МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ВСП ЛЬВІВСЬКИЙ ФАХОВИЙ КОЛЕДЖ ХАРЧОВОЇ І ПЕРЕРОБНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ
НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Тези доповідей

ІІ Всеукраїнської студентської

науково-практичної інтернет-конференції

«РОЗВИТОК ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ ІНДУСТРІЇ УКРАЇНИ: ПРОБЛЕМИ, ПЕРСПЕКТИВИ, ІННОВАЦІЇ»

22 квітня 2021 року
Львів

УДК 640.4(477)(043.2)

Розвиток готельно-ресторанної індустрії України: проблеми, перспективи, інновації. – Львів: ВСП ЛФКХПП НУХТ, 2021.- 79с.

Відповідальний за випуск – голова циклової комісії готельного обслуговування Чередняк Н. А.

У збірнику тез висвітлюються погляди студентів, аспірантів, викладачів на актуальні проблеми розвитку готельно-ресторанної індустрії України. Тематика конференції охоплює дослідження особливостей кадрового забезпечення готельно-ресторанної індустрії: психолого-педагогічні аспекти підготовки фахівців, сучасних тенденцій розвитку готельно-ресторанної індустрії, регіональних проблем та перспектив розвитку туристичного та готельно-ресторанного бізнесу, харчові технології в галузі готельно-ресторанного бізнесу, світові досягнення та інноваційні технології в сучасному туристичному та готельно-ресторанному бізнесі.

УДК 640.4(477)(043.2)

Матеріали подано в авторській редакції. Автори опублікованих матеріалів несуть відповідальність за підбір, точність наведених фактів, цитат, статистичних даних, галузевої термінології, інших відомостей.

© ВСП Львівський фаховий коледж харчової і переробної промисловості НУХТ, 2021

ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ КОМІТЕТ КОНФЕРЕНЦІЇ

Григорців Михайло Володимирович	-	директор Львівського державного коледжу харчової і переробної промисловості НУХТ, кандидат економічних наук, доцент;
Тарасюк Ірина Володимирівна	-	заступник директора з навчальної роботи Львівського державного коледжу харчової і переробної промисловості НУХТ; кандидат педагогічних наук
Дідик Григорій Васильович	-	заступник директора з виробничої роботи Львівського державного коледжу харчової і переробної промисловості НУХТ;
Леськів Ігор Степанович	-	завідувач методичного кабінету Львівського державного коледжу харчової і переробної промисловості НУХТ;
Довбуш Олександра Броніславівна	-	методист Львівського державного коледжу харчової і переробної промисловості НУХТ;
Чередняк Наталія Анатоліївна	-	голова циклової комісії готельного обслуговування Львівського державного коледжу харчової і переробної промисловості НУХТ; викладач І категорії
Шняк Оксана Зеновіївна	-	викладач циклової комісії готельного обслуговування Львівського державного коледжу харчової і переробної промисловості НУХТ, викладач вищої категорії;
Яцина Тетяна Іванівна	-	викладач циклової комісії готельного обслуговування Львівського державного коледжу харчової і переробної промисловості НУХТ**.**

«РОЗВИТОК ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ ІНДУСТРІЇ УКРАЇНИ: ПРОБЛЕМИ, ПЕРСПЕКТИВИ, ІННОВАЦІЇ»

ТЕМАТИЧНІ НАПРЯМИ РОБОТИ КОНФЕРЕНЦІЇ:

Секція 1. Стратегічні напрями розвитку сфери гостинності в Україні.

Секція 2. Регіональні проблеми та перспективи розвитку туристичного та готельно-ресторанного бізнесу.

Секція 3. Інноваційні технології в сучасному туристичному та готельно-ресторанному бізнесі.

Секція 4. Харчові технології в галузі готельно-ресторанного бізнесу.

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1 : Стратегічні напрями розвитку сфери гостинності в Україні.

Є. Качор, Л. Дутко ЕКОТУРИЗМ ЯК ПРОГРЕСИВНИЙ НАПРЯМОК РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ 8
О. Стеблик, О.І. Деменчук ОСНОВНІ СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМКИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ПЕРСОНАЛУ ТА АВТОМАТИЗАЦІЇ НА РИНКУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИХ ПОСЛУГ 11
Д. Альфавіцька, Л. Вишнянчин ОСОБЛИВОСТІ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ 13
В. Леськів, Л. Вишнянчин ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ БЕЗБАР'ЄРНОГО ТУРИЗМУ В СУЧАСНІЙ УКРАЇНІ 15
Р. Угляр, Д.В. Тесля Кластеризація готельно-ресторанного бізнесу 17
Р.С. Чиж, О.М. Бобокал ДЕРЖАВНЕ УПРАВЛІННЯ РЕГУЛЮВАННЯ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ 19

СЕКЦІЯ 2 : Регіональні проблеми та перспективи розвитку туристичного та готельно-ресторанного бізнесу.

О.В. Богданович, О.М. Бобокал ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ 22
В. Дитинишин, І.В. Тарасюк РИНКОВИЙ ПОТЕНЦІАЛ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ РЕГІОНУ 24
Н.В. Кармаліта, О. Колодчак СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ ЛЬВІВЩИНИ 26
О. Луців, М.В. Григорців РЕГІОНАЛЬНІ ПЕРСПЕКТИВИ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ 28
В.В. Сидір, І.І. Болкун COVID-19 ГЛОБАЛЬНА ПРОБЛЕМА ЧИ «РУШІЙ» РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ НА ТЕРЕНАХ ЛЬВІВЩИНИ ТА УКРАЇНИ 30
Р.В. Сипко, Л.П. Кушнір ПРІОРИТЕТНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ 32
Д.О. Ладичук, М.П. Ладичук ТУРИСТИЧНИЙ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИЙ БІЗНЕС РЕГІОНУ ПІД ЧАС ПАНДЕМІЇ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ 34
І.В. Гола, Т.Р. Нічкало ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШОГО РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ 37
В.І.Когут, О.З. Шняк ВЕЛНЕС ТА МЕДИЧНИЙ ТУРИЗМ ЯК ПЕРСПЕКТИВНИВНИЙ НАПРЯМ РОЗВИТКУ СЕКТОРУ ГОСТИННОСТІ 39

О.В. Янюк ТУРИСТИЧІ ПАМ'ЯТКИ ЛЕТИЧІВЩИНИ НА ПРИКЛАДІ СЕЛА ЧАПЛЯ 41
О.А. Трубачов, Л.Ф. Ліхачова Сучасний стан розвитку ресторанного господарства в Україні 44
А.-Х.Є. Яхно, О.Я. Гримак ФОРМУВАННЯ СПЕЦИФІЧНИХ ОЗНАК РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ 46

СЕКЦІЯ 3 : Інноваційні технології в сучасному туристичному та готельно-ресторанному бізнесі.

А.І. Бєлая, О.М. Бобокал СУЧАСНІ ІННОВАЦІЇ В ТУРИСТИЧНОМУ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ 48
У.В. Борщевська, Н.А. Чередняк ВИКОРИСТАННЯ НОВІТНІХ ТЕХНОЛОГІЙ ВІРТУАЛЬНОЇ ТА ДОПОВНЕНОЇ РЕАЛЬОСТІ У СФЕРІ ТУРИЗМУ 51
Ю.Л. Гейдарова, О.Л Вільхова ПОРІВНЯЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА АВТОМАТИЗОВАНИХ СИСТЕМ, ЯКІ ВИКОРИСТОВУЮТЬСЯ В ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА 55
Д.І Данило, В.П. Мовчан ЗАСТОСУВАННЯ АРОМАМАРКЕТИНГУ В ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ 57
О. Дриганець, Т.І. Яцина ІННОВАЦІЙНІ МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ, ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ 59
В. Корнєв, Ю.В. Журавель ІННОВАЦІЙНІ ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ ТА ТЕХНОЛОГІЇ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ 62
Ю.В. Маланяк, Х.І. Пінчук ІНОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В СУЧАСНОМУ ТУРИСТИЧНОМУ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ 64
О. М. Мисько, Н. А. Чередняк НОВІ ІТ-РІШЕННЯ ДЛЯ ПОРЯТУНКУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ ПІСЛЯ ПАНДЕМІЇ КОРОНАВІРУСУ 66
К.Г. Островська, Ю.А.Владарчик СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА ІННОВАЦІЇ У РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ 70
О.Б. Салфетніков, С.О. Кононенко ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В СУЧАСНОМУ ТУРИСТИЧНОМУ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ 73
А.В. Скробот, І.О. Жуковська ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ОБСЛУГОВУВАННЯ В ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО СЕРВІСУ 75
А. В. Шпак, О.М. Бобокал РОЛЬ ІННОВАЦІЙ У РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ 77

Секція 4. Харчові технології в галузі готельно-ресторанного бізнесу.

А.В. Кіх, І.В. Войтович ВИКОРИСТАННЯ ХАРЧОВИХ ПІДСОЛОДЖУВАЧІВ У ВИРОБНИЦТВІ ХАРЧОВОЇ ПРОДУКУЇ ….. 80
К.С. Гогунський, Ю. Л. Богатирьова СУЧАСНІ СТРАВИ УКРАЇНСЬКОЇ КУХНІ …….. 82
Д.І. Соляк СУЧАСНІ СТРАВИ УКРАЇНСЬКОЇ КУХНІ …… 84
Л.В. Соляр, А.М. Кондрук ПРИГОТУВАННЯ ОВОЧІВ І ОВОЧЕВИХ СТРАВ ЗА ІННОВАЦІЙНОЮ ТЕХНОЛОГІЄЮ SOUS – VIDE …… 86
В. Мевша, М.І. Назар ВИРОБНИЦТВО БОРОШНЯНИХ КОНДИТЕРСЬКИХ ВИРОБІВ ФУНКЦІОНАЛЬНОГО ПРИЗНАЧЕННЯ У ЗАКЛАДАХ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ ІНДУСТРІЇ ……. 88
О.В. Ушкалов, І.Н. Козіна СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ ПРИГОТУВАННЯ КОКТЕЛІВ ……..... 89
І.Д. Фельдман, Н.Є. Костенко СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ В УКРАЇНІ …… 91
Є.Л. Цигикал, Н.А. Ласкіна УСТАТКУВАННЯ ДЛЯ ПРИГОТУВАННЯ СТРАВ КУХОНЬ НАРОДІВ СВІТУ …….. 93

СЕКЦІЯ 1 : Стратегічні напрями розвитку сфери гостинності в Україні.

УДК 338

Єлизавета Качор
студентка спеціальності 042 «Туризм»
Людмила Дутко
завідувач навчально-виробничої практики, викладач
Самбірський технікум економіки та інформатики (Самбірський фаховий коледж економіки та інформаційних технологій)

ЕКОТУРИЗМ ЯК ПРОГРЕСИВНИЙ НАПРЯМОК РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

На сьогоднішній день, глобальні екологічні проблеми привертають увагу всього людства. Екологічна криза стала поштовхом до усвідомлення проблем екології та подальших дій в покращенні ситуації. В свою чергу, туризм дає можливість цілісного бачення природи, людини і культури. Важливою умовою здійснення туристичної діяльності є наявність природно-рекреаційних ресурсів як екологічного середовища існування людини, що також формує екологічну культуру населення.

Поява екологічного туризму –це певна відповідь людства на глобальні екологічні проблеми та зростаюче споживання природних ресурсів. На сьогоднішній день, екотуризм стрімко розвивається і набуває популярності у багатьох країнах, що допомагає гармонізувати відносини між природою, людьми та економікою[3].

Екотуризм, автентичність, традиції та культура сільської місцевості – це світові тренди, які потрапили в прогнози на майбутнє десятиліття. Екотуризм стає трендом в контексті світових закликів усвідомленого споживання,повернення до природи, боротьби за екологію у світі.

Український вчений О.О. Бейдик визначив, що екологічний туризм – це рекреаційна діяльність, яка має найменший вплив на природне середовище, передбачає гармонійне єднання природи, людини, засобів рекреації та рекреаційної інфраструктури[5].

Розвиток екотуризму в Україні на сучасному етапі є перспективним в багатьох регіонах країни, завдяки їх унікальним природним ресурсам та прагненню населення до відпочинку на природі.

Україна має великий потенціал для розвитку екотуризму. Площа рекреаційних територій в Україні становить 12,8% території країни і розподіляється відповідно до природних особливостей регіонів: Карпатський, Придністровський, Донецько-Приазовський, Поліський, Причорноморський.

Станом на 01.01.2020 природно-заповідний фонд України має в своєму складі 8512 території та об'єктів загальною площею 4,418 млн.га в межах території України (фактична площа 4,085 млн.га) та 402500,0 га в межах акваторії Чорного моря[3].

В Україні нараховується:

- 42 заповідники та природні і національні парки, розташованих на площі 559, 2 тис. га, і з них: біосферні – 4 (137, 2 тис. га): Асканія Нова, Карпатський, Дунайський, Чорноморський; природні заповідники – 17 (160,1 тис. га): Горгани, Дніпровсько-Орільський, Єланецький степ, Казантипський, Канівський, Карадазький, Луганський, Медобори, Мис Мартьян, Опукський, Поліський, Рівненський, Розточчя, Український степовий, Черемський,; національні природні парки – 18 (261, 9 тис.га): Азово-Сиваський, Великий Луг, Вижницький, Галицький, Голосіївський, Гомільшанські ліси, Гуцульщина, Деснянсько-Старогуцький, Ічнянський, Карпатський, Мезинський, Подільські Товтри, Святі гори, Синевир, Сколівські Бескиди, Ужанський, Шацький, Яворівський[9];
- 45 регіональних ландшафтних парків;
- 3078 пам'яток природи;
- 2729 заказників;
- 616 ботанічних зоологічних садів, дендропарків, та парків пам'яток садово-паркового мистецтва:
- 793 заповідних урочища [3]

Ресурсна база об'єктів природно заповідного фонду достатньо велика, як на місцевому рівні, так і на національному, що надає усі можливості для розвитку екологічного туризму в усіх регіонах України. Лідерами за кількістю природно-заповідних територій є Чернігівська область, що налічує 665 одиниць, Тернопільська обл. – 639 од., Черкаська обл. – 540 од., Хмельницька обл. – 522 од. та Закарпатська обл. – 468 од

В Україні є різноманітна ресурсна база підприємств розміщення у кожному регіоні. Однак, для розміщення екотуристів, зазвичай, використовують екоготелі. На сучасному етапі, Україна є учасником міжнародної сертифікаційної програми «GreenKey» та на 2020 рік займає 21 місце, поряд із Швейцарією, Іспанією, Тунісом та Домініканською Республікою, маючи 8 сертифікованих екоготелів.

Таблиця 1

Готелі, що пройшли екологічну сертифікацію «GreenKey» у 2020 р.[8]

Місце розташування	Кількість	Назва готелю
Івано-франківська обл., Буковель	1	Radisson Blu Resort
Київська обл. с. Митниця	1	Maison Blanche,
м. Київ	5	Ecohouse Hotel Galera, Park Inn by Radisson Kyiv, Troyitska Radisson Blu Hotel, Radisson Blu Hotel Podil, InterContinental

Крім цього, Україна намагається відповідати міжнародним стандартам не лише у готельному господарстві. У 2018 р. 15 пляжів України отримали нагороду «BlueFlag», міжнародний сертифікат якості рекреаційних пляжів на основі відповідності 32 критеріям тестувань чистоти води прилеглої акваторії та піску, екологопросвітницької діяльності, екологічного менеджменту та безпеки. Тож, наступні пляжі мають бездоганні в екологічному відношенні водні та рекреаційні ресурси.

Таблиця 2

Пляжі України, що отримали нагороду «BlueFlag» у 2020 році[7]

Місце розташування	Кількість	Назва готелю
м.Київ	8	«Венеція», «Молодіжний», «Дитячий», Olmeca Beach, »Золотий», «Веселка», «Галера», «Пуща-Водиця»
Одеська обл.	6	Zanzibar, SanDali, «Причал №1», Caleton, Центральний міський пляж Чорноморська, Ruta Family
Дніпропетровська обл.	1	Good Zone

\

Розвиток екологічного туризму в Україні – один із головних стратегічних напрямків, згідно Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року[4].

Суб'єкти туристичної діяльності, що частково чи повністю спеціалізуються саме на екотуризмі, це: «ТерраІнкогніта», «Українська Асоціація активного та екологічного туризму», «Добре поїхали», «Вилково Пелікан Тур», «ActiveUkraine», «Унікальна Україна»[1].

Екологічний туризм в Україні організовують переважно в межах природно-заповідних територій та біля річок, тож розвивають наступні форми екологічного туризму:

- екскурсії екологічними стежками;
- піший спортивно-оздоровчий екотуризм;
- подорожі на велосипедах;
- пізнавальні подорожі;
- водний екотуризм (сплав на байдарках, рафтинг, прогулянки на човнах та ін.);
- спостереження за птахами (birdwatching);
- фотополювання
- спостереження за тваринами
- краєзнавчі, зоологічні, ботанічні, археологічні подорожі;
- наукові тури;
- гірські подорожі.

На західних теренах Львівщини розвитку місцевого екотуризму сприяє проект «Cowboyky: Український дикий захід». Туристичний кластер знаходиться на території Добромильської ОТГ Самбірського району Львівщини. Головним завдання проекту є розвиток місцевого бізнесу, нові

зареєстровані підприємці та підприємства. У створеному кластері під маркою «Cowboyky» діють цікаві локації - тепличне господарство та цех для сушіння «Полуничні пагорби», сироварня «Молочне ранчо», парк розваг «COWBOYKY», кілька зелених садиб.

Список використаних джерел:

1. Державне агентство розвитку туризму (ДАРТ). [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.tourism.gov.ua
2. Концепція розвитку туризму до 2022 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws
3. Офіційний сайт Державного комітету статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua
4. Розвиток туризму в Україні: [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.marshrury.in.ua/index.php/rozvytok-ruryzmu v ukraini.php
5. Бейдик О.О. Рекреаційно-туристські ресурси України: методологія та методи аналізу, термінологія, районування /О.О. Бейдик. – К.: Видавничо-полігр. Центр «Київський університет», 2016
6. Дмитрук О.Ю. Екологічний туризм: сучасні концепції менеджменту і маркетингу: [Електронний ресурс]. – Режим доступу:http://bib.convdocs.org/ v10943
7. Mizhnarodna proghrama «Blue Flag». (2020). Mizhnarodna proghrama «Blue Flag». Vzjato z http://www.blueflag.global. [in Ukrainian]
8. Mizhnarodna proghrama «Green Key». (2020). Mizhnarodna proghrama «Green Key». Vzjato z http://www.greenkey.global. [in Ukrainian]
9. Pryrodno%zapovidnyj fond Ukrajiny. (2020). Pryrodnozapovidnyj fond Ukrajiny. Vzjato z http://pzf.menr.gov.ua. [in Ukrainian]

379.832

О. Стеблик

Студентка групи МА-3

ЛФКХПП НУХТ

О.І. Деменчук

Викладач

ЛФКХПП НУХТ

ОСНОВНІ СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМКИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ПЕРСОНАЛУ ТА АВТОМАТИЗАЦІЇ НА РИНКУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИХ ПОСЛУГ

На сьогоднішній день одним із найбільш стрімко розвиваючих секторів ринку послуг є готельно-ресторанний бізнес, випереджаючи в динаміці свого зростання багато галузей народного господарства. Однак, це один з найбільш ризикових видів бізнесу. Важливим аспектом оптимізації цього напряму діяльності є забезпечення високої якості послуг обслуговування. Адже в жорстких умовах господарювання підприємствам готельно-ресторанного господарства необхідно впроваджувати нові підходи до залучення споживачів та підвищення прибутку.

Якість послуг посідає центральне місце у розв'язанні проблеми підвищення конкурентоспроможності закладів готельного і ресторанного господарства. Підприємство може бути конкурентоспроможним за умови, якщо його продукція та послуги користуються попитом, що можливо лише за умов високої якості та відповідності вимогам споживачів, стандартам й іншим нормативним документам.

