проб (рис. 3.3. – 1, 3, 4), автоматизовані ваги для моніторингу харчових відходів. Дані вимірювань зберігаються безпосередньо в сервісі SmartKitchen (рис. 3.3).



Рисунок 3.3 – SmartKitchen

Джерело: <https://www.techaheadcorp.com/blog/smart-kitchen-devices/>

SmartKitchen (<https://smarkitchen.solutions/>) – це хмарний сервіс із простим інтерфейсом користувача, що працює в режимі реального часу. SmartKitchen працює разом із цифровими сервісами, які використовує ресторан. До них відносяться, наприклад, касові системи, планування виробництва (рецепти, меню) і управлінська звітність.

Розглянемо деякі складові розумної кухні.

Планшет. Хоча цей продукт не є кухонним пристроєм, сам по собі Echo (або Google Nest) планшет потрібен для активації або покращення автоматизованих функцій більшості розумних кухонних гаджетів. Крім того, Echo Show 8 – чудовий компаньйон із інтуїтивно зрозумілими функціями. Можна просто попросити Alexa встановити таймер під час випічки або додати інгредієнти до списку покупок. Будь-який динамік із підтримкою Alexa може допомогти, але екран високої чіткості від Echo Show 8 особливо корисний, коли запитують рецепти чи відео з інструкціями. Ті самі функції доступні на дисплеях Google Nest.

Розумні печі (рис. 3.3. – 2) роблять процес приготування їжі та випікання зовсім іншим, ніж на звичайні кухні. Вони дозволяють не лише дистанційно керувати духовкою, але й надсилати всі деталі рецепта прямо в неї.

Після того, як кухар додав інгредієнти, йому не потрібно затримуватися, щоб давати інструкції на кожному кроці. Це можна зробити за допомогою смартфона, з іншого приміщення, коли буде сповіщені. Деякі інтелектуальні духовки приймають усі інструкції з готування за один раз, і все, що потрібно зробити, це стежити за прогресом.

Розумні печі від Bosch можуть бути об'єднані з Home Connect Bosch, а інтелектуальні печі GE підключаються до Alexa, і можна голосовим сповіщенням керувати приготування їжі.

В розумному холодильнику є камери та сканери, які записують оновлений рівень запасів кожного продукту. Перевіривши рівень запасів на смартфоні, можна вирішити, які товари потрібно поповнити.

Чотиридверний холодильник Samsung із фірмовим голосовим помічником Family Hub дозволяє налаштувати свій інтелектуальний холодильник, щоб надсилати сповіщення в продуктовий магазин, коли критичні продукти, такі як молоко та яйця, закінчуються.

Розумна кавоварка за допомогою програми на починає готувати каву. Може приготувати до 12 чашок за один раз.

Прецизійна плита/повільна плита для ресторану є обов'язковою. Плита Smart Precision контролює температуру без людського втручання, і не допускає пересмаження їжі.

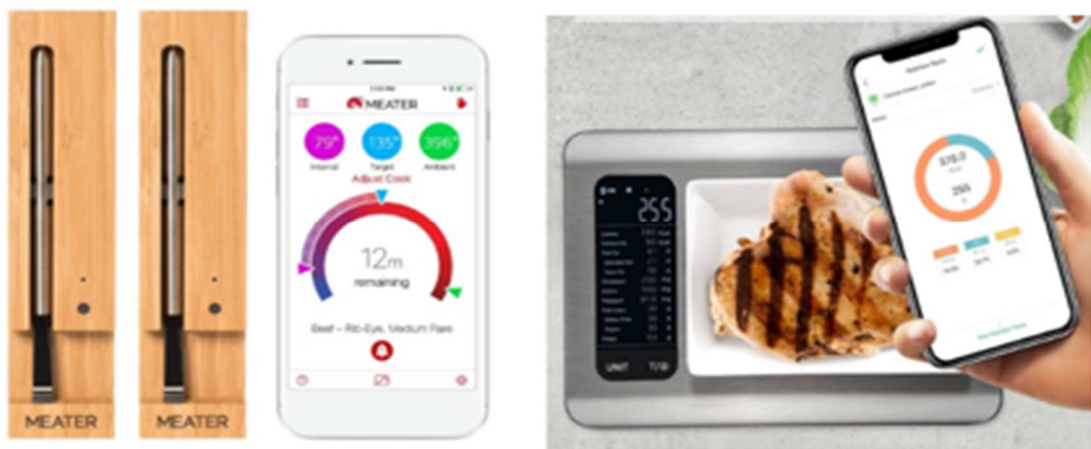
Розумні прецизійні плити, такі як ANOVA або мультиварка від Instant pot, підтримують стандартну температуру навколо каструлі, коли встановлена бажану температуру та тривалість приготування.