Дослідженням якості послуг в готельно-ресторанному господарстві займалися такі відомі вчені, як Л. Агафонова, В. Дорошенко, А. Капліна. В. Карсекіна, Т. Кононенко, М. Мальська, Х. Роглєв, Н. П'ятницька, А. Усінова, І. Хвалінова та ін. Разом із тим недостатньо дослідженими залишається вирішення проблем удосконалення та підвищення якості послуг, як складової цільової підсистеми організаційно-економічного механізму управління розвитком підприємств готельно-ресторанного господарства.[1]

Одним із важливих факторів у сфері надання готельних та ресторанних послуг відіграє культура поведінки обслуговуючого персоналу, так як персонал – це «обличчя» підприємства. Ринок праці потребує кваліфікованих з високим рівнем компетентності фахівцях готельно-ресторанної справи, які відповідають новітнім тенденціям сучасного розвитку готельно-ресторанного бізнесу. У даний час будь-який працівник зобов'язаний володіти такими компетенціями як комунікативна, інформаційна, загальнокультурна, техніко-технологічна, соціальна, сервісна, організаційно-управлінська Це дозволить йому грамотно, чітко і з розумінням спілкуватися з клієнтом, висловлювати свої думки, а також це підвищить статус підприємства, в якому він працює. На сьогоднішній день побутує думка, що гість іде в той чи інший заклад не лише де смачна кухня чи гарний номер, а саме до того обслуговуючого персоналу, що йому сподобався. Практика показала, що в наш час постійний клієнт – це плюс підприємству. Якщо клієнтові сподобається у вашому готельно-ресторанному закладі, він прийде ще раз, а наступного разу він порекомендує його своїм друзям, знайомим

Водночас у віртуальному ринку ресторанних послуг надаються, наприклад, on-line замовлення для клієнтів у мережі Інтернет або самостійно. При цьому ресторани можуть надати європейську кухню (5% замовників) від банку даних; американську – 4,3%; японську – 3,9%; китайську, італійську та мексиканську – по 3,09%; грузинську – 2,1%; арабську та німецьку – до 1,7%.

Послуги ресторанів при замовленні через Інтернет суттєво різняться за показником вартості. У розрахунку на одного відвідувача це має такий вигляд: до 10 доларів США – 28% відвідувачів; від 10 до 20 – 42%; від 20 до 30 – 13%; від 30 до 50 – 15%; від 50 і вище – 2%.[2]

Отже, у наші дні для досягнення успіху у сфері готельно-ресторанного господарства не достатньо просто підтримувати все на сталому рівні. Пропонуємо основні стратегічні напрямки підвищення ефективності персоналу та технологій на ринку готельно-ресторанних послуг:

1. збільшення значимості навчання навичок міжкультурного міжособистісного та регіонального спілкування;
2. підвищення рівня культурного розвитку і свідомості персоналу;
3. підвищення готовності персоналу брати на себе відповідальність у міжнародній сфері бізнесу;
4. збільшення майстерності з допомогою процесу комплектації;
5. автоматизація робочих процесів у готельно-ресторанному комплексі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Загнибіда Р.П. УДОСКОНАЛЕННЯ ЯКОСТІ ПОСЛУГ У ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ ГОСПОДАРСТВІ Режим доступу. URL: https://turizmlirol.wordpress.com/2020/05/14/%d1%83%d0%b4%d0%be%d1%81%d0%ba%d0%be%d0%bd%d0%b0%d0%bb%d0%b5%d0%bd%d0%bd%d1%8f-%d1%8f%d0%ba%d0%be%d1%81%d1%82%d1%96-%d0%bf%d0%be%d1%81%d0%bb%d1%83%d0%b3-%d1%83-%d0%b3%d0%be%d1%82%d0%b5%d0%bb%d1%8c/

Борисова О.В. Тенеденції розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні. Вісник Харківського державного університету. Харків: ХДУ. 2012. С. 33-38.

УДК
Діана Альфавіцька, студентка
ВСП “Технологічний фаховий коледж НУ ”Львівська політехніка”,**Леся Вишнянчин,**
викладач циклової комісії туризму
ВСП “Технологічний фаховий коледж НУ ”Львівська політехніка”

ОСОБЛИВОСТІ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ

Глобальна діджиталізація сучасного суспільства призводить до радикальних змін у способах спілкування. Останніми роками, що пов'язано з пандемією Covid19, сфера послуг, до якої належить туризм, активно відчуває необхідність швидко адаптовуватись до нових моделей і засобів комунікації із споживачами.

Діджиталізація вже декілька років є головним трендом та чинником зростання бізнесу. Уряд України у вересні 2019 року репрезентував програму переходу країни в еру цифрової економіки. Оскільки, сфера туризму є невід'ємною частиною економіки Digital революції, то у туристичному бізнесі не залишилося складових, де немає прояву інновацій.

Дослідження впливу процесу цифровізації та цифрових технологій на розвиток підприємств загалом і туристичних зокрема, була розглянута багатьма вченими, зокрема: Г. Боуманом, Марк де Ревером, А. Остервальдером, М. Рахингером, В. Ворабером, К. Лінцом, Г. Мюллер-Стівенсоном, А. Цімерманом тощо. Серед українських учених, які розглядали цей феномен, це - В. Маховка, І. Сіренко, С. Цвілий, Г. Бублей та інші[1].

Під цифровою економікою (англ. “digital economy”) пропонується розуміти економіку, що базується на цифрових комп’ютерних технологіях. Варто зауважити і той факт, що все частіше цифрова економіка переплітається з традиційною економікою, роблячи чітке розмежування складнішим. Діджиталізацію/цифровізацію тлумачимо як виробництво, продаж й постачання продуктів через комп’ютерні мережі[1].

Погоджуємось з думкою експертів, що найбільш важливими серед них є “глобалізація” туристичного бізнесу та активний розвиток транснаціональних Інтернет ресурсів; зближення постачальників туристичних послуг і споживачів та значний перехід офлайн компаній в Інтернет; зміна моделі пріоритетів, а саме персоніфікація підходу в організації подорожі; використання мобільних пристроїв тощо [1].

Варто відзначити, що діджиталізація формує основні тенденції розвитку туристичного ринку як України так і світу загалом. Сучасні технології дозволяють туристам самостійно миттєво забронювати готель чи квитки на літак, спланувати та прокласти маршрут до відомих і маловідомих туристичних об'єктів.

Однією з перших інновацій в туризмі була послуга “електронний квиток” а саме в сфері транспортних послуг де лідерами є Skyscanner, Airbnb, Couchsurfing, Maps.me та лоукости, які перевозять туристів в різні куточки світу, не тільки в Туреччину та Єгипет. Перші цифрові сервіси з'явилися ще на поч.2000-х та були орієнтовані на онлайн бронювання житла та купівлю квитків Booking.com (готельний агрегатор) та AirB&B (оренда апартаментів); агрегатори таксі - Uber, Gett, що зробили доступними послуги таксі.

Використання в туристичній сфері інновацій дозволяє суттєво покращити взаємовідносини з клієнтом, а саме продавати більше послуг та підвищувати, як ціну так і якість (застосування IPhone, як ключа до номерів готелю; віртуальний бот з максимальною кількістю запитання для покращення роботи; QR-інтерактивний засіб інформативного характеру з доступом до інформації) покращувати емоційне сприйняття (нейронний шлем Neurokiff - прилад який вимірює емоції при споживанні їжі), біометричне сканування відбитків, що надає змогу розрахуватись за всі послуги без готівки та карток; встановлення “розумних кондиціонерів” та багато інших.

Наявність гострої конкуренції та широких можливостей на ринку додатків обумовлює доцільність розвитку даного напрямку в забезпеченні умов для створення і запуску цифрових платформ нового покоління.

Також, для сучасного туриста телефон є невід'ємною складовою як життя так і відпочинку. Відповідно мережа Інтернет має бути на високому рівні доступу, оскільки саме за допомогою гаджета, турист отримує найнеобхіднішу інформацію в ході поїздки та може віртуально побувати на реальних дестинаціях з використанням встановлених у багатьох знакових місцях віртуальних камер. Цей спосіб відвідин отримав назву “віртуальний туризм”, який став особливо актуальними при пандемії. 3D-панорама – спеціальна фотографія створена з кількох фотографій, що охоплює весь простір навколо однієї певної точки: на 360º горизонтально і не менше 180º вертикально, знятих ширококутним об'єктивом і об'єднаних за допомогою

програмного забезпечення в одне безшовне зображення, що створює повне враження присутності клієнта в певній точці. При об'єднанні 3D-панорам, створюють 3D-тури, які активно вже застосовуються на туристичних об'єктах Львівської області (Інтерактивний музей "Відвідай" за сприянням Львівської ОДА), України та світу. Саме цей вид туру є особливо актуальним для людей з особливими потребами, оскільки в реальному часі є можливість відвідати безліч туристичних об'єктів.

Еволюційний прорив у розвитку інформаційних технологій, а саме, поширення blockchain (блокчейну), впливає на надійність замовлень, бронювання та платежів, забезпечивши достовірність інформації та відгуків про послуги. Інформація, яка синтезується має безліч ступенів захисту та безпеки для клієнтів в туристичній сфері і не тільки.[2]

Отже, діджиталізація має суттєвий вплив на туристичну галузь, оскільки дозволяє туристу безпосередньо отримувати якісну та не дорогу туристичну послугу від виробника, правдиву інформацію про туристичні об'єкти, транспортні послуги та види оплати послуг, а для виробників послуг - можливість отримати максимум даних про клієнтів, щоб запропонувати максимально персоніфіковані пропозиції, а це відповідно є важливою складовою переваг на ринку туристичних послуг у цифровому просторі, який є необхідністю сучасного суспільства.

Список використаних джерел

1. Марусей Т. В. Діджиталізація туристичного сектору як інструмент розвитку в сучасних умовах. *Ефективна економіка*. 2020. № 8. – URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8116 (дата звернення: 31.03.2021). DOI: 10.32702/2307-2105-2020.8.73

2. Маховка В. М. Інтерактивні та Smart-технології в туризмі / В. М. Маховка // *Методологія та практика сталого розвитку туризму*: кол. моногр. – Полтава : ПП «Астрая», 2018. – С. 148–154.

УДК **Вікторія Леськів**, студентка
ВСП «Технологічний фаховий коледж НУ «Львівська політехніка»,
Леся Вишнянчин, викладач циклової комісії туризму
ВСП «Технологічний фаховий коледж НУ «Львівська політехніка»

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ БЕЗБАР'ЄРНОГО ТУРИЗМУ В СУЧАСНІЙ УКРАЇНІ

У всьому світі туризм залишається загальновизнаним засобом відпочинку, оздоровлення, пізнання навколишнього світу. В систему туристських заходів щорічно включаються десятки мільйонів людей, 15% з яких є люди з особливими потребами.[1]На жаль, Україна практично не готова до надання туристичних послуг людям з особливими потребами, оскільки багато рекреаційних зон не пристосовані до їхніх побажань і вимог, бракує фахівців, методик, досвіду. Тому, актуальність теми полягає в суспільній необхідності впровадження безбар'єрного туризму в умовах формування конструктивного діалогу влади та громадськості в сучасних реаліях українського суспільства.

Ми приєднуємось до думки експертів туристичної галузі, які досліджували проблематику безбар'єрного туризму (І. Борисової, С. Кравцова, О. Кравченко, О. Волошинського та ін.). Відповідно, безбар'єрний туризм – сучасний вид туризму, що дає можливість залучити до туристичної діяльності будь-яку людину, незалежно від її фізичних можливостей, з врахуванням особливостей її фізично-психологічного стану і забезпечення доступності до об'єктів туристичної інфраструктури. [1]

Більшість важливих об’єктів соціальної та туристичної інфраструктури в сучасній Україні залишаються недоступними для людей з особливими потребами, до яких належать: мандрівники з великим багажем, люди з інвалідністю, люди з великою чи малою вагою, батьки з маленькими дітьми та вагітні жінки, також мандрівники, що не володіють іноземними мовами, оскільки не відповідають вимогам середовища їх життєдіяльності. Переважна більшість готелів та інших засобів розміщення потребують значної реконструкції та змін. В Україні вже затверджено спеціальні Державні будівельні норми, які визначають стандарти будівництва об’єктів з урахуванням вимог безбар’єрної архітектури та забезпечення транспортною інфраструктурою з урахуванням вимог інклюзії. Проте, відсутній механізм контролю використання цих будівельних норм на практиці при зведенні об’єктів туристського призначення чи розвитку інфраструктури туристських дестинацій.

Серед туристичних фірм в Україні, що пропонують послуги безбар'єрного туризму, можна виділити Українське товариство «Зелений хрест», Інтеграційне товариство «MagnumBonum», Фонд Східна Європа, Товариство молодих інвалідів «Братерство», БГФ ім. Короля Юрія, Івано-Франківське обласне товариство інвалідів «Надія і довіра» та ін.

З точки зору найбільших успіхів у сфері розвитку безбар'єрного туризму, слід відзначити роль громадської організації «Зелений хрест», яка першою почала привертати увагу громадськості до проблеми забезпечення доступу для активного відпочинку та туризму, а також Львівської асоціації розвитку туризму[2]. Організація ставить перед собою мету надавати туристичні послуги для цієї категорії осіб на високому культурному та соціальному рівні.

Організовано ряд заходів, що дозволяють стверджувати про перші кроки України в сфері розвитку туризму для осіб з особливими потребами. Так, зокрема, в рамках проєкту «Забезпечення права на активний відпочинок та туризм для неповносправних України» з ініціативи громадської організації «Зелений хрест» відбувся сплав по Дністру. Вперше в Україні учасниками експедиції стали люди з вадами зору. До реалізації проєкту було залучено близько 20 осіб з інвалідністю на візках, 40 з вадами слуху та 30 з вадами зору, близько 100 туристичних фірм та готелів, близько 30 громадських організацій та до 30 представників влади з міських та обласних рад та адміністрацій Західної України. [3] Також «Зелений хрест» розпочав реалізацію проєкту «Село для всіх», метою якого є доступність сільського зеленого туризму для людей з особливими потребами, організував два літні інклюзивні табори, під час яких були відзняті чотири ролики соціальної реклами про активний безбар'єрний відпочинок [3].

В Україні триває процес системних змін у державі, щодо безбар'єрного туризму, що розпочався на Західній Україні і вже сягнув Києва, Харкова та інших областей. Отже, безбар'єрну доступність в Україні можливо забезпечити завдяки таким вимогам, які прийняті

міжнародними туристичними організаціями та активно впроваджуються у високорозвинутих країнах, а саме США, Канаді, Німеччині:

- створення інклюзивного туристичного простору, інклюзивної інфраструктури, спорудження об'єктів нерухомості відповідно до норм та стандартів інклюзивності;
- доступність усіх видів транспорту;
- надання якісних послуг персоналом відповідної кваліфікації;
- інклюзивність культурно-розважальних об'єктів;
- інклюзивна складова маркетингової діяльності.

Варто також відзначити, що в березні 2021року в Україні було прийнято рішення про запуск проєкту від Уряду України, громадських об'єднань та за сприянням ініціативних громадян «Національні стратегії зі створення безбар'єрного простору в Україні», де буде проаналізовано фізичну, суспільну, громадянську, освітню, економічну, інформаційну та цифрову безбар'єрність [4]. Саме цей проєкт має на меті змінити ставлення до бар'єрів у нашій державі.

Отже, спільними зусиллями влади та громадськості, на місцевому, обласному, державному рівнях, з допомогою послідовних кроків, широкого застосування прогресивних тенденцій та досвіду країн світу, а також вагомих власних напрацювань можна створити безбар'єрний простір.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бєлоусова Н.В. Інклюзивний туризм в Україні як вид соціокультурної реабілітації інвалідів. Соціально-гуманітарні науки та сучасні виклики. Матеріали ІІ Всеукраїнської наукової конференції. 26-27 травня 2017 р., м. Дніпро. Частина І. / Наук. ред.. О.Ю. Висоцький. - Дніпро: СПД «Охотнік», 2017. – С. 219-221.

2. Сварник М. Г. Посібник з активного відпочинку та туризму для неповносправних / М. Г. Сварник, Я. І. Грибальський та ін. – Львів: Товариство «Зелений Хрест», 2015. – С. 1

3. Товариство Зелений Хрест. URL http://www.gcs.org.ua./ukr(дата звернення 5.03.21)

4. Мінрегіон запрошує до громадського обговорення проєкту Національної стратегії зі створення безбар'єрного простору в Україні URL /https:// www.minregion. gov.ua/ napryamki - diyalnosti /bezbaryernist /naczionalna -strategiya-zi-stvorennya -bezbaryernogo- prostoru -v-ukrayini/ (дата звернення 5.03.21)

УДК 640.4

Р. Угляр
Студент групи МА-3
ЛФКХПП НУХТ
Д.В. Тесля
Викладач
ЛФКХПП НУХТ

Кластеризація готельно-ресторанного бізнесу

Кластер - це територіальне, галузеве та добровільне об'єднання підприємницьких структур, які тісно співпрацюють із науковими (освітніми) установами, громадськими організаціями та органами місцевої влади з метою підвищення територіально-галузевого конкурентоспроможності власної продукції і сприяння економічному розвитку регіону.[1]

Проблеми кластеризації готельно-ресторанного бізнесу в системі розвитку туризму й готельно-ресторанного бізнесу в Україні, є наступними:

– недооцінювання ролі туристичного та готельно-ресторанного бізнесу в регіональному аспекті, в тому числі і в наповненні місцевого й державного бюджету;

– відсутність чинних концепцій Державної та регіональної програми розвитку з виокремленням розвитку готельно-ресторанного бізнесу;

– недосконаліть вітчизняного законодавчих та нормативних актів щодо готельно-ресторанного бізнесу;

– зменшення по регіонах на 30–60 % кількості туристів через пандемію;

– неефективне використання регіонального історико-культурного фонду та спадщини й довкілля, недостатня правова охорона історико-культурних пам’яток;

– недостатня кількість добре прорекламованих та підготованих масових заходів (на зразок Євро–2012), з якими безпосередньо пов’язаний розвиток готельно-ресторанного бізнесу;

– відсутність ефективної державної та регіональної підтримки малому та середньому готельно-ресторанному бізнесу;

– недостатня реклама вітчизняного туристичного продукту й готельно-ресторанних послуг всередині країни й за кордоном

У контексті вирішення проблем готельного-ресторанного бізнесу видається доцільним передбачити заходи, які будуть ефективно застосовуватись при кластеризації.

Необхідно здійснити організаційно-економічні заходи стимулювання розвитку системи підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації кадрів, включаючи залучення іноземних спеціалістів та фахівців до освітнього процесу, розвиток «дефіцитних» та «специфічних» спеціальностей.

При кластерному стратегічному плануванні слід враховувати такі об’єднувальні процеси:

а) прогнозування очікуваної кількості туристів з прогнозним їх розселенням;

б) диверсифікації закладів розміщення туристів із забезпеченням харчуванням, в тому числі і мобільним харчуванням (мотелі, хостели, садиби зеленого туризму та туристичні бази в рекреаційних зонах прилеглих до міста);

в) розробки спеціальних економічних режимів (методів оподаткування) для залучення вітчизняних та іноземних інвесторів у розвиток мережі закладів;

г) впровадження електронних інформаційно-автоматизованих систем бронювання місць в готелях та ресторанах, сучасних технічних засобів обслуговування в готелях та ресторанах.

Для окупності державних та приватних інвестицій в об'єкти інфраструктури, у тому числі об'єкти готельно-ресторанного бізнесу, доцільно вже на сучасному етапі брати приклад з країн Європейського Союзу, зокрема республіки Польща та шукати можливості реалізації масштабних заходів з метою ефективного використання новостворених готельно-туристичних об'єктів.

З метою створення належного конкурентного середовища у готельно-ресторанному бізнесі на ринку України органам державної та регіональної влад доцільно виважено підійти до питання залучення іноземних інвестицій (особливо зі сторони відомих готельних та ресторанних операторів) у створення готелів, готельних та ресторанних мереж, більше уваги приділити економічному та податковому заохоченню вітчизняних та іноземних інвесторів у напрямку створення регіональних готельно-ресторанних мереж із застосуванням територіально-географічних та історичних особливостей.

Отже, подальший розвиток готельного й ресторанного бізнесу неможливий без стимулювання розвитку готельно-ресторанної справи, освіти в галузі готельно-ресторанного бізнесу, сприяння держави та регіональних органів влади, налагодження інформаційної інфраструктури готельного та ресторанного ринку. Постійне запровадження інновацій, інвестицій та жорстка конкуренція забезпечать збільшення рівня її глобальної та регіональної конкурентоспроможності. [2]

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Кластерний аналіз. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Кластерний_аналіз

2. Кальченко О.М. Кластеризація в туристичній галузі Вісник Чернігівського державного технологічного університету. 2009. №39. С.186-195

Чиж Руслана Сергіївна
студентка 21-ПВ групи, 2 курсу відділення «Права та економіки», спеціальність «Право», Київського коледжу туризму та готельного господарювання

Керівник:
Бобокал Олена Миколаївна
спеціаліст вищої категорії, викладач-методист Київського коледжу туризму та готельного господарювання
м.Київ, Україна

ДЕРЖАВНЕ УПРАВЛІННЯ РЕГУЛЮВАННЯ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Нормативно-правовий контроль є визначальною силою у структурі державного управління рівнем якості обслуговування у закладах розміщення. Він може гарантувати стабільність якості послуг. Підвищення якості надання послуг у готелях також обумовлюється тим, що національні стандарти далекі від європейських та світових. Тому на державному рівні є потреба оптимізації та гармонізації нормативно-правової бази.

Власне визначення поняття «підприємство готельного господарства» законодавчо не закріплено, тому що на сьогодні не існує єдиного законодавчого акту, який регламентував би фінансову та господарську діяльність цієї сфери послуг.

Закон України "Про туризм" визначає загальні організаційно-правові та соціально-економічні принципи провадження держполітики у галузі туризму України. Він базується на конституційних правах громадян на відпочинок, свободу переміщення, а також охорону здоров'я, безпеку, задоволення духовних потреб, а також інших прав у туристичних подорожах. Закон регламентує раціональне використання туристичних та рекреаційних ресурсів та регулює взаємовідносини, що пов'язані зі здійсненням туристичної діяльності в Україні.

Закон України "Про туризм" став основою для створення багатьох галузевих нормативних документів та інструкцій, що регулюють туристичну діяльність. У ньому окреслені базові принципи сертифікації та стандартизації галузі туризму, а також здійснено аналіз провідних напрямків Державної системи стандартизації та цілі сертифікації товар, робіт та послуг туристичної сфери.

Що стосується готельної галузі, її регулюють є Декрет КМУ "Про стандартизацію і сертифікацію", від 10.05.1993 р. зі змінами і доповненими, від 03.02.2004 р. У ньому зазначені правово-економічну базу систем сертифікації та стандартизації, а також встановлені форми їх функціонування. Дія Декрету стосується усіх підприємств та установ будь-якої форми власності, а також фізичних осіб-підприємців, що провадять діяльність на території України. Національні стандарти містять як обов'язкові вимоги, так і рекомендації. Серед обов'язкових вимог:

- забезпечення безпеки товарів чи послуг для життя, здоров'я та майна громадян, а також охорони довкілля;
- техніка безпеки та гігієни праці повинна відповідати санітарним нормам та правилам; - метрологія, що забезпечує достовірність вимірювань;
- технічна єдність під час роботи, вироблення та використання продукції.

Також у закладі розміщення повинні бути забезпечені умови для особистої гігієни, організації харчування та відпочинку працівників. У готелі потрібно створювати всі необхідні умови для особистої гігієни, харчування і відпочинку персоналу. Систему сертифікації організовує державний комітет зі стандартизації, метрології та сертифікації — цей орган організує та координує роботу з питань забезпечення її функціонування.

У ньому зазначені основні принципи та правила сертифікації, а також затверджений перелік товарів та послуг, що мають бути обов'язково сертифіковані та ін. Сертифікація послуг

готельної індустрії є обов'язкова та добровільна. Обов'язкова передбачає перевірку та випробування продукції для того, щоб визначити її характеристики та технічний нагляд. Кошти на впровадження сертифікації входять до собівартості послуг .

Також передбачено, що орган, який здійснює сертифікацію несе відповідальність за необгрунтованість чи неправильну видачу сертифікату чи порушення правил. Органами виконавчої влади у сфері підтвердження відповідності є Кабінет Міністрів України, спеціально уповноважений центральний орган виконавчої влади у сфері підтвердження відповідності, центральні органи виконавчої влади, на які покладені функції технічного регулювання та центральний орган виконавчої влади з питань економіки.

До готельних послуг належать послуги готелів з ресторанами і окремо без ресторанів щодо яких визначені ідентичні вимоги. До іншої нормативної бази в Україні, згідно якої також регулюється якість послуг у готелях, належить два національні стандарти України: «Послуги туристичні. Класифікація готелів», «Послуги туристичні. Засоби розміщування. Загальні вимоги», а також «Правила обов'язкової сертифікації готельних послуг». Національний стандарт України, що стосується засобів розміщування поширюється на засоби розміщення, призначені для проживання туристів. Він встановлює їх класифікацію та загальні вимоги. Вимоги цього стандарту поширюється на суб'єкти господарювання, що надають послуги засобів розміщення.

Інший нормативний документ, який відіграє одну з найважливіших функцій у покращенні якості готельних послуг — «Правила обов'язкової сертифікації готельних послуг», від 27 січня 1999 р. Сертифікація закладів розміщення та закладів харчування може здійснюватись за різними схемами, встановленими «Правилами обов'язкової сертифікації готельних послуг», де зазначений порядок їх проведення, права і обов'язки сторін.

Незважаючи на широкий перелік прийнятих законів, постанов та інструкцій, якість обслуговування в більшості вітчизняних готельних підприємств залишається низькою, а ціни й тарифи на послуги наближені до найвищих. Це пояснюється застарілою матеріально-технічною базою готелів та необхідністю коштів на її поновлення та поповнення. Недостатнє фінансування насамперед спричинене недосконалістю законодавчої системи України, а саме податковою політикою держави стосовно готельної індустрії.

Недостатній професійний рівень як керівництва, так і обслуговуючого персоналу, недосконалість технічного забезпечення підприємств — також вагомі проблеми підвищення якості готельних послуг. Вирішення цієї проблеми ускладнюється недосконалістю системи оцінки та контролю якості обслуговування і механізмом регулювання цін на послуги готелів України. Взаємозв'язок і взаємозалежність якості послуг та рівня цін регулюється державою через систему стандартизації й сертифікації послуг.

Органами влади, що відповідають за сферу сертифікації є Кабінет Міністрів України, центральні уповноважені органи виконавчої влади у питаннях підтвердження відповідності, органи виконавчої влади, що відповідають за технічне регулювання та орган, що відповідає за питання економіки.

Сертифікація послуг готельних підприємств - це процедура встановлення відповідності. Заклад розміщення підтверджує відповідність чи невідповідність послуг, що надаються підприємством вимогам законодавства. Нормативно-правовим актом, що також регламентує якість готельних послуг є «Перелік продукції, що підлягає обов'язковій сертифікації України", що затверджений наказом ДКСМС України від 30.08.2001 р.

До переліку входять готельні послуги та послуги харчування. Також до документації, що регулюють якість послуг відносяться два національних стандарти: «Послуги туристичні. Класифікація готелів», «Послуги туристичні. Засоби розміщування. Загальні вимоги», а також «Правила обов'язкової сертифікації готельних послуг».

Сертифікація закладів, що надають готельні послуги та послуги харчування може бути проведена за різними схемами, що встановлені «Правилами обов'язкової сертифікації готельних послуг», де охарактеризований порядок їх проведення, а також зазначені права і обов'язки сторін.

Втім, не дивлячись на перелік нормативно-правової документації, що висуває вимоги до закладів розміщення, якість обслуговування в них залишає бажати кращого, а ціни на послуги зависокі.

Розв'язання цих проблем ускладнюється ще недосконалістю систем контролю та оцінки якості послуг готельних підприємств.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1.Аванесова, Г.А. Сервісна діяльність: Історична і сучасна практика, підприємництво, менеджмент: уч. посібник для вузів. - М.: Аспект Пресс, 2004.

2.Бургонова, Г.Н., Облік витрат і реалізації готельних послуг. - 1998.

3.Горбунов, В.С. Туристичний ринок і тенденції його розвитку. - М.: Юніті, 2007.

4.Джум, Т.А. і Денисова, І.М. Організація готельного господарства: навч. посібник / Т. А. Джум, Н. І. Денисова. - М.: Магістр: ИНФРА-М, 2011.

5.Іванов В.В., Волов А.Б. Готельний менеджмент. М.: Инфра-М, 2007.

6.Кабушкін, Н.І. Менеджмент туризму: Підручник - М.: Нове знання, 2002.

7.Котлер, Ф. Маркетинг. Гостинність і туризм: уч. для вузів / Ф. Котлер, Дж. Бауен, Дж. Мейкенз; пров. з англ. Р.Б. Ноздревой, М.: ЮНИТИ, 1998.

СЕКЦІЯ 2 : Регіональні проблеми та перспективи розвитку туристичного та готельно-ресторанного бізнесу.

Богданович Ольга Володимирівна студентка 42-ПВ групи, 4 курсу відділення «Права та економіки», спеціальність «Право», Київського коледжу туризму та готельного господарювання
Керівник:
Бобокал Олена Миколаївна
спеціаліст вищої категорії, викладач-методистКиївського коледжу туризму та готельного господарювання
м.Київ, Україна

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

Індустрія гостинності, одна з найбільших галузей світової економіки, що бурхливо розвивається. Багато в чому це відбувається завдяки соціальному, економічному й політичному прогресу. За останні десятиріччя туризм став доступний широким верствам населення. Одночасно з ростом загального числа туристів помітний розвиток одержали інфраструктура туризму і її основний компонент – готельний сектор.

Сьогодні індустрія гостинності як сукупність підприємств сфери обслуговування та інших організацій працює в умовах жорсткої конкуренції, відвойовуючи як національний, так і міжнародний ринки.

Міжнародний досвід свідчить, що необхідною передумовою активного та успішного просування галузі на ринок держави є сучасна туристична інфраструктура. Саме тому проблеми забезпечення належного рівня конкурентоспроможності вітчизняних підприємств готельно-ресторанного бізнесу на основі якісного аналізу умов зовнішнього та внутрішнього середовища їх функціонування набувають високої актуальності.

Варто зазначити комплексні проблеми розвитку туризму й готельно-ресторанного бізнесу в Україні, а саме:

– невідповідність міжнародним нормам та стандартам державного регулювання та обслуговування в галузі;
– недосконалість законодавства щодо туристичного, готельно-ресторанного бізнесу;
– відсутність ефективної державної підтримки малому та середньому туристичному й готельно-ресторанному бізнесу;
– недостатня кількість висококваліфікованих кадрів;
– недостатнє державне фінансування туристичного та готельно-ресторанного бізнесу внаслідок недооцінювання потенціалу цих галузей;
– недотримання чинної Стратегії розвитку туризму тарозвитку готельно-ресторанного бізнесу, її недосконалість, нераціональне здійснення моніторингу;
– зменшення по регіонах кількості іноземних туристів через загальну нестабільну ситуацію на сході країни;
– кризова ситуація в умовах карантинних заходів.[2]

На основі проведеного аналізу, нами було виявлено, що у наданні готельних послуг найважливішу роль відіграють питання якості. Без якісного обслуговування готель не здатний досягти своїх основних цілей. Світова практика розвитку різних готельних корпорацій і ланцюгів, як правило, свідчить, що отримання прибутку є результатом високої якості обслуговування.[1]

Дослідження показують, що головним чинником вибору клієнтом готелю ще раз є якість наданого йому обслуговування. Якщо привабити нового клієнта можна якісною рекламою чи розкішним інтер'єром, то вдруге він прийде тільки завдяки професійній роботі персоналу і високій якості обслуговування.

Готельні послуги мають ряд особливостей, які дозволяють маневрувати їхньою якістю, знижуючи або підвищуючи їх рівень для різних категорій споживачів з огляду на їхні потреби і купівельну спроможність.

Не малу роль у процвітанні готельного підприємства відіграє кадрова політика (наявність висококваліфікованих кадрів); фінансове та матеріально-технічне забезпечення; інноваційні напрямки і методи роботи; відповідність до умов сталого розвитку (що надзвичайно актуально в сучасних умовах).[4]

Сьогодні в готельному секторі постало гостре питання залучення гостей, у першу чергу підвищуючи якість обслуговування, у тому числі за рахунок підвищення кваліфікації персоналу, адже більшість українських готелів нехтують правилами та стандартами обслуговування. Тому в контексті вирішення вищенаведених проблем розвитку готельно-ресторанної сфери доцільно передбачити такі заходи:

Підвищення якості надання послуг, у тому числі за рахунок імплементації нових стандартів обслуговування.

У контексті вирішення вищенаведених проблем підготовки готельного господарства видається доцільним передбачити такі заходи:

а) прогнозування очікуваної кількості туристів;

б) диверсифікації закладів розміщення туристів (мотелі, хостели, садиби зеленого туризму та туристичні бази в рекреаційних зонах прилеглих до міста);

в) розробки спеціальних економічних режимів для залучення вітчизняних інвесторів у розвиток мережі хостелів;

г) впровадження електронних інформаційних та автоматизованих систем бронювання місць в готелях, сучасних технічних засобів обслуговування в готелях.[3]

Стратегічно орієнтована державна політика, основним завданням якої є визначення туризму, готельно-ресторанної справи одним з основних пріоритетів держави.

Широке запровадження нових засобів комунікації, інформаційно-маркетингових заходів з формування туристичного іміджу України та інформаційних технологій, впровадження інновацій .[5]

Отже, розвиток готельно-ресторанного господарства є суттєвим чинником формування потенціалу туристичної галузі. На ринку готельно-ресторанних послуг постійно відбуваються зміни. Проведений аналіз засвідчує, що дана галузь економічної діяльності є перспективною сферою для інвестицій, розвивається швидкими темпами, підвищує зайнятість та створює матеріальну базу для розвитку рекреаційно-туристичної діяльності .

Однак, галузь переживає кризовий період, подальший розвиток готельного й ресторанного бізнесу неможливий без стимулювання розвитку туризму, рекреації, освіти в галузі готельно-ресторанного бізнесу, сприяння держави, налагодження інформаційної інфраструктури готельного та ресторанного ринку. Постійне запровадження інновацій, інвестицій та жорстка конкуренція забезпечать збільшення рівня її глобальної та регіональної конкурентоспроможності.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1) Закон України «Про туризм»Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1995, № 31, ст.24, режим доступу - https://zakon.rada.gov.ua.

2) Бурнашов І. Проблеми та перспективи розвитку туризму в Україні на сучасному етапі / І. Бурнашов – Режим доступу: http://mincult.gov.ua/mincult/uk/publish/article/183853.

3) Ткаченко Т. І. Стратегічний розвиток туристичного бізнесу : монографія / Т. І. Ткаченко, С. В. Мельниченко, М. Г. Бойко та ін. ; за заг.ред. А. А.Мазаракі. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2019. – 596 с.

4) Агафонова Л. Г. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: ціноутворення, конкуренція, державне регулювання : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Л. Г. Агафонова, О. Є. Агафонова ; Київський ун-т туризму, економіки і права. – К. : Знання України, 2019. – 360 с.

5) Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року – Режим доступу : https://zakon.rada.gov.ua.

УДК 640.4

В. Дитинишин

Студентка групи МА-3

ЛФКХПП НУХТ

І.В. Тарасюк, к.п.н.

Викладач

ЛФКХПП НУХТ

РИНКОВИЙ ПОТЕНЦІАЛ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ РЕГІОНУ

Розвиток туристичної галузі сьогодні є надзвичайно актуальним, оскільки туризм є одним із важливих чинників виходу регіональних економік України з кризи, стабільного і динамічного збільшення надходжень до місцевих бюджетів, позитивного впливу на стан справ у багатьох галузях народного господарства, підвищення зайнятості територіального населення, розвитку у ринкових відносинах.

Для початку розглянемо поняття самого слова «потенціал» (від лат. Potential - міць, сила), якої виникло у фізиці, і в сучасній літературі йому надають смислові значення потужності, можливостей, сукупності засобів, здібностей, резервів, джерел, запасів, ресурсів і т. п., які можуть бути використані в будь-яких цілях [1].

Не існує також і єдиної схеми поділу України на туристичні регіони.

Професор О. Бейдик є автором усталеного туристичного районування, пропонує наступну схему поділу, виділивши 5 районів:

- Причорноморський, який включає : Одеську, Миколаївську та Херсонську області.

- Карпатсько-Подільський, до якого входять: Закарпатська, Львівська, Івано-Франківська, Чернівецька, Тернопільська, Хмельницька і Вінницька області.

- Поліська-Столичний район формують: Волинська, Рівненська, Житомирська, Київська, Чернігівська, Полтавська, Черкаська області.

- Придніпровсько-Донецький район : Дніпропетровська, Запорізька, Донецька, Луганська області та Кропивницький.

- Харківський ресурсно-рекреаційний район включає Харківську та Сумську області [2]

Туристичний потенціал регіону включає в себе багато компонентів, які доцільно буде поділити на такі основні групи:

- природно-кліматичні компоненти регіону (клімат, ландшафт, екосистеми);

- регіональні культурно-історичні ресурси (культурно-історична спадщина, витвори мистецтва, археологічні цінності, традиції, етнос);

- інфраструктура та матеріально-технічна база регіону.

Однією із спеціалізацій бізнесу Львівщини традиційно вважається туристична індустрія. Підприємства туристичної індустрії, які переважно надають споживчі і розподільчі послуги, у суспільному виробництві є фундаментальною основою туристичної діяльності не тільки задовольняючи внутрішні потреби туристичного сегмента, а й долучаючись до системи загальнонаціонального і міжнародного поділу праці, що, у свою чергу, забезпечує частку країни у світовому туристичному обміні.

Область характеризується високим потенціалом туристичних ресурсів і, в той же час, невисоким обсягом їх освоєння, наявністю багатого природного потенціалу і одночасно низьким ступенем його використання в туристичних цілях. Львівщина традиційно була областю, де перспективи туристичної індустрії були і залишаються одними з найкращих в Україні. Природно-ресурсний та історико-культурний потенціал у поєднанні з вигідним географічним положенням в центрі Європи та існуючий багаторічний досвід і напрацювання у сфері рекреації є достатньо вагомою передумовою пріоритетного розвитку системи санаторно-курортного лікування, туризму та відпочинку, орієнтованої як на внутрішнього споживача, так і на обслуговування іноземних туристів [3].