Розумна Wi-Fi фритюрниця вимагає лише того, щоб кухар додав інгредієнти, та в потрібний час скористався додатком для смартфона, щоб розпочати смаження.

Температура, при якій готується їжа, визначає її смак. Порушення температурного режиму приготування, чи зберігання страви, продуктів може зіпсувати їх. Розумні термометри (рис.3.4 а) з'єднуються зі смартфоном, щоб надати швидке читання та додаткову інформацію. Наприклад, не потрібно

стежити за смаженням бекону – розумний термометр буде контролювати температуру. Також можна додати час приготування, щоб термометр надсилав сповіщення на смартфон, коли час закінчився.

Розумні ваги (рис. 3.3. б). Кулінарія, не відноситься до точних наук, але вимагає неабиякої точності. Використання відповідних кількостей усіх інгредієнтів робить страву кращого смаку. Розумні кулінарні забезпечують точну вагу та допомагають приготувати справді смачні страви.



а)

б)

Рисунок 3.4 – Розумні прилади на SmartKitchen [45]

Багато розумних ваг оснащено лічильником калорій, який повідомляє кількість калорій, що містить зважуваний продукт. Etekcity є однією з компаній, які пропонують широкий вибір розумних ваг.

Розумний гриль дозволяє розпалити барбекю прямо на кухонній стійці. Він підтримуватиме температуру, еквівалентну температурі гриля для барбекю, щоб м'ясо просмажилось ідеально та було таким смачним, а кухонні поверхні залишилися неушкодженими.

Унікальна автоматична мішалка з USB-підставкою, що перезаряджається. Під час приготування супу, соусу необхідно постійно помішувати. В цьому допомагає простий у використанні пристрій, який буквально автоматично перемішує страву в каструлі чи сковорідці. Uutensil

Stirr Plus працює без рук, автоматично обертається та витримує температуру до 400 градусів за Фаренгейтом. Просто необхідно встановити таймер і потрібну швидкість, поставити прилад у каструлю – він зробить справу без допомоги.

Система вирощування на гідропоніці iDOO WiFi на 12 стручків допомагає отримати результати без зусиль. Цей внутрішній сад вирощує рослини та не потребує сонячного світла та ґрунту. Відстежувати та керувати садом можна із підтримкою Wi-Fi за допомогою смартфона, щоб регулювати кількість світла та води, які отримують трави, овочі, фрукти чи квіти. В цьому саду iDOO є місце для рослин з насінням одночасно.

Мультиварка Gourmate Smart All-in-1, яка має попередньо встановлені параметри приготування на пару, пасерування та навіть замішування. Вбудовані розумні ваги вимірюють та обчислюють пропорції страв. Додаток, який під'єднується до плити через Bluetooth, містить рецепти з інструкціями, дозволяє встановлювати час приготування та навіть показує хід приготування страви. Більшість кухонних приладів громіздкі, але Gourmate замінює потребу в додаткових кухонних комбайнах, хлібопічках або блендерах.

Розумний кошик для сміття сканує всі порожні банки та коробки, які потрапляють до нього, і оновлює список покупок.

Професійні кухні – це місце, де кожна секунда на рахунку. Готується їжа, приймаються замовлення та контролюється запас – і все це одночасно. Сучасні технології пропонують полегшення процесу. SmartKitchen розробляється спільно з професіоналами кухні, і постійно з'являються нові функції до сервісу.

Тепер можна робити та додавати фотографії безпосередньо зі свого мобільного телефону, щоб супроводжувати записи завдань. Ця функція не тільки додає зручності, але й допомагає документувати виняткові випадки. Наприклад, якщо страва не відповідає очікуванням або є аномалії в асортименті, можна легко задокументувати ці ситуації фотографіями та зберегти їх безпосередньо в SmartKitchen та виправити помилки

безпосередньо з сенсорного екрану. Це справжня перевага в галузі, де не вистачає кадрів і присутня висока їх плінність.

3.3. Перспективи розвитку ринку готельно-ресторанних послуг в Україні на період до 2028 року

В перший рік повномасштабного вторгнення на готельний ринок України значно вплинули процеси внутрішньої міграції, адже потік іноземних туристів припинився, заходи та ділові зустрічі скасували, а відпустку відклали до кращих часів. У 2023 році ситуація дещо змінилася, і хоча основними відвідувачами були переважно внутрішні туристи, мета поїздок змінилася.