Саме тому стратегічна мета розвитку туристичного потенціалу Львівщини повинна полягати у формуванні на території м. Львова та області конкурентоспроможної туристично-рекреаційної галузі як однієї із провідних галузей територіальної спеціалізації, що забезпечить, з одного боку, попит споживачів (як українських, так і закордонних) на задоволення своїх потреб у туристично-рекреаційних послугах, а з іншого, - зробить значний внесок у соціально-економічний розвиток регіону за рахунок збільшення дохідної частини обласного й муніципального бюджетів, припливу регіональних інвестицій, збільшення кількості територіальних робочих місць, поліпшення здоров'я населення, збереження й раціонального використання культурно-історичної й природної спадщини.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Стеченко Д.М. Наукові аспекти економічної діагностики природнорекреаційного потенціалу регіону. Формування ринкових відносин в Україні №1. 2010р. С. 136-139.
2. Бейдик О.О. Рекреаційно-туристичні ресурси України: Методологія та методика аналізу, термінологія, районування. К.: ВЦ КНУ, 2002. - 396 с.
3. Павліш Л.В. Львівщина як перспективний регіон України для розвитку туризму та рекреації Торгівля, комерція, підприємництво. 2013. Вип.15. С.124-128

Кармаліта Наталя Віталіївна

ВСП «Львівський фаховий
коледж індустрії моди КНУТД»
м.Львів
Науковий керівник:
Ольга Колодчак, викладач
менеджменту,спеціаліст вищої
категорії, старший викладач

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ ЛЬВІВЩИНИ

В сучасних умовах господарювання більшість регіонів України має значні труднощі, пов'язані із забезпеченням і підтримкою темпів соціально-економічного розвитку території. Оскільки Україна прагне інтегруватися в європейський економічний простір, то використання кластерів розглядається сьогодні державними органами влади як один з пріоритетних напрямів розвитку господарського комплексу.

Значний туристичний потенціал України, а саме концентрація природних та рекреаційних ресурсів, об'єктів світової культурної та історичної спадщини є основою генерування масштабних в'їзних та внутрішніх туристських потоків. [1]

Основними завданнями розвитку туризму в Львівському регіоні на нашу думку є: - забезпечення загальнодержавної і регіональної підтримки туризму, залучення до його розвитку як державних, так і підприємств інших форм власності, а також окремих громадян; - створення розвиненої туристичної інфраструктури з метою надання якісних і різноманітних послуг туристам; - забезпечення пріоритетності вітчизняного внутрішнього та іноземного (в'їзного) туризму на основі використання туристичних ресурсів, національної історико-культурної спадщини українського народу. [2]

Розвиток туризму в області починає базуватися на ефективному використанні історико-культурних ресурсів, природних та кліматичних умов, етнічних, історичних, архітектурних пам'яток області.

Дослідження ринку туристичних послуг регіону було проведено у вересні 2020 року. В ньому взяли участь 400 в'їзних туристів. Серед респондентів переважають ті, хто прибув до міста з метою відпочинку та розваг. Загальний профіль в'їзних відпочинкових туристів виглядає наступним чином: це, в основному, особи віком від 26 до 35 років, сімейний стан — одружені, серед внутрішніх туристів дещо переважає частка жінок (54,6%), а серед іноземців — чоловіків (51,1%); за видом діяльності – наймані працівники [3].

Ключовими джерелами інформації під час планування подорожі для в'їзних відпочинкових туристів виявились досвід попереднього візиту до Львова, поради друзів, родичів, які живуть у Львові, або були у місті раніше та інформація в Інтернеті.

Середня тривалість перебування туристів у Львові становить 3,02 дні. Натомість, частка опитаних внутрішніх туристів, що не планують залишатись у місті на ніч становить 14,9%, іноземних — 2,8%.

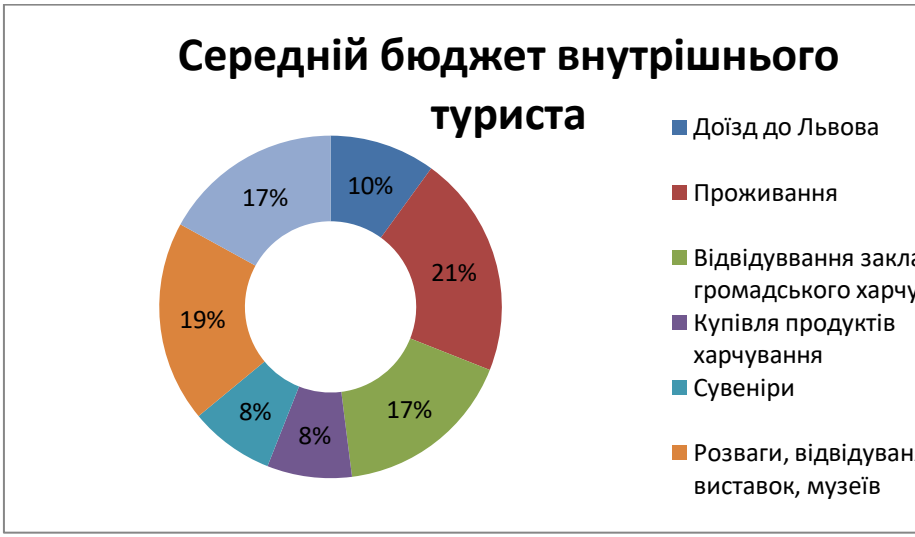
Що стосується витрат, то український турист витрачає у Львові протягом дня в середньому 94,2 євро, іноземний — 172,33 євро.

Найбільшу частину від загального бюджету подорожі займає проживання. Структура витрат українських та іноземних відвідувачів Львова помітно різниться лише у таких позиціях, як доїзд до міста та розваги.

Індекс туристичної привабливості Львова залишається високим і станом на вересень 2020 року становить 4,72. Натомість індекс задоволеності гостей міста туристичними послугами, у порівнянні з жовтнем 2014 (4,1), зріс до 4,29.

Респонденти дуже високо оцінили рівень безпеки у Львові. Окрім того більшість опитаних висловили своє бажання відвідати місто ще раз.

Що стосується витрат, то:



Більшість українських туристів на час перебування у Львові орендують квартири. Натомість, іноземні туристи надають перевагу готелям.

Найпоширенішими туристичними практиками у Львові є самостійні екскурсії містом та посиденьки в улюблених закладах, кожен з яких має свою легенду, неповторну атмосферу та особливі страви: найцікавіші ресторани, кав'ярні, кнайпи, які славляться своїм історичним спрямуванням. Сюди також можна віднести відвідування музеїв, галерей, виставок, відвідування релігійних об'єктів міста, палаци та інші визначні місця, яких налічується понад 75. Цікава вечірня екскурсія по Львову «Львівський трамвай і прогулянка австрійським Львовом», а також тур на чудо-поїзд.

Із найбільш популярних екскурсій цього регіону є замки Львівщини, які вражають своєю красою та величчю (Олеський, Золочівський, Підгорецький - стиль Ренесанс). [4]

Світовий досвід свідчить, що практично в усіх розвинутих країнах держава бере активну участь у формуванні та розвитку підприємницької діяльності, підтримці найбільш доцільних і ефективних її напрямів.

Подальше виконання програми дозволить забезпечити зростання туристичних потоків і надходжень від туристичної діяльності, збільшення зайнятості населення в туризмі та суміжних галузях, що тим самим сприятиме економічному становленню регіону. Крім того, це позитивно позначиться на зростанні попиту на продукцію місцевої промисловості, збільшенні об'єктів туризму, стану кон'юнктури у будівництві та інфраструктури в регіоні.

Список використаної літератури

1. Мазурок П.П., Обягайло Б.М., Кулішов В.В., Сазонець О.М. Глобальна економіка. – Львів: «Магнолія 2006», 2009 – 208с.
2. Глобальна економіка XXI століття: людський вимір: монографія / Д.Г.Лукьяненко, А.М.Поручник, А.М.Колот та ін.; за заг. ред. Д.Г.Лукьяненка, А.М.Поручника. – К.: КНЕУ, 2008. – 420с.
3. Львівська міська рада [Електронний ресурс]. - Режим доступу: https://city-adm.lviv.ua/lmrdownloads/turyzmzvit09102015.pdf
4. Агенція регіонального розвитку Львівської області[Електронний ресурс] .-Режим доступу: https://ard.lviv.ua/

УДК 640.4

О. Луців
Студент групи МА-3
ЛФКХПП НУХТ
М.В. Григорців, к.е.н. доцент
Директор
ЛФКХПП НУХТ

РЕГІОНАЛЬНІ ПЕРСПЕКТИВИ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ

Львівська область входить до складу Карпатського (західного) регіону, який включає чотири області: Закарпатську, Івано-Франківську, Львівську, Чернівецьку. Розвиток туристичної діяльності в цих регіонах визначається наявністю багатих туристичних ресурсів: природно-рекреаційних та історикокультурних разом з відповідними соціально-економічними умовами. Серед областей Карпатського регіону Львівська область займає лідируюче становище, як одна з найпривабливіших туристично-рекреаційних зон, де ринок послуг відпочинку та оздоровлення є одним із найперспективніших в Україні. .[1].

Природні багатства регіону завжди вважалися гордістю Львівського краю. На території Львівської області зосереджено 25% всієї історикоархітектурної спадщини України − близько 4000 пам'яток. Культурний потенціал області формується за рахунок архітектурно-історичних пам'яток національного та місцевого значення, зокрема 794 архітектурні та містобудівні пам'ятки національного значення, 2637 пам'яток місцевого значення та 834 пам'ятки археології, 14 з яких мають статус національних.[2, с 167].

Туризм на Львівщині динамічно розвивається, зокрема вагомий вклад у його розвиток вносять суб'єкти туристичної діяльності, які займаються організованим туризмом. Цей вид туризму набуває все відчутнішого значення для місцевого господарства та економіки України в цілому. Упродовж періоду 2011- 2016 років кількість суб'єктів туристичної діяльності коливалася по роках. Однак, у 2016 році у Львівській області діяло 272 суб'єктів туристичної діяльності, що більше ніж у 2015 році на 23,0%. Із загальної кількості туристичних підприємств 60 – туроператори, 171 – турагентів, 41 – займались тільки екскурсійною діяльністю. Середньооблікова чисельність працівників найбільшою була у 2013 році – 846 осіб, найменшою у 2015 році – 667. В середньому на одній туристичній фірмі задіяно 3 особи. Суб'єкти туристичної діяльності Львівської області у 2016 р. обслужили 181,8 тис. осіб, що більше на 61,6 % ніж у 2015 році, однак менше ніж у 2013 році (188,5 тис. осіб) За обсягами туристичних потоків України на Львівщину припадає близько 6 %.

За показниками інтенсивності туристичних потоків за Львівською областю слідує Івано-Франківська область, хоча її показники щодо організованого туризму коливаються в менших діапазонах ніж на Львівщині. Критичним для усіх областей виявився 2014 рік (початок війни на Сході). 2016 рік демонструє по всіх областях позитивну динаміку.

Розглянуті показники характеризують в позитивному плані сприятливий клімат для розвитку організованого туризму у Львівській області. Проте, є ряд факторів, що стримують розвиток туризму та чинять негативний вплив. До таких факторів доцільно віднести політичну та соціально-економічну нестабільність. Такі фактори як, інфляція, зростання злочинності та безробіття, криза, зниження добробуту населення, фінансова нестабільність, а також відсутність планування у використанні природних і трудових ресурсів є стримуючими, що чинять

негативний вплив на розвиток туристської індустрії як у Львівській області так і в Україні загалом.

Для стимулювання розвитку організованого туризму на Львівщині необхідно виділити основні чинники, які найбільш суттєво спричиняють коливання показників розвитку туризму та розробити програму їх стимулювання на всіх рівнях – від регіонального до державного.

Побудова програми розвитку туристської індустрії за принципом виокремлення найбільш суттєвих чинників та їх подальше стимулювання дозволить прискорити темпи росту доходів регіонів від туристської індустрії. Такий підхід дасть змогу розвивати не тільки основні напрями туризму, а й дозволить стимулювати нові інноваційні.

Слід зазначити, що туристична індустрія менш ніж інші галузі економіки відчуває на собівплив економічної кризи. Львівська область тому приклад. Отже, виявлення чинників розвитку туристської індустрії в Україні та їх подальше стимулювання має стати першочерговим завданням як на рівні регіонів, так і на рівні держави в цілому.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Бакурова А.В., Діденко А.В. Основні проблеми туристичної галузі / Матеріали III Міжнар. наук.-практ. Інтернет-конференції "Проблеми формування нової економіки XXI століття". – Львів, 2011. – С.89-94.

2. Мігущенко Ю.В. Проблеми та перспективи розвитку туристичної галузі Львівської області. / Ефективна економіка. - Дніпропетровський аграрно-економічний університет . №11, 2015. – с. 165-171.

3. Колективні засоби розміщування та туристична діяльність у Львівській області 2016. / статистичний збірник. Державна служба статистики України. Головне управління статистики у Львівській області. – Львів, 2017. – с. 50.

Сидір В.В. – студентка 3 курсу спеціальності "Туризм" ВСП
«Технологічного фахового коледжу НУ"ЛП"
Керівник: Болкун І.І. – викладач, голова циклової комісії туризму
Відокремленого структурного підрозділу «Технологічний фаховий коледж
Національного університету «Львівська політехніка»

COVID-19 ГЛОБАЛЬНА ПРОБЛЕМА ЧИ «РУШІЙ» РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ НА ТЕРЕНАХ ЛЬВІВЩИНИ ТА УКРАЇНИ

Сучасною та глобальною світовою проблемою розвитку туристичного бізнесу є пандемія. Через пандемію коронавірусу кількість іноземних туристів в Україні зменшилася майже в 4 рази – 2,7 млн за 9 місяців 2020 року проти 10,7 млн за аналогічний період 2019 року. Про це повідомляє Державне агентство з розвитку туризму в Україні (ДАРТ) з посиланням на дані Держприкордонслужби. У цілому за три квартали 2020 року громадяни інших країн привезли в Україну тільки 244 млн доларів США, тоді як за весь 2019 рік іноземні туристи витратили в Україні 1,62 млрд доларів. Туристичні агентства та оператори сильно постраждали від запровадження карантину: у березні-вересні 2020 року відрахування від цього бізнесу впали на 49% у порівнянні з 2019 роком. Скоротилися доходи й у готельній сфері. За шість карантинних місяців українські готелі та заклади, що надають послуги з розміщення сплатили податків на понад пів мільярда грн менше, ніж у березні-вересні 2019 року.

Пандемія COVID-19 спричинила безпрецедентну кризу в туристичному секторі. Туристична галузь ЄС в результаті карантинних заходів втрачає близько 1 млрд. євро доходів на місяць. Близько 6 млн працівників галузі вже втратили роботу через коронавірус.

Усе ще дуже складно прогнозувати результати карантинних обмежень для туристичного сектору України у 2021р. Більшість експертів передбачає, що цього року туризм перебуватиме в повному занепаді та досягне лише третини від рівня 2020р. Показники падіння загальних туристичних потоків у весняно-літній період продемонстрували значну від'ємну тенденцію. У нинішніх умовах, за попередніми розрахунками, більше 80% підприємств туристичної галузі будуть змушені на кінець року задекларувати збиток. 9% від цих 80% можуть збанкрутувати. У зв'язку з різким падінням економічної активності працівники туристичного сектору зіткнулися з катастрофічним скороченням робочого часу та втратою роботи.

Проте маємо і більш оптимістичну статистику щодо діяльності туристичної індустрії.Зазначимо, що Львівщина – серед лідерів в Україні за сплатою туристичного збору в 2020 році. Область зайняла третю позицію з показником у 11,786 млн грн після Києва (34,692 млн грн) й Одещини (15,177 млн грн) [3].

Нагадаємо, що у «доковідний період», колективні засоби розміщення Львівської області (у 2019 році) прийняли майже 12% від усіх туристів, які побували в Україні (серед іноземців – майже 15%). Це один із найвищих показників по Україні. Серед лідерів Львівщина була і за обсягом реалізації товарів та послуг у сфері туризму. У 2018 році підприємства області зайняли друге місце серед регіонів України з показником у 17,3 млрд грн.

Важливим досягненням 2020 року стало збільшення площі природно-заповідного фонду на понад 9 тис га. Цього вдалося досягти завдяки Указу Президента України про створення національного природного парку «Королівські Бескиди».

Позитивним кроком у розвитку туризму нашого Львівського регіону стала «Програма розвитку туризму та курортів у Львівській області на 2021-2025 роки», яка була затверджена Львівською обласною радою. Програма передбачає розробку дорожніх карт та реалізацію проєктів з розвитку туризму в громадах, створення нових туристичних пропозицій, розвиток туристичних магнітів, налагодження партнерства суб'єктів туристичного ринку області із покупцями туристичних послуг, впровадження промоційних заходів за допомогою цифрових інструментів, а також на професійних ділових майданчиках у форматі «наживо». Серед заходів програми – формування комплексного портрету туриста Львівської області, створення статистики мандрівників на предмет їхніх інтересів та вподобань.

У межах розвитку туристичної інфраструктури уже у 2021 році буде впроваджено проєкт «ВелоБескиди», який переміг у конкурсі Державного фонду регіонального розвитку. Він передбачає створення на території Бориславської, Трускавецької і Східницької громад цілої мережі велосипедних і шляхів активного туризму, будівництво оглядової вежі на горі Цюхів

Верх біля села Орів, що своєю чергою дозволить збільшити туристичні потоки та розширити вікову категорію відпочивальників на курортах.

Пандемія змінила туристичну галузь України: закриття кордонів призвело до сконцентрованості туристичної діяльності на внутрішньому туризмі. Отже, державним установам необхідно було шукати радикальний вихід з ситуації.

Державна агенція розвитку туризму разом зі структурними підрозділами галузі туризму обласних державних адміністрацій 17 лютого 2021 року вирішили спільними зусиллями долати її перепони і розвивати безпечний туризм. Відтак, під час онлайн-зустрічі розробили дорожню карту дій і запланували масштабний захід на 2021 рік –організацію фестивалю «Мандруй Україною» з нагоди 30-річчя Незалежності України (запланований на 21-24 серпня 2021 року). Розроблено план діяльності на 2021 рік Державної агенції розвитку туризму України та консолідованої участі усіх обласних державних адміністрацій в напрямку розвитку туризму та промоції України в цілому.

Крім цього Державному агентству розвитку туризму виділено 100 млн грн на розкриття туристичного потенціалу, який включає три основні напрямки [1].

Перший напрям – створення туристичних «магнітів», щодо підтримки регіональних проєктів для розвитку туристичної інфраструктури навколо точок тяжіння.

Друга складова – внутрішній та міжнародний маркетинг. Щодо внутрішнього – зробити на заправках мапи із зображенням туристичних місць, які є поруч. Міжнародний маркетинг важко прогнозувати, бо не відомо хто зможе приїхати до України.

Третій напрям буде стосуватись кількісних досліджень: опитування іноземних туристів на кордонах, щоб зрозуміти, який відсоток їде, з якою метою, і чого очікує. Підсумовуючи зазначимо, що системні та регуляторні державні та регіональні зміни є обов'язковим кроком для подальшого розвитку туризму навіть у такі не прості карантинні часи.

Список використаних джерел:

1. Журнал «MINTRANS» №1 (7) лютий 2021
2. Львівська міська рада, [Електронний ресурс] - Режим доступу: https://city-adm.lviv.ua/
3. Львівська обласна державна адміністрація, [Електронний ресурс] - Режим доступу: https://loda.gov.ua/news
4. Державне агентство розвитку туризму, [Електронний ресурс] - Режим доступу: https://www.tourism.gov.ua

Удк 323.28.5

магістр СипкоР.В.
Кушнір Л.П.
к.е.н., доц., завідувач кафедри історії України, економічної теорії та туризму Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій імені С.З. Ґжицького.

ПРІОРИТЕТНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

У багатьох країнах туризм є якщо не основним, то одним із основних джерел поповнення державного бюджету. Деякі економісти України вважають, що саме туристичний напрям надалі стане однією з найбільш перспективних і дохідних галузей економіки України. А в майбутньому зможе забезпечувати солідні надходження до бюджету.Ринок туристичних послуг в Україні став наближатися до світового рівня. З'явилися й розвиваються підприємства, що спеціалізуються на туристичної діяльності різних видів та організаційно-правових форм. Створено мережу туристичної індустрії, до якої входять засоби розміщення, об'єкти харчування, розважального, пізнавального, ділового, оздоровчого, спортивного, релігійного та іншого призначення.

Поки що туристична індустрія країни реалізовує свої можливості лише на одну третю. Однак у державній туристичній адміністрації переконані: Україна може стати одним із лідерів туристичного ринку Європи, оскільки має все необхідне для того, щоб стати туристичною державою. Прискорити розвиток туризму в Україні, на мою думку дозволять[1]:

- забезпечення випуску високоякісної рекламно-інформаційної продукції на іноземних мовах, яка висвітлить туристичні можливості, історію, культуру України для розповсюдження серед іноземних туристів та закордонної спільноти;
- розробка сітки цікавих туристичних маршрутів міжнародного значення на території нашої країни з урахуванням потреб та інтересів приїжджаючих гостей, потенціалу туристичних ресурсів з подальшим представленням комерційних пропозицій іноземним туристичним фірмам для їх використання;
- проведення маркетингового дослідження відносно можливості відкриття туристичними та спортивними організаціями центрів спортивного туризму для іноземців на базі наявної інфраструктури водного, пішохідного, гірничого, мисливського та інших видів туризму;
- проведення необхідної рекламної та агітуючи роботи по зацікавленню української діаспори, як потенційних інвесторів у вкладанні коштів в український туризм;
- введення новітніх технологій у цій галузі, створення великої кількості туристичних вебсайтів;
- проведення зарубіжних рекламних компаній для потенційних іноземних туристів.

На сьогодні основними проблемами туристичної інфраструктури в Україні є застарілість переважної більшості капітальних споруд, що відносяться до неї; неузгодженість в просторі і часі, яка іноді помічається між її елементами, а також відчутна нестача нормативно-правового підґрунтя функціонування та розвитку підприємств інфраструктури туризму.

Важливим, на нашу думку є сприяння розвитку туризму та його інфраструктури на основі врахування регіональних особливостей. З метою розв'язання означених проблем необхідно вирішення питань щодо[2]:

- розробки науково обґрунтованої концепції будівництва та реконструкції підприємств інфраструктури туризму, зокрема закладів розміщення та ресторанного господарства у зонах тяжіння за напрямками національної мережі міжнародних транспортних коридорів України;
- створення єдиної методологічної бази розрахунків щодо кількісного визначення потреби в певних об'єктах інфраструктури туристичної індустрії в межах певних місць туристичного призначення;
- виділення державних коштів на розбудову інфраструктури туристичної індустрії, оскільки, як доведено світовим досвідом, це є цілком виправданим вкладанням. Але проведення паралельного пошуку альтернативних джерел фінансування Програми розбудови туристичної інфраструктури.

Одним з першочергових завдань для створення позитивного туристичного іміджу України шляхом здійснення комплексної рекламно-інформаційної кампанії, має бути:

- активізація публікацій, як друкованих так і електронних, про унікальність української природи та культурну привабливість регіонів України;
- участь у професійних виставках на основних зарубіжних туристичних ринках для пропаганди національного туристичного потенціалу;
- розвиток історико-краєзнавчого туризму;
- розвиток ділового туризму шляхом проведення різноманітних конференцій та інших ділових та наукових заходів, особливо всесвітніх.

Таким чином, досягнення зазначених цілей дасть змогу поступового збалансування рівнів розвитку туризму та його інфраструктури з урахуванням особливостей регіонального розвитку територій, що, в свою чергу, призведе до оптимізації темпів зростання обсягів туристичних потоків, показників діяльності туристичних підприємств, обсягів доходів від туризму бюджетів держави, подолання тенденції скорочення кількості готелів та санаторно-курортних закладів України; збільшення частки туристичних послуг у національному ВВП.В сучаснихумовахнеобхіднозалучитидодатковіресурси в туристичну сферу, щодастьможливістьшвидковпровадитиновітнідосягненнянауково-технічногопрогресу. В той же час розширенняпропозиційновихвидівпослуг і форм обслуговування, підвищенняякостінаданихпослугтіснопов'язано з додатковимнасиченнямматеріально-технічноїбазиновимитехнічнимизасобами, інноваційнимитехнологіями.Комплексна реалізаціяподанихзаходів, спрямованих на реалізаціютуристичногопотенціалуУкраїни, вимагає як державноїпідтримки, так і залучення приватного та іноземногокапіталу в модернізаціюінфраструктури туризму. Українамаєвеликі, а головне реальні, перспективирозвиткутуристичноїгалузі, тому вона може і повинна зайнятиодне з чільнихмісцьсередкраїн – світовихтуристичнихлідерів.

Список літератури

1. Михайліченко Г.І. Інноваційний розвиток туризму: монографія / Г.І. Михайліченко. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2012. – 608 с.
2. Смирнов І.Г. Логістика туризму: навч. пос. / І.Г. Смирнов. – К.: Знання, 2009. – 444 с.
3. Офіційний сайт Всесвітньоїтуристичноїорганізації (UNWTO). – [Електронний ресурс]. // Режим доступу: http://www2.unwto.org/ru

УДК 338.48.640

Д.О.Ладичук
Студент спеціальності 051 «Економіка»
М.П.Ладичук
Викладач, голова циклової комісії економіки та туризму
Самбірський технікум економіки та інформатики
(Самбірський фаховий коледж економіки та інформаційних технологій)

ТУРИСТИЧНИЙ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИЙ БІЗНЕС РЕГІОНУ ПІД ЧАС ПАНДЕМІЇ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Останніми роками туристичний та готельно- ресторанний бізнес розвивався досить динамічно та зростав випереджаючими темпами. Один за іншим впроваджувались нові туристичні маршрути, відкривались нові ресторани, з'являлись нові формати підприємств ресторанного бізнесу. Готелі певною мірою змінювали позиції свого розвитку, їх кількість поступово зростала, переважно за рахунок апартаментів, міні готелів та гостьових будинків. Крім того збільшилась кількість бюджетних засобів розміщення (хостелів та готелей без категорій).

Сучасні реалії функціонування підприємств різних галузей економіки характеризуються досить складною ситуацією. Поширення загрози COVID-19 у всьому світі змінило діяльність усіх суб'єктів господарювання. Рецесія коронавірусу не залишила жодної індустрії недоторканою, серед яких туристичний та готельно-ресторанний бізнес є найбільш помітним та емблематичним. Сьогодні даний бізнес, як ніколи раніше, веде активну боротьбу за збереження власної життєздатності. У зв'язку з пандемією коронавірусу були вимушені закритись більшість підприємств сфери обслуговування не лише в Карпатському регіоні, але й у всьому світі[4].

Тому є необхідність дослідження впливу та наслідків спричинених світовою кризою на туристичний та готельно-ресторанний бізнес в регіоні, зокрема, створення умов для поступового виходу з рівня збитковості підприємств сфери обслуговування та запобігання стагнації в галузі.

Сам туристичний сезон 2021 року, так як і 2020 року викликає значні питання. Спостерігається різке падіння попиту на міжнародні поїздки, що викликало втрати експортних доходів від міжнародного туризму. Якщо брати на прикладі розвитку туризму в Карпатському Єврорегіоні, де значну частку відпочиваючих становили туристи з Польщі, які приїжджали на оздоровлення до м. Трускавця (бальнеологічний курорт Укрваїни), відвідували історичні пам'ятки, смакували страви української кухні, не мають сьогодні можливості подорожувати Україною. Зменшення потоку туристів привело до падіння доходів готельних та ресторанних закладів. Окремі з яких змушені були навіть закритись. Сьогодні достатньо поїхати у м. Трускавець і побачимо вулиці на яких немає гостей, або лише їх одиниці. Курорт чекає на відвідувачів.

З іншого боку все це надає перспективи для розвитку внутрішнього туризму. Одним з таких перспективних напрямів може стати відпочинок на природі. Для цього необхідно створити спеціалізовані наметові поселення-кемпінги, а ще краще побудувати глемпінгові зони. Вони міститимуть гігієнічну зону, територію під намети, облаштовану кухню або вогнища, запас дров та інше. На жаль на сьогодні в Карпатському Єврорегіоні такі комплекси відсутні, при чому природа (хвойні ліси) та водойми (річки, озера) сприяють для популяризації такого відпочинку серед населення, а також залучення туристів. Такий вид туризму може відіграти значну роль в популяризації місцевих туристичних ресурсів регіону як культурних так і природних об'єктів[4].

Потреба у безпеці споживача послуг зростає майже вдвічі. На даний момент, ресторани роблять все можливе, щоб залишитись на плаву. Доставка їжі-один із методів просування своєї продукції. Хоча прибуток з доставки не є таким же високим, як від звичайної організації споживання їжі в ресторанах.

На сьогодні населення набагато більше часу проводить в онлайні ніж раніше. І рестораторам варто приділити цьому свою увагу. У соціальній мережі, інфлюенсерах на інтернет-сайтах проводити рекламування свого закладу. Зараз можна використовувати вірусний контент і робити флешмоби. Наприклад, флешмоби з назвою закладу. Деякі ресторанні заклади

проводять майстер-класи з топовими кухарями онлайн. Все це буде грати на руку ресторaторам, і збільшувати кількість споживачів [1].

У цей важкий час багато компаній і заклади об'єднуються, щоб не стати банкрутами. З цього можна витягти масу плюсів. Учасники колаборації можуть отримати більше можливостей досягнення успіху в умовах конкуренції за обмежені ресурси. Головний плюс це те, що в компаній,що об'єднуються з'являються потенційні клієнти з боку другої компанії. Так само це більш поширена реклама [1].

Криза вплинула і на людей. Багато ресторанів це розуміють і знижують ціни на свою продукцію. Це необхідно у зв'язку з тим, що люди зараз не готові і не здатні купувати дорогі і вишукані страви. Але деякі йдуть іншим шляхом, і замість того щоб знизити ціни вони роблять різні бонуси і подарунки своїм гостям. І те, і те має місце бути, адже не всі ресторани можуть дозволити собі знизити ціну на продукцію, проте вони можуть робити невеликі подарунки і тим самим стимулюють купувати саме у них [1]. Крім цін багато ресторaторів так само змінюють і основне меню. Для цього ресторани розробляють «карантинне меню». В основному це стандартні сніданки, обіди та вечері. Крім того, зараз роблять страви, розраховані не на одну людину, а на сім'ю, приблизно на трьох-чотирьох осіб. Це допоможе розширити споживчу базу сімейними парами. Так само набирають популярність не готові страви, а заготовки страв, як правило, на кілька днів.

Але всі перераховані вище напрямки можуть не підійти для деяких ресторанних закладів.Іноді краще взяти невелику паузу, реально оцінити сильні і слабкі сторони свого бізнесу і сконцентрувати інтелектуальні та креативні зусилля на тому, щоб глобально перебудувати процеси. У довгостроковій перспективі це може дати куди більш значимий ефект.[3].

Готельному бізнесу доведеться трансформуватися і розвиватися далі: створювати сектори сервісних апартаментів під управлінням міжнародних і локальних операторів, шукати нові форми співпраці, використовувати нові технології ведення бізнесу[2].

Заслуговує на увагу цікавий досвід готельного бізнесу в умовах епідемії коронавірусу в Чехії. В її столиці Празі відкрито перший у світі готель, який прийматиме тільки хворих на коронавірус. Чотиризірковий готель на 55 номерів розташований у центрі Праги та належить мережі Czech Inn Hotels. Він розрахований на людей, які під час подорожі довідалися про те, що хворі на COVID-19, а також мешканців столиці, які хочуть ізолюватися від родини на період хвороби. Для заселення необхідно надати довідку про позитивний тест-розміститися в готелі лише з підозрою на хворобу, що не підтверджена тестом, неможливо. Обслуговування клієнтів у «коронавірусному готелі» організоване повністю безконтактно. У самому готелі спілкування з адміністратором відбувається через спеціальний монітор. А ключі залишають у дверях готельного номеру. Дистанційно можна також замовити їжу на кухні, а також страви чи ліки через службу доставки. За правилами готелю, гостям не можна перебувати за межами свого номеру, за винятком випадків, коли потрібно вийти до лікаря або забрати доставку. Персонал готелю, який забезпечує прибирання та роботу кухні, працює в захисних костюмах. Кімнати після виїзду клієнтів залишають порожніми на один день, а потім ретельно дезінфікують. У спільних приміщеннях дезінфекцію проводять щоденно.

Туризм та готельно-ресторанні об’єкти індустрії гостинності виявились одними з найвразливіших секторів економіки під час пандемії. Рівень безробіття стрімко почав зростати. Необхідно підтримувати зусилля, що направлені на відновлення робочих місць і стимулювання економічного зростання. Здійснювати взаємозв’язок з клієнтами, щоб не втратити їх у майбутньому[3].

Варто відзначити той факт, що в антикризовому порятунку туристичного та готельно-ресторанного бізнесу потрібна допомога держави. Це і спрощення системи оподаткування, пільгове кредитування, компенсація, зокрема туристичним фірмам за позапланове повернення туристів з місць відпочинку чи туристичних подорожей. Слід ініціювати створення державних фондів покриття ризиків туризму, особливо для туристичних компаній, які у своїй роботі мають соціальну складову. Вжити конструктивних заходів для розвитку внутрішнього туризму. Покращити передусім його інфраструктуру. Формувати нову інвестиційну політику щодо можливості побудови сучасних туристичних комплексів, особливо в зонах підвищеного туристичного попиту тощо.

Пандемія коронавірусу, вочевидь, докорінно змінить систему побудови низки бізнесі. Не виняток туристичний та готельно-ресторанний бізнес. Треба бути готовим до змін, адаптуватись до нових підходів.

Література

1. Гріценко О.Ф., Нєшева А.Д. Соціальний медіа маркетинг як інструмент просування продукту.*Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2013. № 4. С. 86–98.
2. Давидова О.Ю. Формування системи інноваційного управління розвитком підприємств готельно-ресторанного господарства. *Бізнес-Інформ*. 2017. № 11. С. 459–464.
3. Коронавірус: як українські ресторатори ведуть бізнес в умовах пандемії. URL: https://www.restorator.ua
3. Опитування підприємців: як пандемія коронавируса вплинула на бізнес. URL: https://biz.censor.net.ua
4. Царук Ю.Н. Коронавірус руйнує галузі. На черзі-туризм. https://nv.ua/ukr/biz/experts/skasuvannya-naybilshoji-turistichnoji-vistavki-koronavirus-znishchuye -turizm-yak-ukrajinf-mozhe-vryatuvati-gaiuz-50073177.html
5. Хроники кризиса бизнеса: кого в Украине больше всего накроет штормом корона-вируса. URL: https://www.epravda.com.ua/rus/publications/2020/03/19/658296

УДК 338.48

І.В.Гола
Т.Р.Нічкало
викладач вищої категорії
ВСП Львівський коледж харчової
та переробної промисловості НУХТ

ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШОГО РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

Сьогодні чимало пацієнтів з-за кордону звертаються по медичну допомогу до українських закладів охорони здоров'я, як приватних, так і державних. А ті своєю чергою намагаються адаптувати і медичні послуги, і сервіс до потреб медичних туристів.За даними ВООЗ, до 2022 року туризм і сфера охорони здоров'я (спільно) стануть однією з визначальних світових галузей. А оскільки населення всього світу старіє, розвиток медичного та оздоровчого туризму очікує ще більш стрімке зростання.В Україні на сучасному світовому рівні знаходяться цілі галузі медицини. Приміром, більшість українських клінік репродукції мають найсучасніше обладнання, високопрофесійний вищий і середній медперсонал, що призводить до результативності лікування на рівні світових стандартів. Аналогічні успіхи демонструють офтальмологія та стоматологія. Що стосується інших галузей медицини, тов Україні є цілий ряд сучасних і успішних клінік. Це і багатопрофільні клініки, і вузькоспеціалізовані клініки онкології та кардіології. Україна може пишатися унікальними медичними розробками, що не мають аналогів у світі, нещодавніми успішними операціями із трансплантації органів.[2] Останніми роками медичний туризм в Україні за багатьма кількісними та якісними показниками розвивається досить стрімко. Для прикладу, той же Трускавець встановив своєрідний рекорд за кількістю іноземних гостей, суттєво перевершивши показники до 2014 року. Збільшується й частка іноземних туристів, які приїжджають до нас саме з лікувальною метою.[1]

Однак неможливо створити позитивний імідж країни в цій сфері без послідовної державної політики і промоції на світовій арені. Існує й низка «домашніх завдань», виконання яких необхідне для розвитку медичного туризму. Належне оснащення клінік, відповідність кращим стандартам, затвердження клінічних протоколів, наявність чітко встановлених тарифів на медичні послуги, хороші умови перебування в державних медзакладах — усе це стимулюватиме створення повноцінної індустрії в'їзного медичного туризму в Україні, якої наразі немає.Деякі фактори гальмують розвиток медичного туризму в нашій державі. Традиційно до них належать візові проблеми. Можливо, для декого це буде «відкриттям», але громадянам низки країн світу, у тому числі економічно розвинених, надзвичайно складно відкрити українську візу. Є низка невідпрацьованих на законодавчому рівні питань як формальних (визначення понять, термінологія), так і по суті, зокрема щодо ліцензування діяльності провайдерів медичного туризму та захисту прав іноземного пацієнта. лікувальний заклад, який приймає медичних туристів, повинен вирішити технічні питання супроводу іноземців — юридичного, мовного, а також забезпечити надання супутніх сервісних послуг із проживання чи харчування.

Практично кожному регіону України є що запропонувати медичним туристам. Регіональний підхід дасть змогу розвивати галузь лікувального й оздоровчого туризму і в невеликих містах та курортах, залучати інвестиції, будувати сучасні центри, відкривати нові робочі місця й утримувати медичні кадри від пошуку альтернативної роботи за кордоном.

Медичний туризм перебуває на стику двох напрямків: медицини й туризму. Тож коли у штатному розписі компанії медичного туризму або відділу медичного туризму клініки є посада лікаря-координатора, безперечно, її повинен обіймати спеціаліст з медичною освітою. Водночас для підготовки професійних кадрів із медичного туризму більше підходять навчальні заклади, які випускають фахівців із туризму. Готових навчальних програм для підготовки спеціалістів із медичного туризму в Україні немає, але фахівці Асоціації медичного туризму готові долучатися до їх створення і взяти участь в освітньому процесі як консультанти-експерти. Українська Асоціація медичного туризму — загальнонаціональна організація, тож ставить за мету розвивати всі регіони України, а не тільки столицю.

Нині в Україні настав дуже перспективний період для розвитку в'їзного медичного й оздоровчого туризму.За умови державної підтримки вдасться пришвидшити розвиток не тільки

медичного й оздоровчого туризму, а й української медицини та туристичної галузі загалом.Робота на ринку медичного туризму - це боротьба за увагу і довіру споживача, формування оптимального співвідношення ціна\якість, а також, надання додаткових послуг окрім лікування та діагностики, виходячи з кон'юнктури ринку. Все це призводить до того, що пацієнт може не тільки вирішити свої проблеми зі здоров'ям, але і одночасно відпочити, познайомитися з місцевими пам'ятками без дискомфорту в спілкуванні і акомодації.Послуги ресторанного господарства, як правило, теж включаються у такі тури. Разом з тим медичний турист може додатково прагнути ознайомитися з особливостями кухні певної місцевості, відвідуючи заклади харчування, що принесе додаткові доходи у регіон. Послуги готельного господарства є одним із найважливіших елементів медичного туризму, якщо пропонується багатоденне розміщення туриста. Особливістю є те,що медичний туризм пропонує як стаціонарне розміщення у медичному закладі, так і у готелях регіону (наприклад, при отриманні послуг стоматологічного лікування).[4,с.24].