За словами президента Асоціація готелів і курортів України (UHRA) Ірина Сідлецької, цільова аудиторія мандрівників наразі максимально диверсифікована за метою візиту: іноземні журналісти, представники неурядових організацій, представники дипломатичних кіл, відрядження, навчання та навчання, лікування, транзитні поїздки, відвідування родичів, приватні справи. Потенційний гість шукає раціональності і водночас враження споживання. Крім того, вікно бронювання значно скоротилося до 1-2 днів, що ускладнює планування заходів.

Змінилося й сприйняття, цілі відвідування регіонів: якщо раніше гірські регіони асоціювали переважно із зимовими курортами (наприклад, до початку війни готелі курорту Буковель працювали переважно взимку і частково влітку) то літній сезон 2023 року перевищував показники зимового періоду, а середня ціна на проживання дорівнювала ціні в зимовий період. Фактор безпеки – найчастіше стає вирішальним у виборі регіону.

Виділимо загальні риси [46]:

- частина вітчизняних туристів зараз планує більш короткі та бюджетні поїздки, часто в заміські комплекси лише на вихідні, або взагалі віддає перевагу економії на відпустці;

- як і в 2022 році, в 2023 році спостерігався низький попит з боку іноземних гостей (-40% в Україні до рівня 2021 року). Однак слід зазначити, що показник дещо зріс порівняно з попереднім 2022 роком (+23%). Серед іноземних гостей переважають офіційні делегації, представники ЗМІ, представники міжнародних організацій, рідше – гості з особистими цілями поїздки;
- основний дохід готелів перемістився в бік доходів від розміщення. Спостерігається зниження доходів від F&B і особливо заходів;
- в 2023 році продовжували фіксувати руйнування деяких українських готелів (зокрема, у Черкасах та Харкові). Однак варто відзначити позитивні новини щодо реставрації готелю «Оптима Рівер» у Миколаєві, а також реконструкції готелю «Алфавіто» у Києві, який, однак, досі не відкрився;
- дефіцит кадрів на ринку праці в індустрії гостинності, спричинений міграцією та еміграцією спеціалістів, відповідно, стрімким зростанням заробітної плати, внаслідок агресивної зміни ринок роботодавця на ринок працівника.

В 2023 році в Україні з'вилися нові заклади. Серед них: DIDUKH Eco-Hotel & SPA, WOL.07 by Ribas, Graal Resort (всі три – Буковель), глемпінг Mandra Lavandiia (Одеська обл.), Radisson City. «Центр Одеса» (Одеса), в якому Ribas Hotels Group та інші.

Список найбільших готелів, які були відкриті протягом 2023 року, компанія ЕУ в Україні дивитися в таблиці 3.1.

Також розпочато роботу над новими проектами, запуск яких запланований на найближчі роки:

- New Secret Brand by AMA, готель у селі Поляниця. Здача в експлуатацію запланована на II квартал 2027 року;
- будівництва автентичного котеджного містечка РОТАУ в Яблуниці;

- спільний проект Ama Family Resort з архітектурно-будівельною компанією COSMOS in. PÓTAY розпочав будівництво готелю – планова здача в другому кварталі 2025 року;
- апарт-готель WOL у центрі Вінниці – введення в експлуатацію в 3 квартал 2025 року та інші.

Таблиця 3.1

Найбільші відкриті готелі в Україні протягом 2023 року

Назва закладу	Місто	Номерний фонд
Ibis Kyiv Beresteiska	Київ	158
Raddisson Hotel City Centre Odesa	Одеса	90
Optima Collection (Reikartz)	Ніжин	25
Optima Рівер (після відновлення)	Миколаїв	25
Didukh	Буковель	18
Aristo Boutique Hotel	Львів	15

Джерело: складено автором на основі інформації [47]

З наведених даних, можемо зробити висновок, що оператори ринку гостинності. Очікується, що заповнюваність не впаде нижче показників 2023 року, прогнозується посилення конкуренції на найпопулярніших локаціях.

Посилення розвитку та поява нових об'єктів очікується у таких областях, як Франківська, Львівська та Волинська

Проте зростання конкуренції очікується на заході країни, зокрема в Буковелі. Планується багато нових готелів. Це, безумовно, призведе до посилення конкуренції, але такий розвиток подій може виявитися корисним для галузі.

Сьогодні для закладів важлива наявність технічних можливостей для безперебійного функціонування та підтримки високого рівня сервісу. Безперечним є застосування технологічних інновацій та концепція сталого туризму (sustainable tourism), що забезпечує відповідність вимогам ринку та підтримці конкурентоспроможності готелів та подібних засобів розміщення.