Серед медичних трендів - аюрведична система оздоровлення, яка ґрунтується на зв'язку людини з Природою як з першоджерелом енергії. При цьому використовується спеціальне харчування у відповідності до типу людини.Стравиаюрведичного харчування уже готують у декількох столичних закладах ресторанного господарства, таких як кафе «Аюрведа», вегетаріанське літературне кафе «Імбир», заклад у Центрі розвитку людини «Ритми життя», вегетаріанське кафе «Укроп». Фахівців з технології аюрведичних харчових продуктів готує Національний університет харчових технологій.[5]

Висновок. Медичний туризм – один із пріоритетних напрямків внутрішнього та в'їзного туризму в Україні. Тож серед основних завдань:

- підвищення якості медичного обслуговування та ефективності курортного лікування;
- покращення роботи кадрового персоналу у наданні якісних послуг;
- правове забезпечення, перегляд законодавчої бази України, розроблення закону "Про медичний туризм" та чітке окреслення поняття "кластерів";
- розроблення відомчої нормативної бази щодо співпраці з іноземними клієнтами в медичних закладах, насамперед державної та комунальної сфери;
- промоція українського медичного туризму у світі.[3]

Список використаних джерел

1. https://www.vz.kiev.ua/medychnyj-turyzm-v-ukrayini-mozhlyvosti-vs-realnist/
2. https://uamt.com.ua/UA/razvytye-medytsynskoho-turyzma-v-myre-y-ukrayne.html
3. https://www.ukrinform.ua/rubric-tourism/3114366-rozvitok-medicnogo-turizmu-v-ukraini-obgovorili-na-miznarodnomu-kongresi.html
4. Мальська М.П., Бордун О.Ю. Медичний туризм : Теорія і практика:навчальний посібник ./К. – «Центр учбової літератури», 2018р. – 128с.
5. https://reston.ua/ukr/kyiv_topics/teoriya-i-praktika-vedicheskaya-i-ayurvedicheskaya-kuhnya

Когут В.І.,
ст. гр. ГРС 2а
Шняк О.З.,
викладач вищої категорії
ВСП Львівський фаховий коледж
харчової та переробної промисловості НУХТ

ВЕЛНЕС ТА МЕДИЧНИЙ ТУРИЗМ ЯК ПЕРСПЕКТИВНИВНИЙ НАПРЯМ РОЗВИТКУ СЕКТОРУ ГОСТИННОСТІ

Останнім часом у світі спостерігається зростання інтересу туристів до оздоровчого туризму. Швидкий темп життя, епоха COVID-19, безліч стресових ситуацій, зростання потоку інформації, несприятлива екологія в більшості країн, змушує людей звертатися до цього виду туризму. З огляду на це, метою нашого дослідження є вивчення сучасного стану та можливостей розвитку оздоровчого туризму в одному із найбільш перспективних у цьому відношенні регіонів України - Львівській області.

На думку фахівців, лікувально-оздоровчий відпочинок - це різновид як індивідуального, так і групового відпочинку, який передбачає проходження певних відновлюваних і лікувальних процедур. Але за своїм змістом оздоровчий туризм є значно ширшим поняттям і передбачає досягнення таких цілей як відпочинок, рекреація (відновлення), лікування, оздоровлення.

У межах міжнародної туристичної галузі чітко визначився окремий вид діяльності – медичний та лікувально-оздоровчий spa- та wellness-туризм. Лікувально-оздоровчий туризм поділяють на лікувальний, метою якого є власне лікування, терапія, реабілітація після захворювань, і профілактичний (wellness-туризм), спрямований на підтримку організму в здоровому стані та збереження балансу між фізичним і психологічним здоров'ям людини (spa-туризм) [1]. Spa-туризм (більш традиційний лікувальний, санаторно-курортний, медичний/клінічний) спрямований на подолання конкретних захворювань та реабілітацію або корекцію тіла, а wellness-туризм (оздоровчий) є принципово новим напрямком, розрахованим на фізично і ментально здорових людей та спрямованим на підтримання здоров'я та соціального благополуччя. Wellness-туризм, у свою чергу, може бути активним (спорт і фітнес) та пасивним (програми краси) [2].

Разом із цим, в англомовній фаховій літературі також вживають терміни «wellness tourism», «health care turism», «cure tourism», «holistic tourism», «wellbeing tourism», «spa tourism», «medical tourism», «health and wellness tourism» тощо. Водночас українська фахова література вживає терміни «лікувальний туризм», «санаторно-лікувальний туризм», «медичний туризм», трапляються «spa-туризм», «wellness-туризм» тощо [2].

Медичний, оздоровчий, рекреаційний та спортивний (МОРС) сектор економіки ще не розглядається як окрема галузь, але саме цей сектор є активно-зростаючим, пост-індустріальним. МОРС може формувати ключові галузі для територій, - бо люди їдуть заради лікування, відпочити від стресу, за природою, на змагання - це більше, ніж просто знайомство з новим місцем (туризм).

Гість, обравши медичний, лікувально-оздоровчий spa- та wellness-туризм, зможе одно часно відпочивати, підлікуватись і покращувати зовнішній вигляд. Медичні spa- і wellnessцентри пропонують клієнтам оздоровчу і омолоджувальну програми, фітнес, басейни, комфортне проживання та здорове харчування, унікальне поєднання трав'яних настоїв, фітовании, йогу і медитацію, масаж, а також екскурсії, розваги, спортивний відпочинок, гастрономію та енотерапію, таласотерапію та медо терапію, і це ще не повний перелік послуг. Основними велнес –трендами 2020 року є : велнес-туризм, офісні веленс-простори, геймімікація і доповнена реальність, діджитал-детокс, косметика CBD.

У Львівській області представлені всі необхідні умови для розвитку лікувально-оздоровчого туризму. Сюди належать сприятливі кліматичні умови, наявні природні мінеральні води, лікувальні грязі, лісові ресурси, які не мають аналогів у всьому світі. На території регіону розміщені такі основні бальнеологічні курорти [4]:

1. Трускавець - найстаріший бальнеологічний курорт Львівської області, що користується великою популярністю завдяки своїй лікувальній воді «Нафтуся». Окрім того, курорт багатий різноманіттям інших мінеральних вод, які використовуються у вигляді ванн, зрошень, промивань товстого кишечника, гідромасажу ясен, інгаляцій.

2. Моршин - бальнеологічний передгірський курорт, де поєднуються природні лікувальні фактори та застосовуються сучасні технології лікувального процесу.

3. Східниця - відомий гірський бальнелогічний курорт Львівської області, що спеціалізується на комплексному лікуванні багатьох недуг з використанням мінеральних вод, озокеритної терапії, лікувальної фізкультури. Сприятливий клімат робить Східницю придатною для відпочинку в будь-яку пору року для туристів різного віку.

4. Немирів - бальнеологічний курорт оточений листяно-хвойними лісами, де разом із оздоровленням можна поєднувати організацію змістовного дозвілля.

5. Великий Любінь - бальнеологічний курорт зі сприятливими кліматичними умовами, основним природним ресурсом якого є сірководнева вода, що має унікальні лікувальні та оздоровчі властивості.

Для субрегіону Трускавець-Східниця-Моршин саме медично-оздоровчий туризм є ключовим. Тут працює понад 200 підприємств сектору гостинності - санаторіїв, пансіонатів, медичних центрів, готелів [4]. Однак через низку причин, які сьогодні зустрічаються на території регіону (катастрофічний стан комунікацій та автомобільних доріг бальнеологічних курортів, неякісне очищення стічних вод, часто незадовільний стан благоустрою курортних територій, недостатній рівень розвитку курортної та відпочинкової інфраструктури, поганий стан інженерно-транспортних споруд тощо), його розвиток є недостатнім.

Однією із проблем розвитку оздоровчого туризму у Львівській області є те, що лише невелика кількість туристичних організацій пропонують оздоровчі тури територією регіону. Оскільки не кожен місцевий турист може собі дозволити відвідування курортів у інших регіонах України або за кордоном, а іноземні туристи все ще мало ознайомлені із лікувально-оздоровчими ресурсами області, то очевидно, що туроператорам Львівщини потрібно суттєво розширити асортимент внутрішніх оздоровчих турів.

Висновки. Отже, медичний та лікувально-оздоровчий spa- та wellnesstуризм – це галузь соціально-економічного комплексу, що в багатьох країнах перетворилася на індустрію, яка бурхливо розвивається. Майбутнє лікувально-оздоровчого туризму – зміна самої концепції формування оздоровчих турів – не лише стаціонарні лікувально-профілактичні заходи, а й екскурсійні та спортивні маршрути, розважальні програми, комфортні і клієнт-орієнтовані умови; адаптація змісту оздоровчих послуг до потреб сучасного туриста. Наявні природні та культурно-історичні ресурси Львівщини на сьогодні являють собою нерозкритий ресурсний резерв регіону, раціональне використання якого призведе до значних зрушень в економіці області.

Список використаних джерел

1. Баєва О. В. Тенденції розвитку санаторно-курортного бізнесу в Україні / О. В. Баєва, Н. І. Новальська // Проблеми модернізації України. Науковий часопис. – 2015. – Вип. 1. – С. 52–55.

2. Wellness: The History and Development of a Concept. Spektrum Freizeit, 1, 84-106. Retrieved from http://www.fh-joanneum.at/aw/home/Studienangebot_Uebersicht/department_management/gtm/fue_gtm/publikationen/~biqw/Wellness_/?lan=de

3. Головне управління статистики у Львівській області. Офіційний сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.lv.ukrstat.gov.ua/

4. Оздоровчий відпочинок. URL: https://lviv.travel/ua/around-lviv

УДК

О.В. Янюк викладач першої категорії циклової комісії харчових технологій та готельно-ресторанного бізнесу, ВСП «Хмельницький торговельно-економічний фаховий коледж КНТЕУ», Хмельницький

ТУРИСТИЧІ ПАМ'ЯТКИ ЛЕТИЧІВЩИНИ НА ПРИКЛАДІ СЕЛА ЧАПЛЯ

Летичівський район розташований у східній частині Хмельницької області на Волино-Подільській височині в лісостеповій агрокліматичній зоні. Територія району складає 95136 га, що становить 4,6% від території області. Водойми займають площу 4,2 тис.га. На території району протікають 5 річок. Найбільші з них - Південний Буг, Вовк та Бужок.

Районний центр розташований на відстані 51 км від м. Хмельницького по автомагістралі Львів-Кіровоград-Знам'янка.

Сприятливі природно-кліматичні умови, вигідне географічне розташування, попит на відпочинок, наявність багатьох історичних та культурних пам'яток обумовлюють великий туристичний потенціал Летичівського району[1].

Джерело [1]

Село Чапля - розташоване за 12 км від районного центру і за 22 км від залізничної станції Деражня на лінії Жмеринка - Хмельницька. Назва села, як розповідають місцеві жителі, походить від назви птахів – чапля, які гніздилися в очеретах численних ставків по річці Безіменній. Населення 90 чоловік. Село підпорядковане Летичівській ОТГ та відноситься до Греченецького старостату, староста - Раїса Сенів.

Місцевість має 1,8 тис. га орної землі, займається рослинництвом, тваринництвом і птахівництвом.

В історичних джерелах Чапля згадується з другої половини XVII століття.

За подвиги у Велику Вітчизняну війну 82 жителі нагороджені орденами й медалями Союзу РСР.

На території села виявлені знаряддя праці доби неоліту (IV тисячоліття до н. ери). Також діє вокальний ансамбль «Срібні роси», який виконує старовинні пісні. 4 листопада - День

Казанської ікони Богоматері, село Чапля відзначає день народження «празник села». До 1862 року в Чаплі був дерев'яний Свято-Троїцький храм, про який зараз нагадує тепер кам'яний хрест, поставлений на тому місці, де знаходився храм. Теперішній храм кам'яний, також Свято-Троїцький, з окремою дзвіницею. Будівництво храму почато ще в 1835 році місцевим поміщиком Бердяєвим, але через його смерть будівництво не було завершено. В 1862 році будівництво закінчилось при священику Михайлу Хотовицькому. На даний час збудований сучасний храм за кошти прихожан села а також Данілова Володимира, батьки якого уродженці села.

Неподалік від села Чапля знаходиться древнє і загадкове джерело під назвою «хрестик». На місці джерела зроблено криницю і поставлено хрест. Вода з джерела має лікувальні властивості. Її використовують місцеві жителі для лікування хвороб очей та шкіри, а «грязі», які беруть біля джерела використовують для лікування хвороб опорно-рухового апарату. Джерело «хрестик» розташоване на місцевості «Дубина», назва місцевості називається так, тому що там росли віковічні дуби[2].

Ще за часів дяка Безкишкого Федота небайдужі односельчани вирушали у хресну ходу до «Святого джерела», щоб отримати, як вони вірили – лікувальні властивості(Мал.1).

Малюнок 1.

Джерело «хрестик»

Джерело [2]

Отже, туристична галузь Летичівщини, зокрема с. Чаплі - це великий скарб, який на жаль, занепадає, адже сучасне покоління все частіше відмовляється від поїздок у села. Місцевим органам необхідно направляти свою діяльність на пошук інвесторів та реставрувати туристичні місця які б відповідали міжнародним стандартам.

Список використаних джерел:

1. Летичівська публічна бібліотека URL : https://letrb.jimdofree.com/летичівщина-туристична/
2. Летичів Культура URL : https://www.facebook.com/letuchivkultura/posts/

О.А.Трубачов
Л.Ф.Ліхачова, керівник
викладач кваліфікаційної категорії
«спеціаліст вищої категорії»
Маріупольський коледж
Донецького національного
університету економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-
Барановського

Сучасний стан розвитку ресторанного господарства в Україні

Ресторанне господарство – це сфера людської діяльності, що в останні роки стрімко розвивається. У всьому цивілізованому світі воно є одним із найбільш розповсюджених видів малого бізнесу, тому між закладами та підприємствами постійно точиться боротьба за оптимальне позиціювання на ринку та найбільш перспективні його сегменти; за пошук нових та утримання постійних клієнтів.Роль ресторанного господарства на сучасному етапі визначається характером і масштабами потреб людей у послугах з організації споживання матеріальних і духовних благ у недомашніх умовах.

Головна задача в індустрії ресторанної діяльності визначається концепцією технології гостинності, детермінантом якої є задоволення найвибагливіших потреб споживача . Якщо гості не отримують задоволення від відвідання ресторану, то все інше немає значення.

Розвиток закладів харчування відповідних типів обумовлюється економічною ситуацією регіону . На формування сегменту ринку впливають також чинники соціальні, демографічні, культурологічні. Під впливом економічної ситуації активно розвиваються заклади із середнім рівнем цін на послуги і відповідно лідерами цього сегменту є кафе, кофейні, чайні, підприємства системної гастрономії. Фактори другого порядку формують сегмент ринку підприємств, де більш чітко виражена соціально-культурна послуга, як складова послуг харчування. Набувають поширення такі підприємства: концептуальні ресторани, кафе з клубною музикою, ресторан-клуб, клуби з розважально-тематичними програмами, коктейль-бари, пивні бари, фітнес-бари, міні-бари, ресторани для ділових зустрічей.

Нижній ціновий сегмент в ресторанному бізнесі в Києві поступається по темпах розвитку середньому. У дешеві заклади, як правило, не приїжджають спеціально, спонтанність прийняття рішення про їх відвідини складає більше 70%. Тому актуальні на даний момент формати дешевих закладів (фаст-фуд, кафе, бари) можуть бути успішними лише в тому випадку, якщо правильно підібрано приміщення і орендна ставка дозволяє отримувати прибуток. У зв'язку з цим формат Quick&Casual, що надзвичайно зажадався нині, розвинений лише на 20-25 % від можливого, оскільки дуже важко сьогодні знайти приміщення, що відповідає всім вимогам, розраховане на велику кількість посадочних місць.Що ж до ринку фаст-фудів і кафе в нижньому ціновому сегменті, то за останній рік з'явилося дуже багато піцерій (більше, ніж за останніх 3 роки разом узяті).

Як і передбачалося раніше, за останній рік активізувався розвиток чайних і кав'ярень-кондитерських. За поточний рік їх відкрилося в Києві більше 10. Добре йдуть справи в старих кафе, відкриваються нові, такі як «Nouvelle» в Пасажі, «Кофіум». Стають популярними заклади, що пропонують каву, чай, борошняні і кондитерські вироби, шоколад.

Подібна ситуація спостерігається і з перевагою барної продукції, кожне з яких може бути підставою для створення цілого формату: кав'ярні, пивні, заклади з акцентом на коктейлі або вино.Та все ж є ще незайняті ніші в цьому бізнесі. Наприклад, спеціалізовані дитячі кафе. Дитяча тема присутня в багатьох закладах, але окремої уваги вона практично не удостоюється. Недостатньо представлені підприємства, орієнтовані на переваги певного продукту (блюда або компонента меню або напою). Неймовірний простір для розвитку має кейтеринг і доставка блюд додому або в офіс. Хочеться відзначити і перспективу закладів музичної спрямованості (не нічних клубів, а швидше за арт-ресторанів і арт-кафе).

Ресторатори в конкурентній боротьбі за споживачів використовують різні інструменти:

- авторську, креативну та кухню ф'южн спрямування, в останні роки – молекулярну;
-високоякісне спеціалізоване та полуфункціональне устаткування;

-висококласні посуд та аксесуари сервірування ,сучасний дизайн;
- музичне обслуговування, в тому числі шоу-програми, пропонують послуги сомельє, фумельє, бариста, впроваджують різні дисконтні програми та інші атрактивні елементи тощо.

Висновки

Підводячи підсумок, слід зазначити, що ресторанне господарство – це одна з найприбутковіших галузей економіки, яка залучає в організацію свого функціонування значну кількість працівників.

Україна має всі складові і передумови для організації ресторанного господарства. В свою чергу, підприємства ресторанного типу є невід'ємною складовою туристичної індустрії країни. Розвиток даного бізнесу позитивно впливає на якісні та кількісні показники обслуговування туристів.

Ресторанногосподарство активно залучає продукти науково-технічного прогресу. Яскравим прикладом є автоматизація закладів ресторанного господарства, що підвищує показники ефективності, доходності, якості за зручності обслуговування.

Література:

1.ДСТУ4281-2004 "Заклади ресторанного господарства. Класифікація"
2. Організаціяобслуговування у закладах ресторанного господарства: підручник / За ред. Н.О. П'ятницької. К.: Центр учбовоїлітератури, 2011. 584 с.
3.Домбик О.М. Економічна суть діяльностіпідприємствготельно-ресторанного бізнесу / О.М. Домбик. 2013 р. – 64-63 с.
Електронні ресурси:
Сучасний стан та тенденціїрозвитку ресторанного господарства в Україні [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://www.kursak.com/suchasnyj-stan-ta-tendentsiji-rozvytku-restorannoho-hospodarstva/
Сучасний стан та тенденції розвитку ресторанного господарства в Україні[Електронний ресурс] – Режим доступу:https://tourlib.net/statti_ukr/naumec.htm

Удк 338.4.7

магістр **Яхно А.-Х.Є.**
Гримак О.Я.
к.е.н., доц., декан факультету економіки та менеджменту Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій імені С.З. Ґжицького.

ФОРМУВАННЯ СПЕЦИФІЧНИХ ОЗНАК РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

Туризм є чинником економічного і культурного розвитку держав, захисту навколишнього середовища та історико-культурної спадщини, міжнародного взаєморозуміння, миру, дотримання прав людини та основних свобод, незважаючи на расу, стать, мову та релігію. Актуальність стимулювання розвитку туристичної галузі в Україні зумовлена тим, що завдяки туризмові наша країна може поліпшити соціально-економічну ситуацію. Туризм в Україні може і мусить стати сферою реалізації ринкових механізмів, джерелом поповнення державного та місцевих бюджетів.

Специфічні ознаки ринку туристичних послуг:

- Ринок туристичних послуг утворюється внаслідок виникнення потреб та запитів населення на змістовне проведення дозвілля в подорожі реалізоване у платоспроможному попиті на пропоновані послуги та товари. Ринок туристичних послуг є похідною суспільного поступу і в той же час певною ознакою соціально-економічного рівня розвитку країни, її інтегрованості в світогосподарську систему.