Потрібно зазначити, що найшвидший розвиток серед нових девелоперських проектів демонструють формати апарт-готелів та службових квартир. Концепція таких закладів полягає в наданні довгострокового та/або короткострокового розміщення з поєднанням додаткових послуг з якісним обслуговуванням для охоплення ширшої аудиторії гостей, що дозволяє управляти попитом незалежно від традиційної сезонності. Конфіденційність гостей ідентична до відчуття власного дому, а рівень комфорту, функціональність квартири та сервіс додають цінності та конкурентної переваги таким проектам.

Ще один світовий тренд, який отримав розвиток і в Україні – сучасність та екологічність дизайнерських рішень, технології обладнання, що забезпечує побутову автономність гостей, розумна та зручна організація житлового простору, якісне та професійне обслуговування, варіативність додаткових зон: коворкінг, бар, локації для реставрації [48].

В Асоціації «Готелів та курортів України» (UHRA) розповіли, основна проблематика ринку полягає в недостатності обсягу аналітичної інформації: Асоціація, а саме DATA BANK, працює над створенням механізму збору якісних та кількісних показників спільними зусиллями в межах усього туристичного сектору, в тому числі консолідуючи зусилля з іншими профільними асоціаціями (АІТО, УРА, Всеукраїнська асоціація гідів) та Державним Агентством розвитку туризму.

Необхідно також зазначити, що значна частина закладів розміщення працюють без офіційної категоризації, що свідчить про недостатність системи класифікації, культуру та невизначеність якості послуг, які надаються, та не

можуть відноситись до якісного сегмента тимчасового проживання і тим самим впливати на статистичні індикатори».

Інша глобальна платформа Statista (глобальна платформа даних і бізнес-аналітики, заснована в Німеччині в 2007 році, в 13 місцях по всьому світу та налічує близько 1100 спеціалістів) також надає позитивний прогноз розвитку українському ринку гостинності (рис. 3.6).

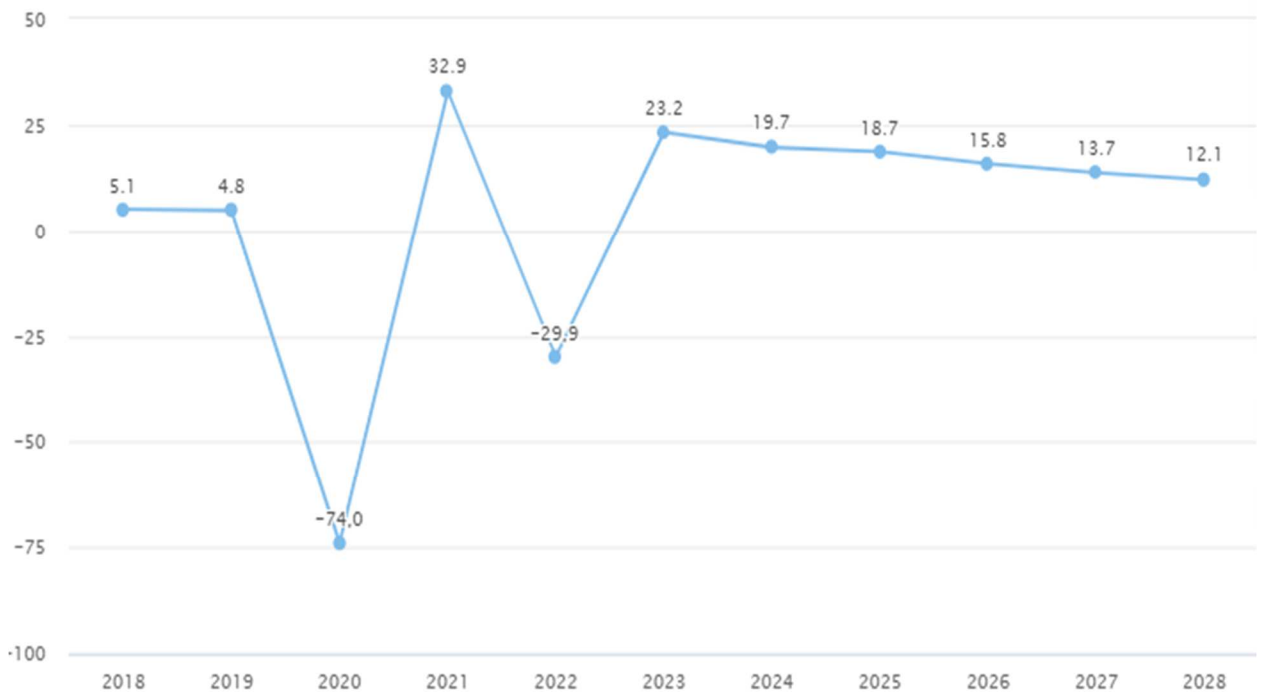


Рисунок 3.5 – Зміна доходу ринку гостинності, % (2018-2028 (прогноз))

[49]

- річний темп зростання (CAGR 2024-2028) складе 15,03%, що призведе до прогнозованого обсягу ринку 382,00 млн доларів США до 2028 року;
- до 2028 року кількість користувачів на готельному ринку досягне 3,92 млн користувачів;
- в 2024 році проникнення користувачів становить 5,9%, а до 2028 року очікується, що воно зросте до 10,1%;

- середній дохід на користувача (ARPU) становитиме 96,82 доларів США;
- до 2028 року 90% загального доходу готельного ринку в Україні буде припадати на онлайн-продажі [49].

Зростання ринку готелів в Україні можна пояснити декількома макроекономічними факторами. Поліпшення інфраструктури країни, включаючи нові транспортні зв'язки та відремонтовані історичні пам'ятки, зробили її доступнішою для туристів.

Крім того, ініціативи уряду щодо сприяння туризму та іноземних інвестицій допомогли підняти сектор гостинності. Загалом поєднання мінливих уподобань клієнтів, ринкових тенденцій, місцевих обставин і макроекономічних факторів сприяло позитивній траєкторії розвитку готельного ринку в Україні.

Зростання показників галузі та навіть обсягів інвестування проектів – обнадійливий показник, що свідчить про розвиток готельно-ресторанного бізнесу в Україні, не дивлячись на складну ситуацію.

ВИСНОВКИ

Успішність функціонування закладі готельно-ресторанного бізнесу, в теперішній час в Україні визначається рівнем впровадження інновацій та нововведень. З метою оцінки впливу останніх на рівень розвитку обраної для досліджень сфери та майбутніх перспектив у кваліфікаційній роботі надано загальну характеристику та зміст основних понять в готельно-ресторанному господарстві, характерні ознаки підприємств ресторанного бізнесу, сектори гостинності – заклади розміщення і харчування в їх сучасній трансформації.

Зазначено, що в конкурентних умовах функціонування ринку готельно-ресторанних послуг *е управління* готельно-ресторанним бізнесом являє собою вид професійної діяльності, зміст якої полягає у впливі суб'єкту управління (керуючої системи) на об'єкт управління (керовану систему) для досягнення поставленої мети із врахуванням умов конкуренції та дотриманням інтересів основних стейкхолдерів та виділено альтернативні підходи щодо управління.

З метою оцінки інноваційної діяльності підприємств ресторанного господарства запропоновано застосування узагальнюючих показників оцінки ефективності інноваційних процесів: показників ефективності виробництва науково-технічних заходів та показники фінансової ефективності.

Наведено динаміку змін світового ВВП та попиту на готельні послуги (1990-2023 рр.) та зазначено показники, що сприяють їх для подальшого розвитку

Зафіксовано, що у 2023 році було відкрито рекордну місьць і номерів і прогнозується таку ж динамічна експансія у 2024 році, наведено показники закладів – лідерів світового готельного ринку – Hilton Hotels & Resorts, Marriot Apartments by Marriott Bonvoy, зосереджуючись на розкішних квартирах. Перша нерухомість, Casa Costera, Isla Verde Beach, Acoor Ennismore, Lifestyle Collective, Immersive Resorts, Iconic Venues та інших, менеджмент яких є для українських рестораторів і готел'єрів показовим.

Також для порівняння наведено динаміку основних показників роботи готельної галузі міст України за міжнародними показниками. Наведено динаміку заповнюваності готелів для порівняння двох великих міст Києва та Львова за 2022 і квартал 2023 років для чого цей період поділено на три фази, відповідно до змін ситуацій в країні. Зазначено, що у січні-лютому завантаженість зросла з 30% до 40% порівняно з аналогічним періодом 2021 року, а в готелях високого цінового сегменту (5 зірок) показник зріс з 21% до 33%. Завдяки пом'якшенню карантинних обмежень та збільшенню туристичних потоків у Львові зросла і наповнюваність – з 35-40% до 55%. У Харкові у 2021 році та січні-лютому 2022 року середня завантаженість готелів становила 35-45%.

Акцентовано увагу на інноваційних технологіях готельного бізнесу. Так до помітних тенденцій віднесені наступні : впровадження технологій у кожен аспект роботи готелю та обслуговування гостей, дизайн і естетика, інтеграція місцевого мистецтва, архітектури та культурних елементів, модульне будівництво, інформаційне моделювання будівель (BIM), екологічність.

На підставі досліджень проведених Державним агентством розвитку туризму та Асоціацією готелів і курортів, виявлено, що основною проблемою галузі є недостатня кількість гостей.