- Туристичний попит та відповідна туристична пропозиція стосується одразу певного комплексу природних благ, матеріальних та нематеріальних ресурсів, послуг та товарів як загального так і спеціального призначення, який є туристичним продуктом і виступає специфічним товаром на ринку туристичних послуг.

- Попит на послуги туризму формується під дією об'єктивно-суб'єктивних умов та чинників, тому характеризується не стабільністю, мінливістю в часі і в просторі та мобільністю.

- Туристичний попит підвладний коливанням, які обумовлюють сезонний характер туристичної діяльності. Ці коливання проявляються як в часі, так і в просторі, впливаючи на характер туристичного процесу: його ритміку, напрямки руху, величину потоків та інші параметри.

-. Туристичний ринок характеризується рівнем розвитку - спроможністю виробника турпродукту задовольнити існуючий попит, та ємністю - інтенсивністю та обсягами операцій з купівлі-продажу туристичного продукту залежно від співвідношення умов та чинників внутрішнього та зовнішнього ринкового середовища. Кон'юнктура ринку, зафіксована в цінах за певний продукт на певний час, є інтегральним ринковим показником.

- Ринок туристичних послуг полікомпонентний, структурований, диференційований та ієрархізований. Компонентна структура представлена суб'єктами ринку, що є складовими міжгалузевого комплексу індустрії туризму, і відтворена в сегментації ринку попиту та ринку пропозиції турпродукту.

- Основною одиницею суспільно-географічного дослідження є національний туристичний ринок як керована, інституціональна одиниця [1].

В основу дослідження ринку туристичних послуг, особливо макро- та мезорівня, можуть бути покладені теорії співвідношення факторів, абсолютних та порівняльних переваг, попиту, їх застосування дозволяє краще зрозуміти механізм функціонування ринку та пояснити нерівномірність розвитку та територіальну диференціацію споживання, що об'єктивно існує на туристичному ринку.

Кожній окремо взятій країні місце на ринку турпослуг забезпечує загальний рівень розвитку економіки країни, система її організації, що стимулює рух основних факторів виробництва: фінансових, сировинних та трудових ресурсів. Тому вивчення будь-якої сфери економічної діяльності передбачає дослідження середовища такої діяльності, тобто дослідження умов та чинників, що впливають на певну галузь, в даному випадку, на туризм.

Таким чином, на глобальному рівні спостерігається сполучення двох напрямків в розвиткові туристичного процесу[3]:

1) інтенсивний (розвиток індустрії туризму «вглиб»), спрямований на урізноманітнення пропозиції на ринках всіх рівнів і відповідними провідними позиціями на світовому та регіональному ринках - країни-законодавці стандарту туристичного обслуговування;

2) екстенсивний (розвиток індустрії туризму «вшир»), спрямований на прилучення нових територій (регіонів, країн та окремих їх частин), що на даному етапі мають значні відносні переваги, до світового туристичного процесу шляхом створення там індустрії туризму за світовими стандартами - країни-послідовники різного рівня залежно від ступеня розвитку індустрії туризму та «відкритості» національного тури стичного ринку впливам глобалізаційних процесів.

Отже, зауважимо, що розуміння туризму як суспільного явища, яке функціонує як геопросторовий процес у формі ринку туристичних послуг, урахування просторово-часових властивостей туристичного процесу та специфіки туристичного ринку дозволило сформулювати такі закономірності функціонування та геопросторової організації ринку туристичних послуг:

1) Регіональної полілінійності, яка проявляється у різній швидкості формування регіональних ринків і обумовлює мозаїчність територіальної структури, а посилення поляризаційних тенденцій в сучасному світовому господарстві, розвиток якого детермінує інтенсивність туристичного процесу і інтеграційні властивості ринку, веде до збільшення розриву.

2) Регіональної унікальності, яка грунтується на загальних властивостях туристичного процесу з перевагою геопросторового поліморфізму, який обумовлює різнорідність умов і ресурсів для розвитку туризму.

3) Спрямованості до структурної відповідності попиту/пропозиції, що є основною рушійною силою розвитку ринку. Туристичний ринок, як система, прямує до врівноваженого ідеального стану, коли пропозиція за обсягом, номенклатурою, часовими та регіональними параметрами відповідає вимогам попиту.

Список літератури

1. Захарін С. В. Сталийрозвитоксферитуристичнихпослуг: глобальнітенденції, міжнароднавзаємодія, уроки для України / С. В. Захарін, В. П. Соболь, Ю. В. Мельник // Економічнийвіснийуніверситету. — 2013. — № 20/3. — С. 297—303. — С. 300.
2. Іванова Л. Особливостімаркетинговихкомунікаційнаринкупослуг // Маркетинг в Україні. — 2007. — № 6 (46). 6. Каплан Ф. Аналіззалежностейміжприбуткамивід туризму та економічнимзростанням на прикладіокремихсередземноморськихкраїн / Ф. Каплан, А. Акташ // Актуальніпроблемиекономіки. — 2015. — № 3. — С. 33—42.
3. Туризм в Україні: проблеми, перспективирозвитку [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://skole.com.ua/uk/papers/13-turizm/36- turizmukrproblemi.html

СЕКЦІЯ 3 : Інноваційні технології в сучасному туристичному та готельно-ресторанному бізнесі.

Бєлая Ангеліна Іванівна
студентка 21-ПВ групи, 2 курсу відділення «Права та економіки», спеціальність «Право», Київського коледжу туризму та готельного господарювання
Керівник: Бобокал Олена Миколаївна
спеціаліст вищої категорії, викладач-методист Київського коледжу туризму та готельного господарювання м.Київ, Україна

СУЧАСНІ ІННОВАЦІЇ В ТУРИСТИЧНОМУ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

У сучасних умовах переходу України до ринкової економіки в кожній галузі відбувається пошук нових шляхів і методів виробництва, здійснюється аналіз сучасного стану, окреслюються перспективи на майбутнє.

Одним із шляхів модернізації постає впровадження інноваційних технологій. Інноваціями є нові форми організації діяльності та управління, нові види технологій, які охоплюють різні сфери життєдіяльності людства.

Інновації привертають до себе увагу клієнтів за рахунок неординарності пропозицій та загалом підвищують імідж.

Інноваційність є основною характеристикою сучасної економіки. У наш час науково-технічного прогресу інновації в туристичному та готельно- ресторанному бізнесі відіграють чи не головну роль у висококонкурентні боротьбі за кожного клієнта.

Застосування новітніх технологій дозволяє власникам підвищити ефективність свого господарства, знаходити нові резерви підвищення якості обслуговування та надання нових послуг.

Стрімкий розвиток інноваційних технологій є основною причиною масштабних реформ, що можуть перетворити туристичний та готельно-ресторанний бізнес на провідні галузі економіки

Проблемам інноваційної діяльності було присвячено багато досліджень провідних вчених, серед яких О. Арламов, М. Бургін, Л. Ващенко, Г. Герасимова, Л. Даниленко, Л. Подимова, О. Попова, А. Хуторський, А. Ніколс та інші.

Вивченню проблем розвитку туристичного та готельно-ресторанного господарства приділена велика увага вітчизняних науковців, фахівців, а саме: О.Головко, Г. Круль, М. Мальської, Л. Нечаюк, О. Шаповалової. У цих роботах розглядаються організація та розвиток туристичного та готельно – ресторанного господарства, аналізуються чинники, що впливають на ринок туристичного та готельно-ресторанного бізнесу в Україні.

Основною характеристикою сучасної економіки є інноваційність. Інноваціями є новостворені і вдосконалені конкурентоздатні технології, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і соціальної сфери.[1]

У наш час науково-технічного прогресу інновації в туристичному та готельно-ресторанному бізнесі відіграють чи не головну роль у висококонкурентнійборотьбі закладів за кожного клієнта. Власники бізнесу застосовують новітнітехнології з метою підвищення ефективності свого господарства, надання новихпослуг та пошуку нових резервів підвищення якості обслуговування. [3]

Туристичний та готельно-ресторанний бізнес сьогодні є одними з високодохідних галузей господарювання, які динамічно та безперервно розвиваються в сучасних умовах глобалізації, сприяючи вирішенню цілого ряду соціально-економічних проблем. Завдяки цим

галузям підтримується високий рівень життя населення, з'являються нові робочі місця, створюються передумови для поліпшення платіжного балансу країни.

Тому у сучасній світовій системі господарювання туристичний бізнес займає провідні позиції та виступає невід'ємною складовою розвитку світового ринку. Що стосується туризму, то на сучасному етапі розвитку істотне значення має формування та ефективне функціонування системи інноваційного менеджменту. Внаслідок постійного зростання підприємств, значною мірою зростає конкурентна боротьба за споживача послуг. Для того, щоб протистояти цій боротьбі і забезпечити міжнародну конкурентоспроможність, туристичні підприємства усе частіше використовують інноваційні інструменти, зокрема технологічні інновації.

У туристичному бізнесі постійно впроваджуються інновації різноманітного характеру під впливом, як інтелектуального розвитку людства, так і науково-технічного прогресу. [2]

Виникнення інновацій в сфері туризму відбувається абсолютно несподівано і навіть непередбачувано під впливом подій в суспільстві, а тому вивчення сутності інноваційних процесів, причин появи нововведень, розробка методів їх впровадження становить значний і практичний науковий інтерес.

Поява сучасних засобів інформації та зв'язку зумовило суттєвий вплив на суспільне виробництво і побут людей. Нині сучасну туристичну діяльність і роботу турфірм не можна уявити без мережі Інтернет. Сучасна аудіо, відео-техніка істотно змінила технологію менеджменту, а процес управліннядійснюється в режимі реального часу іт.д. Таким чином, відбувається інтеграція інформаційних громадських інструментів і послуг у всіх видах туристичної діяльності, зокрема, малими підприємствами. їх використання державними і приватними туроператорами, особливо малими та середніми підприємствами, посилюються і проявляється у підвищенні обізнаності та партнерських ініціативах, а також належному використанні різних національних і європейських програм [2].

Говорячи про готельно-ресторанний бізнес, то його подальший розвиток також є неможливим без сучасного обладнання і використання новітніх технологій. Конкурентна боротьба і цілий ряд інших вимог ринку стимулює необхідність впровадження інновацій. Важливість їх використання також обумовлюється мінливими вимогами споживачів.

Останнім часом суттєву конкуренцію підприємствам готельного господарства і, в тому числі, великим готелям, створюють фізичні особи – суб'єкти підприємницької діяльності, які переважно утримують невеличкі готелі та є власниками приватних будинків та квартир, кількість яких за останні роки інтенсивно зростає.

Вони пропонують відвідувачам повний спектр основних та додаткових готельних послуг при значно нижчій їхній вартості.

У сфері готельно-ресторанного бізнесу є величезна конкуренція. Ринок дуже агресивний, пропозиція випереджає попит, тому готелям важко відстоювати свої інтереси. У цьому випадку тільки поліпшення якості обслуговування і пропозиція особливих послуг можуть врятувати становище,однак дрібним готелям часто доводиться виживати і працювати собі у збиток.

Ще одна проблема – непередбачуваність повернення інвестицій. Сучасні тенденції розвитку готельного бізнесу припускають окупність вкладень за 5-6 років, проте на ділі може виявитися, що невеликий готель просто не зможе впоратися за цей термін [3].

Електронне управління готелем є однією з найпопулярніших нині розробок. Для готелю під замовлення створюється спеціалізована система, до якої підключаються всі співробітники. За допомогою веб-ресурсу вони можуть отримувати всю необхідну інформацію про готель у будь-який момент, бачити всі зміни, що у ньому відбуваються та виконувати ряд інших важливих операцій.

Готельно-ресторанна індустрія дозволяє використовувати все різноманіття комп'ютерних технологій, починаючи від спеціалізованих програмних продуктів управління готельним підприємством до застосування глобальних комп'ютерних мереж. [4]

На сьогоднішній день у готельній індустрії використовується досить багато новітніх інформаційних технологій: глобальні комп'ютерні системи резервування, інтегровані комунікаційні мережі, системи мультимедіа, інформаційні системи менеджменту та ін. Найбільший вплив сучасні інформаційні технології мають на просування готельного продукту.

Засоби інноваційної діяльності стають визначальними факторами для конкурентоспроможності індустрії туризму та готельно-ресторанного бізнесу і активізації обмінів з іншими секторами економіки, що нею пов'язані.

Інноваційна діяльність в сфері туристичного та готельно-ресторанного бізнесу спрямована на створення нового або зміну існуючого продукту, на вдосконалення готельних, транспортних та інших послуг, освоєння нових ринків, завоювання довіри клієнта, формування позитивного іміджу та впровадження передових інформаційних технологій і сучасних форм організаційно-управлінської діяльності.

Необхідність впровадження інновацій у сфері туристичного та готельно-ресторанного бізнесу стимулює конкурентна боротьба і цілий ряд інших вимог ринку. Важливість їх використання також обумовлюється мінливими вимогами споживачів. Впровадження інновації стає об'єктивною необхідністю на всіх етапах діяльності підприємства.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Про туризм: Закон України від 15.09.1995 р. № 324/95-ВР. URL: https://zakon.rada.gov.ua
2. Ковальчук І. Є. Інноваційні технології в туристичному бізнесі.2017. С.2-3.
3. Про затвердження Правил користування готелями й аналогічними засобами, розміщення та надання готельних послуг: Наказ Державної туристичної адміністрації
4. України від 16.03.2004 № 19. URL: https://zakon.rada.gov.ua
5. Талалай В.В. Сучасний стан та перспективи розвитку туристичної галузі в Україні.2016. С. 1-3.
6. Шаповалова О. М. Інноваційна діяльність, як основа підвищення конкурентоспроможності готельного господарства. Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. 2013. № 16. С. 224-228.

ВИКОРИСТАННЯ НОВІТНІХ ТЕХНОЛОГІЙ ВІРТУАЛЬНОЇ ТА ДОПОВНЕНОЇ РЕАЛЬОСТІ У СФЕРІ ТУРИЗМУ

Борщевська У.В., студентка гр. ГРС-3б
науковий керівник – голова циклової комісії
готельного обслуговування **Чередняк Н.А.**
ВСП «Львівський фаховий коледж
харчової і переробної промисловості НУХТ»

Анотація. Статтю присвячено дослідженню специфіки використання новітніх технологій для задоволення потреб сучасного туриста. Розглянуто особливості реалізації доповненої та віртуальної реальності як інноваційного продукту, що має значні перспективи для розвитку сфери гостинності.

Ключові слова: туризм, новітні технології, віртуальна реальність, доповнена реальність.

Постановка проблеми.В сучасних умовах активно розвиваються інноваційні технології, які знаходять широке поширення у багатьох сферах людської діяльності, а саме в туризмі.Впровадження та розвиток інноваційних
технологій, призводить до посилення конкурентних позицій туристичних підприємств на світовому та національних ринках.Це вимагає від компаній готельно-туристичного бізнесу високих темпів запровадження інноваційних продуктів, оскільки затримка у введенні сучасних продуктів негативно впливає на туристичний попит та не найкращим чином відображається на іміджі туристичних брендів.

Метою дослідження є комплексний аналіз особливостей запровадження технології доповненої та віртуальної реальності в сферу туризму.

Виклад основного матеріалу. Туризм є однією з найбільш перспективних та прибуткових галузей світової економіки. Працівникитуристичноїсферипостійноперебувають у напруженні, очікуючиновихзмін. Настав час віртуальної та доповненоїреальності в туризмі.

Віртуальнареальність (ВР, virtualreality, VR, штучнареальність) - створенийтехнічнимизасобамисвіт, якийпередаєтьсялюдині через їївідчуття: зір, слух, дотик і інші.

Мандрівникивжепослуговуютьсягарнітурами для віртуальноїреальності, щобпобачити себе у певнихмістах, готеляхчи на курортах. Вони можутьзаздалегідьдосліджуватимайже будь-якімісцини у світі, а лишепотімприйматирішенняїхатитудичині.

Віртуальнареальністьніби переносить вас в іншемісце, а доповненареальністьдозволяєлюдиніотримуватибільшдетальнуінформацію про певнемісце, використовуючидодатки на своємусмартфоні. У сучасномусуспільстві, підвпливомпроцесівглобалізації і технологічногорозвитку, виникаєновий вид туризму, новийпростір для відвідування - віртуальний. ЗгідноізStephenWearing, *віртуальний туризм* - це вид туризму без подорожі, подорож без фізичногопереміщення - переміщення, яке відбувається в уяві, а дестинаціязнаходиться у зображенні, а не у географічнійлокації [4].

Віртуальний туризм є доситьрізностороннім і включаєнаступне: звичайневідвідуваннясайтів з фотографіями, статтями та відео, стеження за онлайн-щоденниками, участь у віртуальних турах (прогулянка по містучи музею) абозанурення у віртуальнісвіти («віртуальніреальності») [3].

Доповненареальність (в перекладі з англійськоїaugmentedrealityабо AR) – цедоповненняфізичногосвіту за допомогоюцифровихданих, яке забезпечуєтьсякомп'ютернимипристроями (смартфонами, планшетами та окулярами AR) в режимі реального часу.

AR-технологіїможназастосовувативсюди: віднавчання, ігор, мистецтва, туризму до культурноїспадщини і музеїв. Цейінструментякісно і змістовнозмінює наше споживанняінформації, допомагаєзануритись у пізнання нового, створитиновіунікальніпродукти, якіпривертатимутьувагу.

Високашвидкістьрозповсюдженняцієїтехнологіїдозволяєстверджувати, що в найближчомумайбутньому вона вважатиметьсядомінуючою та перетвориться на феномен цьогостоліття.

Уперше про технологіюдоповненоїреальності почали говоритина початку XXI століття, але широковідомою вона стала у 2012 році, післяпоявисмарт окулярів*GoogleGlass*.Окуляривидають на дисплей інформацію про об'єкти, з якимикористувачвізуальноконтактує. Наприклад, теоретично можна, гуляючи по місту в окулярах GoogleGlass, побачитирозташуваннянайближчихресторанів, прочитати меню та відгуки, замовити столик тощо.

Доповненареальністьпереважнореалізується через використання*QR-кодів* (англ. quickresponse — швидкийвідгук).Основнаперевага такого коду виявляється у його легкому розпізнаванні сканером, зокрема за допомогоюфотокамери, планшета або смартфона. Такатехнологія є дуже популярною під час створенняспеціальнихсервісів, пов'язаних з туризмом, музейною справою, громадським транспортом, готельними та ресторанними послугами. Система не тількивідображаєнеобхіднуінформацію, але й дозволяєкористувачупобудувати на їїосновісвійпішохідний, автомобільнийабоінший маршрут, а такожзапам'ятатийого.

Ви можете навести смартфон на двері ресторану, в якомузбираєтесьвечеряти, та отримаєтевідгуки про цемісцеабо ж зможетепереглянутивідео, на якому шеф-кухарготує вашу улюбленустраву. Такождоповненареальністьдозволяємандрівникамбрати участь у віртуальних турах готелями, курортами, музеями тощо, абивизначитись з бажаниммісцемвідпочинку. Якщо ж виїдете в країну, мовуякоїнавітьніколи в житті не чули, то тут стануть у пригодідодатки до смартфонів, якіможуть автоматично перекладатиусідрукованіматеріали – меню, знаки, газети.

Наша країнатакожнамагаєтьсяйти в ногу з часом, і технологіїдоповненоїреальностівжез'являються у великих містахкраїни. Почалося все зі Львова та йогосистемиінформаційних QR-кодів, підготовлених до фінальноїчастиничемпіонатуЄвропи з футболу 2012 року. Активістиоб'єднаннябізнесменів "ТуристичнийрухЛьвова"розмістили QR-

кодибільшеніж на 80 туристичнихоб'єктахміста. Переважноцебулиспоруди у центральнійчастині, якімаютьважливезначення: музеї, готелі, ресторани, а такожоб'єктиісторико-культурноїспадщини [5].