З метою подолання виявленої проблеми представлено напрями новітніх інформаційних інноваційних технологій в гостьовому сервісі, що вже використовуються та можуть бути застосовані у вітчизняному готельно-ресторанному бізнесі.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАНЬ

1. Басюк Т. П., Керанчук Т. Л. Економіка готельно-ресторанного бізнесу. Навчальний посібник / Басюк Т. П., Керанчук Т. Л. К.: НУХТ, 2018. 360 с.
2. Смолій В. А., Федорченко В. К., Цибух В. І. Енциклопедичний словник-довідник з туризму / Передмова В. М. Литвина. К.: Видавничий Дім "Слово", 2006. 372с.
3. Круль Г. Я. Основи готельної справи. Навч. пос. К.: Центр учбової літератури, 2011. 308 с.
4. Мальська М. П. Планування туристичної діяльності: підруч. / М. П. Мальська, О. Ю.Бордун. К. : Знання, 2010. 310 с.
5. Міска В. Г. Економіка підприємства ресторанного господарства [Текст] оп. к-т лекц. / В. Г. Міска, С. П. Гаврилюк; КНТЕУ. К.: 2011. 122 с.
6. Організація готельного господарства: навч.посіб. / О. М. Головка, Н. С. Кампов, С. С. Махлинець, Г. В. Симочко; За ред. О. М. Головка. К.: Кондор, 2012. 338 с.
7. Організація виробництва на підприємствах харчової промисловості: Підручник / Кер. кол. авт. і наук. ред. проф. Т. Л. Мостенська. К. Кондор – Видавництво, 2012. 492 с.
8. 5 різних секторів галузі гостинності. URL : <https://edusteps.com.ua/posts/hospitality-schools/1851-sectors-of-hospitality-industry.html>
9. ДСТУ 4281:2004. Заклади ресторанного господарства. Класифікація [затв. Наказом Держспоживстандарту України від 31 березня 2004 р. № 59]. Введ. 2004-07-01. К.: Держспоживстандарт України, 2004. 28 с. (Національний стандарт України). URL : http://info-tour.org/geo_htm/chapter9/9.03_documents_texts.htm

10. Організація обслуговування у закладах ресторанного господарства: Підручник: [для вищ. навч. закл.] / За ред. П'ятницької Н. О. 2-ге вид. перероб. та допов. К.: Центр учбової літератури, 2011. 584 с.
11. Мостенська Т. Л. Організація виробництва на підприємствах харчової промисловості. Підручник / Кер. кол. авт. і наук. ред. проф. Т. Л. Мостенська. К. Кондор, 2012. 723 с.
12. Мостенська Т. Л. Організація виробництва на підприємствах харчової промисловості . К.: Кондор. 2021. 492 с.
13. Готельно-ресторанний бізнес: навч. посібник. / О. А. Ніколайчук, Н. С. Приймак, О. А. Сімакова, А. В. Слащева, Ю. А. Горяйнова, Ю. М. Коренець, О. А. Боднарук, О. А. Пусікова, Є. Г. Клевцов; ред. О. А. Ніколайчук. Кривий Ріг : Вид. ДонНУЕТ, 2022. 250 с.
14. Постова В. Оцінка ефективності інноваційної діяльності підприємств ресторанного бізнесу. *Економіка та суспільство*, 2021. (24). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-24-20>.
15. Постова В. В. Оцінка ефективності інноваційної діяльності підприємств ресторанного бізнесу. *Економіка та суспільство*. Випуск 24. 2021.
16. Лактіонова О. А. Навчальний посібник з дисципліни «Інвестування» / О. Лактіонова. Донецький національний університет імені Василя Стуса. Вінниця. 2019. 256 с.
17. Аналіз впливу інвестицій та інновацій на ефективність господарської діяльності підприємства: Монографія. Тернопіль : Економічна думка, Тернопільський національний економічний університет, 2007. 296 с.
18. Біленська Я. Р. Використання збалансованої системи показників для оцінювання потенціалу інноваційного розвитку виробничо-господарського об'єднання. *Бізнес Інформ*, 2014. С. 216-221.

19. Гриньова В. М., Бутенко Д. С. Оцінка результативності інноваційної діяльності підприємства : монографія. Харків : Вид. ХНЕУ. 2013.
20. Завальнюк В. В. Методика проектування підсистеми інформаційного забезпечення стратегічного управління інноваційною діяльністю підприємства. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2016. 8(1). 82-85.
21. Hotel Demand Forecast to Grow in 2023. Despite an Expected Recession. DATA SOLUTIONS STR. URL: <https://str.com/industries/hotels>.
22. More global hotel markets growing RevPAR 2024 DATA SOLUTIONS STR. URL : <https://str.com/data-insights-blog/more-global-hotel-markets-growing-revpar>
23. Hospitality Trends 2024. dgconsulting.uk. URL : <https://25687937.fs1.hubspotusercontent-eu1.net/hubfs/25687937/Hospitality%20Trends%202024%20Deck.pdf>.
24. Nassetta Ch. The hotel industry on a record run: review and projections for openings in 2024. URL: <https://hospitality-on.com/en/hospitality/hotel-industry-record-run-review-and-projections-openings-2024/>.
25. Дані EY, STR, Hotel Matrix. URL: <https://www.hotelmatrix.report/>
26. Настич І. Ринок готельної нерухомості 2023: попит відновлюється, кадровий голод посилюється. Property Times. 11.03.2024 URL: https://propertytimes.com.ua/itogi_goda/rinok_gotelnoyi_neruhomosti_2023_popit_vidnovlyuetsya_kadroviy_golod_posilyuetsya
27. Докієнко Л., Тринчук В. Інвестиційна привабливість готельно-ресторанного та туристичного бізнесу в Україні: фінансові індикатори внутрішніх загроз. Ресторанний і готельний консалтинг. Інновації. 2022. 5(2). 210–228. URL : <https://doi.org/10.31866/2616-7468.5.2.2022.270093>.
28. Petrevska B., Cingoski V. From smart rooms to smart hotels. Conference: XXI International Scientific Conference «Information Technology – Present and

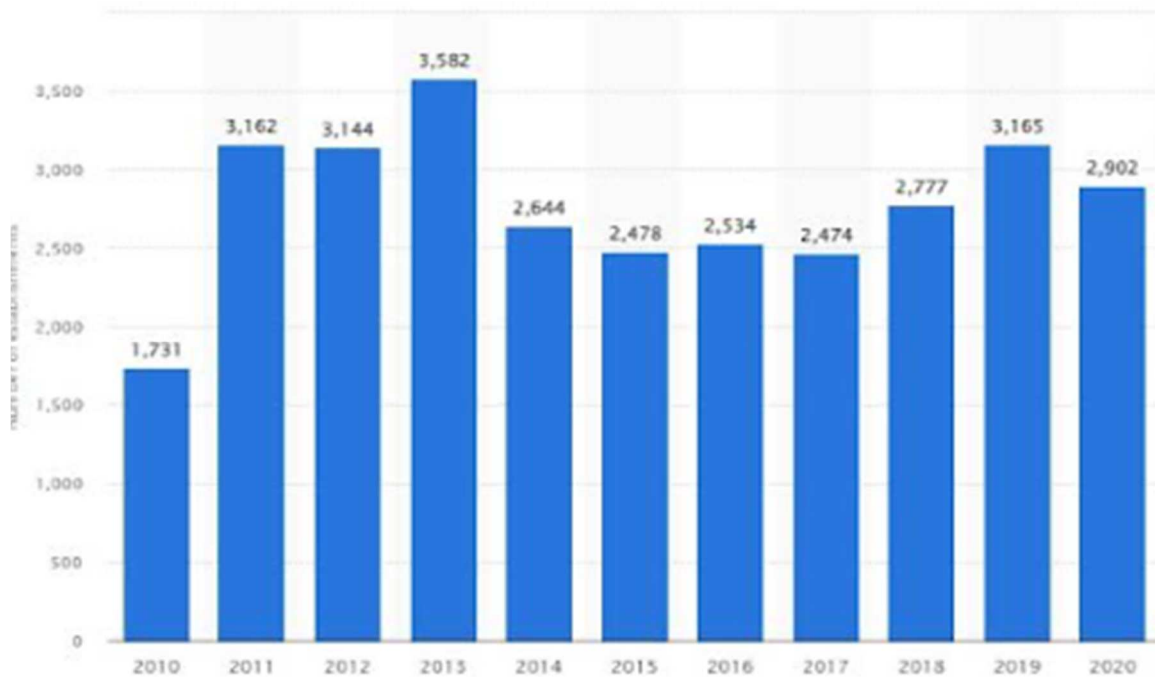
- Future». Zabljak, Montenegro. 2016. URL :
https://www.researchgate.net/publication/307873943_FROM_SMART_ROOMS_TO_SMART_HOTELS.
29. Friend House Simpeks Design. URL :
<https://simpeksdesign.com/reviews/>.
30. Lodging TechStudy dy hospitality Technology. 2022. URL :
<https://acropolium.com/blog/top-hospitality-technology-trends/>.
31. Джинджоян В. В., Тесленко Т. В., Горб К. М. Інноваційні технології в туризмі та гостинності : навчальний посібник. Київ: Видавництво «Каравела», 2022. 340 с.
32. Mark Younam. Hotel Development Trends 2024: 8 Innovative Strategies Revolutionizing Hospitality. 2024. URL :
<https://pacifichorizonhospitality.com/hotel-development-trends-2024-8-innovative-strategies-revolutionizing-hospitality>
33. Sazonets I., Yakovlieva-Melnyk N., Salenko A. Conceptual foundations of the movement of innovative capital in conditions of priority development of the «green» economy – BIO Web of Conferences, 2024. URL: <https://doi.org/10.1051/bioconf/20248401033>
34. Expedia Sustainable Travel Study. URL: <https://euro.expedia.net/>
35. Navigating Complexity in Food Systems: From Clockwork To Cloudwork. URL: https://www.undp.org/facs/publications/navigating-complexity-food-systems-clockwork-cloudwork?gad_source=1&gclid=CjwKCAjwjqWzBhAqEiwAQmtgT5pcAgUEE0yvJE-WvDmeYQG3zIXfebATd1WqUcrUEhCgR2QpjP5YkhoCsfUQAvD_BwE
36. «The World of Organic Agriculture» the 25th edition of the yearbook jointly published by FiBL and IFOAM – Organics International.
37. Going green with authenticity: operating a sustainable hotel in 2024. URL: <https://blog.pressreader.com/hotels/going-green-with-authenticity-operating-a-sustainable-hotel-in-2024>.
38. Green Globe. URL: <https://www.greenglobe.com/green-globe-members>

39. Green Key URL: <https://www.greenkey.global/>
40. URL: <https://www.usgbc.org/leed>
41. TripAdvisor. URL: <https://www.tripadvisor.com/>
42. 7 Reasons Hotel Industry is Prioritizing Local and Organic Ingredients Mousona Poddar Send an email June 26, 2023. URL: <https://thegreenvibe.in/read/7-reasons-hotel-industry-is-prioritizing-local-and-organic-ingredients/>.
43. Technavio URL: <https://www.technavio.com/>
44. Crave AI. URL: <https://craveinteractive.com/crave-ai>
45. URL: <https://www.techaheadcorp.com/blog/smart-kitchen-devices/>
46. Настич І. Ринок готельної нерухомості 2023: попит відновлюється, кадровий голод посилюється. 2024. URL: https://propertytimes.com.ua/itogi_goda/rinok_gotelnoyi_neruhomosti_2023_popit_vidnovlyuetsya_kadroviy_golod_posilyuetsya
47. URL: https://www.ey.com/uk_ua
48. Property Times в Асоціації готелів і курортів України (UHRA). URL: <https://propertytimes.com.ua/novosti>.
49. URL: <https://www.statista.com/outlook/mmo/travel-tourism/hotels/ukraine#revenue>.

ДОДАТКИ

Додаток А

Кількість готелів та аналогічних засобів розміщення в Україні
2010-2020 рр.



Джерело: [49]

Кількість готелів та подібних закладів короткострокового розміщення в Україні різко зросла між 2010 та 2011 роками, досягнувши найвищого значення у 3582 об'єкти у 2013 році. У 2020 році для туристів в Україні було доступно 2902 заклади розміщення.

Міжнародні показники обліку роботи готельної галузі

USALI – уніфікована система обліку готельної галузі для готельєрів та представників вищих навчальних закладів. Міжнародні стандарти економічної термінології та операційної звітності.

OCC – OCCUPANCY

Перший з трьох ключових показників. Occupancy (завантаженість) показує відсоток проданих кімнат по відношенню до доступних до продажу за певний період часу. Важливо щодня відслідковувати ці дані, щоб аналізувати та прогнозувати попит та розраховувати найкращий тариф дня для кожного сегменту гостей.

ADR – це середній тариф дня. Другий важливий показник, який може дати нам інформацію, яку цінову політику застосовує готель. Порівнюючи ADR готелю з ADR конкурентної групи, можна зробити висновки стосовно вашої цінової політики: завищені ваші тарифи, занижені, або йдуть у темпі групи. ADR важливо аналізувати у парі з показником Occ.

RevPAR (дохід на доступний номер) – це один з найбільш поширених фінансових індикаторів, що дозволяє оцінити, наскільки ефективною є діяльність готелю. RevPAR показує, яка частка доходу від продажів номерного фонду припадає на кожний доступний номер. RevPAR аналізується під час визначення стратегії та ухваленні інвестиційних рішень. Порівнюючи RevPAR з середнім показником по конкурентній групі, отримуємо дієву інформацію щодо подальшого розвитку бізнес моделі, яку впроваджує ваш готель.