Втуризмі та культурнійспадщині за допомогою AR, бренди і організаціїпроводятькреативніпромоційнікампанії, щобпривернутиувагу до новихабо давно відомихтуристичнихдестинацій. СаметакіпромоційнілистівкидоповненоїреальностімаєЛьвів та Чортків. Звісно, щолистівкицесувенір, якийможназабрати з собою додому, подаруватидрузям і показуватисім, яку красу вибачили. Такожможнапоруч з об'єктамиспадщинирозміщуватипостери, якіпрацюватимуть за допомогою смартфона. Так люди зможутьоглянутибудівлю з усіхсторін, навітьякщочастинаоб'єктузакрита для відвідувачів.

Музеїможутьробитистатичнуекспозиціюінтерактивною і приваблюватищебільшевідвідувачів, особливо молодь, яка постійнозі смартфоном. Наприклад, Одеськийхудожній музей створив AR-маски, які оживляли деякікартини з колекції. А ось вІвано-Франківськомукраєзнавчомумузеївідкриласяанімаційнавиставка "Відтінкимарсали" художниціНаталіДовганюк. Повністюроздивитисякожну картину можна за допомогою QR-коду. Для цього треба завантажитиспеціальниймобільнийзастосунок. Тоді на екрані телефона зображення "оживає".

Подібнихпроєктівможназнайтибезліч як в Україні, так і закордоном. Головне те, щотехнологіярозвивається, стаєдоступнішою і є люди й організації, якізнаходятьваріанти, як цевикористовувати в роботі з культурною спадщиною, в туризмі, комунікаціях, освітітощо.

Використаннятехнологійдоповненоїреальностістворюєбезлічможливостей для розвитку туризму. Туристипостійно в пошукахновихвражень і красивихмісць.

Технологіюжевикористовуютьвідділи туризму Європейськихміст і туристичні бренди по всьомусвіту, і все зарадиоднієї мети, – створитинезабутні та унікальнівраження для туристів. Аджелегкістьвикористаннядодатків з доповненоюреальністюзі смартфона створюєпозитивнийдосвід для користувачів.

Розглянемодеяківаріанти, як можнавикористовувати AR туристичниморганізаціям:

- *AR на туристичних дестинаціях* – якщо ви прагнете привернути більше уваги туристів до місцевих історичних та культурних пам'яток, додаткова інформація, яку можна отримати через смартфон зісканувавши спеціальний код, геолокацію або об'єкт – саме те, що вам потрібно. Ви створюєте контент, з якимкоженпоціновувачкультурноїспадщинизможеознайомитисьзавдякиспеціальномудодатку на своємутелефоні. І це точно буде перевірена і вичерпнаінформація, яку можеотриматилюдина. Додамо, щодоповненареальністьстворюєвідчуття, коли тидізнаєшся про туристичнудестинацію і об'єкти на місцевості в ігровомуформаті.

- *AR для подорожей та проживання* – добре спланованаподорожвимагає часу та вивченнявеликоїкількостіінформації та їїперевірки (де поїсти, де зупинитись, туристичні і нетуристичнімісця, як працює транспорт тощо). В підготовці до мандрівки і безпосередньопід час туристивикористовують смартфон, бовінзавжди з собою. Тому туристичнікомпанії та

оператористворюютьдодатки з можливістювикористовуватидоповненуреальність.

Наприклад, щобознайомитись з апартаментами, оглянутиключовілокації та об'єкти, абонавітьоцінитирозміривашоїручноїпоклажі за критеріямиперевізника.

- *AR для асистуваннямандрівникам* – цедобрий та інформативнийкомпаньйон для подорожей. AR-додаткишвидкорозв'язуютьнайпоширенішіпроблемитуристів, такі як мовнийбар'єр, проблеми з навігацією на місцевостітощо. Мандрівникиможутьвикористовуватисмартфони для скануваннявивісок, меню та іншоїпублічноїінформації та розумітиїї за лічені секунди.

Наприклад, 3D ГІД або віртуальний гід у м. Суми.За допомогою застосунку Ulab AR відбувається магія і таблички оживають. Іван Герасимович Харитоненко розповідає про пам'ятки архітектури міста Суми.

Також, у жовтні 2019 року, відбулася презентація смартфонного додатку доповненої реальності для експонатів Львівського музею Михайла Грушевського – «DMH Lviv AR».

Висновки. Обґрунтовано доцільність використання новітніх технологій віртуальної та доповненої реальності у туристичній сфері. Нинішня епоха інформатизації, безумовно, спровокувала суттєві зміни в туристичній діяльності. Кожналюдинаможеотриматинезабутнівраження, якщо в їїподорождодатитехнологіювіртуальної та доповненоїреальності.На сучасномутуристичному ринку існуютьусіпередумови для активного розвиткуданоїтехнології. Великий плюс віртуальної та доповненоїреальності в туризмі в тому, що вони щезнаходяться на етапізародження, протемаютькудирозвиватися.

Список використаної літератури:

1. Власова Н. Інноваційна діяльність в туристичному бізнесі / Н. Власова, В. Смирнова, Н. Семененко // Культура народів Причорномор'я. - 2009. - №176. - С.113-114.

2. Крупа І. П., Козловський Є. В. Особливостівикористанняінформаційнихтехнологій в процесізбереженняпам'ятокісторії та культури // Актуальные научные исследования в современном мире: Сб. научных трудов XXVIII междунар. научн. конф., Переяслав-Хмельницкий, 26-27 августа 2017 г. — ПереяславХмельницкий, 2017. — Вып. 8 (28), ч. 2. — С. 9–14.

3. Новиков В.С. Инновации в туризме: учеб. пособие. М.: Изд. центр «Академия», 2007.208 с.

4. Wearing S. TouristCultures: Identity, PlaceandtheTraveller / S. Wearing, D. Stevenson, T. Young. GB: SAGE, 2009. 185c.

5. У Львові побільшає QR-кодів. Zaxid.net [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://zaxid.net/u_lvovi_pobilshaye_ qrkodiv_n123538

УДК 658.51

Ю.Л. Гейдарова, студентка
О.Л. Вільхова, викладач ВСП «Фаховий
коледж харчових технологій та підприємництва
Дніпровського державного технічного університету»

ПОРІВНЯЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА АВТОМАТИЗОВАНИХ СИСТЕМ, ЯКІ ВИКОРИСТОВУЮТЬСЯ В ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Заклади ресторанного господарства - це складна, досить цілісна система, головною функцією якої є виробнича діяльність з випуску продукції, тобто функціонування виробничої системи [1]. Щоб механізм управління був досить злагодженим і не приніс керівникам підприємства збиток, необхідно оперативно приймати комплексні рішення, що стосуються всього підприємства.

Щоб спростити процес управління, слід мати досить ефективну систему управління підприємством, яка буде містити систему менеджменту якості та інформаційну систему їх підтримки.

Можна виділити кілька цілей автоматизації діяльності підприємств:

1) збір, обробка, зберігання та надання даних про діяльність організації та зовнішньому середовищі у вигляді, зручному для фінансового і будь-якого іншого аналізу, і використання при прийнятті управлінських рішень;

2) автоматизація виконання технологічних операцій, які складають цільову діяльність підприємства;

3) автоматизація процесів, що забезпечують виконання основної діяльності [3].

Сьогодні розвиток ресторанного бізнесу не обходиться без використання автоматизованих систем управління, що підвищує оперативність і якість обслуговування відвідувачів. Впровадження автоматизованої системи, у свою чергу, призводить до зниження витрат і підвищенню прибутковості підприємства, а також збільшує продуктивність праці співробітників. В закладах ресторанного господарства застосовують такі програми як «R-keeper», «iiko» і «Тактиръ». Ці системи досить зручні й прості у використанні, а також відповідають всім необхідним вимогам для автоматизації підприємства.

Нижче подається детальніший опис перерахованих програм.

Система «R-keeper» містить в собі ряд програмних продуктів, комплект яких встановлюється вже потребами самого підприємства. Ця програма потрібна для високого касового обслуговування, вона має різні інструменти для контролювання складського обліку, а також допомагає в фінансовому менеджменті. Система «R-keeper» підходить для різних підприємств харчування. Вивчення даної системи є досить легкою, необхідні лише базові знання.

Система «iiko» дозволяє автоматизувати роботу підприємства харчування та контролювати процеси, які відбуваються всередині закладу. Наприклад, в даній програмі показуються всі фінансові операції, а також видно, що в даний час готують на кухні, скільки порцій і кількість різних страв.

Система «Трактиръ» дозволяє автоматизувати робочі місця керівництва, офіціантів, шеф-кухаря, товарознавця і бухгалтерів. Дана програма необхідна для контролю за персоналом, для отримання різних звітів по управлінським завданням.

Слід зазначити, що системи «R-keeper», «iiko», «Трактиръ» мають різноманітні функціональні модулі. Це потрібно для того, щоб користувач міг до основного додати додаткові функції, які необхідні для його підприємства харчування. Порівняльна характеристика систем представлена в таблиці 1.

Таблиця 1 - Порівняльна характеристика систем

Найменування функцій	«R-keeper»	«iiko»	«Трактиръ»
1	2	3	4
Фінансовий функціонал			
Управлінський план рахунок	+	+	-
Баланс підприємства	-	+	-

Звіт про прибутки та збитки	-	+	-
Ведення бюджету за планом і фактичний аналіз	-	+	+
Облік продажів			
Резервування столиків	+	+	-
Облік харчування співробітників	-	+	+
Модуль управління доставкою	+	+	-
Дозатор розливу напоїв	+	-	-
Облік товарів			
Використання сканера ШК	+	+	-
Контроль допустимих залишків	+	+	-
Контроль закупівельних цін	-	+	-
Формування стоп-листка	-	+	-
Виробництво страв і напівфабрикатів			
Складання страв	+	+	+
Історія зміни тех.карт	+	+	+
Управління лояльністю			
Дисконтні системи	+	+	+
Бухгалтерський облік			
Обмін даними з бухгалтерією	+	+	+
Ведення бухгалтерського обліку	-	-	+

В результаті порівняння систем було виявлено, що програма «iiko» володіє найбільшим набором функцій і є найбільш автоматизована. Система «Трактиръ» спрямована на окремі модулі такі, як «Виробництво страв і напівфабрикатів» і «Бухгалтерський облік», але розробники передбачили, що в ситуації, коли потрібно залучити більше модулів, їх можна придбати додатково. Система «R-keeper» є однією з перших, головними перевагами є те, що її можна використовувати в будь-яких типах підприємств харчування, вона інтегрована з системою спостереження, може планувати робочий час персоналу, підключає обладнання прямо до системи, а також в неї входить CRM-система.

У висновку хочеться відзначити, що при виборі системи потрібно спиратися на те, що саме потрібно підприємству: більше функціональних можливостей (наприклад, iiko і R-keeper) або концентрація на певних / основних функціональних модулях (наприклад, Трактиръ).

Список літератури

1. Богушева, В.И. Организация обслуживания посетителей ресторанов и баров: учебное пособие / В.И. Богушева. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2012. – 416 с.

2. Зайко, Г.М. Организация производства и обслуживания на предприятиях общественного питания: учебное пособие / Г.М. Зайко, Т.А. Джум. – М.: ИНФРА, 2013. - С. 17.

3. Радченко, Л.А. Обслуживание на предприятиях общественного питания: учебное пособие / Л.А. Радченко. – М.: Феникс, 2013. – 320 с.

Данило Д.І.
ВСП «Львівський фаховий коледж
індустрії моди КНУТД»
м. Львів
Науковий керівник:
Мовчан В.П., викладач маркетингу,
спеціаліст вищої категорії,
старший викладач

ЗАСТОСУВАННЯ АРОМАМАРКЕТИНГУ В ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ

В умовах сучасної конкурентної боротьби в готельному бізнесі кожна компанія використовує найрізноманітніші засоби впливу на споживача та нестандартні способи залучення клієнтів. Готельні бренди намагаються відтворити образ «затишного будинку», куди хочеться повертатися. Поряд з іншими методами занурити гостей в комфортну атмосферу, посилити враження від перебування в готелі допомагають сучасні технології, зокрема аромамаркетинг.

Аромамаркетинг є порівняно новим методом впливу на споживачів, адже лише наприкінці XX ст. розпочалося вивчення психологічних чинників, які позначаються на виборі покупців. Цей напрям досліджень відобразили у своїх працях такі провідні зарубіжні і вітчизняні вчені, як Р. Аксель, М. Аршамбо, Л. Бак, О. Босак, В. Вудвуд, І. Данченко, Н. Заворохіна, М. Лідстром, Д. Новіков, Т. Окландер, Л. Сагер, Л. Серас, Е. Тімашов, А. Хірш та ін. Значну частину досліджень у сфері аромамаркетингу виконали окремі компанії, які аналізували власну діяльність та довели ефективність використання засобів аромамаркетингу. Всі вони відзначили значний приріст продажів від 5% до 150% і більше. [1].

Статус готелю залежить від безлічі показників – рівня сервісу, внутрішнього та зовнішнього благоустрою, кваліфікації персоналу. Але окрім глобальних аспектів на престижність закладу впливають і інші фактори. Наприклад, те, які запахи відчуваються в готелі. Нерідко гості не запам'ятовують гарну музику, що грає в холі, або ексклюзивні деталі інтер'єру, але приємні аромати надовго збережуться в їх пам'яті .

Користуючись послугами готельного бізнесу, людина очікує отримати максимальний комфорт. Окрім візуальної чистоти та продуманого дизайну, важливим також є ароматизація готелів. Аби клієнт хотів повернутися, він має відчувати прив'язаність, мати позитивні враження і підсвідомо виокремити цей заклад із низки інших. І якраз продуманий запах в готелях і має цей підсвідомий вплив.

Аромати – це потужний та ефективний інструмент сучасних продажів Завдяки ароматам можна управляти підсвідомістю людей, адже запахи сприяють відродженню спогадів. Різні аромати можуть провокувати певні емоції, реакції, спогади й асоціації. На цьому принципі й ґрунтується механізм аромамаркетингу - напряму маркетингу, який використовує запахи для підвищення продаж.

Нині в готельній індустрії найбільш популярними інструментами аромамаркетингу є: звичайна ароматизація повітря, яка створює певний настрій і атмосферу. аромабрендинг, коли підбирається певний аромат, який стане певною візитною карткою бренду; аромадизайн – передбачає стимуляцію емоцій і створення певної атмосфери за допомогою різних запахів; аромаклінінг, який дає змогу позбутися будь-якого неприємного запаху і замінити його свіжим ароматом; аромаполіграфія – можна надати аромат будь-якій поліграфічній продукції; аромасувеніри - подарунки клієнтам з таким фірмовим ароматом, ароматизація подій (BTL). [2]

Основними завданнями готельного аромамаркетингу є: підкреслити неповторність готелю і дизайну приміщень за допомогою аромамаркетингу; створити особливу атмосферу в місцях перебування клієнтів (поліпшення іміджу організації); посилити відчуття комфорту і бажання залишитися в готелі довше, що допоможе підвищити продажі готельних послуг; закріпити в пам'яті відвідувачів образ місця, куди хочеться повернутися; зонувати простір в рамках аромадизайну; підвищити лояльність гостей готелю; нейтралізувати, за необхідності, небажані запахи.

Правильна ароматизація готелю дозволить впливати на рішення клієнтів, формувати персоналізований ароматичний стиль, що буде асоціюватися тільки з конкретним готелем чи мережею, а також набувати постійних відвідувачів.

На сьогоднішній день з'явилося поняття "запах готельного бренду". Аромат бренду безумовно може стати гарною рекламою і невід'ємною частиною іміджевої програми готелю.

Наприклад, завдяки запаху яблука, що застосовується в готелі “Hilton”, була створена атмосфера комфорту і повторне відвідування клієнтами зросли на 23%.[2]

Підкреслити гостинність і респектабельність закладу, а також створити комфортні умови перебування постояльців в готелі допоможуть аромати, які підбираються відповідно до сезону. Це призводить до підвищення відвідуваності готелю. Навесні для готелів підійдуть свіжі аромати орхідеї і квіткові композиції, восени - запах сіна і опалого листя, влітку - легкі, повітряні і сонячні аромати, взимку - холодні і свіжі аромати, що подаються у повітря за допомогою аромамашин.

Аромамаркетинг готелів передбачає широке використання різних методів ароматизації. Це можуть бути дифузори, системи загальної вентиляції, аромамашини, саше для шафи чи ароматичні свічки. В залежності від кількості, комбінування та обраного методу, ці ароматизатори можна використовувати для готелів різного розміру і статусу. Ароматизатори для приміщень доцільно розміщувати в фойє готелів, в коридорах, номерах і ресторанах.

Для здійснення задач у напрямку ароматизації повітря приміщень, підприємства готельного бізнесу використовують послуги компаній, які працюють на ринку аромамаркетингу. Такі компанії пропонують різноманітне обладнання для аромамаркетингу, а також мають безліч аромакомпозицій. Лідерами в виробництві систем і витратних матеріалів з ароматизації повітря для професійного застосування в громадських місцях є фірми Reima Air Concept, Vap’a’Dor, Air Aroma, Floressence, Jean Niel, Payan Bertrand, ScentAir. Ароматичним брендингом для бізнесу в Україні займаються п'ять провідних компаній, а саме: агентство аромабрендингу Ol.factory, компанія "StH Group", ПП «Арома-Трейдинг» Aroma Selective, Аромакс. [3]

Великі мережі всесвітньо відомих готелів, таких як Swissotels, Hotels&Resorts, Holiday Inn, Hilton, Accor Four Points by Sheraton, Hard Rock Hotel, , Hyatt, The Ritz-Carlton, Sheraton, Westin Hotels & Resorts успішно використовують ароматехнології для зміцнення своїх брендів і підвищення лояльності гостей. Потрібно відмітити, що в Україні можливості аромамаркетингу використовуються ще недостатньо. Зокрема у Києві лише декілька готельних підприємств використовує у своїй діяльності аромамаркетинг - це Premier Palace,, Hyatt, Ramada Encore Kiev, Ribas Hotels Group. [3].

Висновки. Аромамаркетинг - ефективний інструмент розвитку готельного бізнесу, перевірений часом. Тому ароматизація повітря в готелі це абсолютно обґрунтований і, головне, економічно виправданий крок. У сучасних умовах жорсткої конкурентної боротьби нехтування таким маловитратним та прогресивним методом збільшення прибутків, як аромамаркетинг, послаблює конкурентні позиції підприємства.

Список використаних джерел:

1. Линдстром М. Buyology: Захоплююча подорож в мозок сучасного споживача / М. Линдстром. – М. : Эксмо. – 240 с.

2. Аромамаркетинг для вашого бізнесу[Електронний ресурс] – Режим доступу: https://www.sth-gr.com/

3. Аромамаркетинг як інструмент для комунікації. Аромати в готельному бізнесі [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://eba.com.ua/aromamarketyng-yak-instrument-dlya-komunikatsiyi-aromaty-v-gotelnomu-biznesi/

ІННОВАЦІЙНІ МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

ст. гр. ГРС- 2б
Керівник: Яцина Т.І.
Львівський фаховий коледж
харчової та переробної промисловості НУХТ

Анотація. Розглядається необхідність пошуку інноваційних методів управління персоналом як стратегічним ресурсом підприємств індустрії гостинності в сучасних умовах господарювання.

Ключові слова: методи управління, персонал, індустрія гостинності, інновації.

Постановка проблеми: Для сучасного управлінця підприємств індустрії гостинності стає надзвичайно актуальним питання щодо пошуку найбільш ефективних методів управління персоналом, максимізація використання його потенціалу задля забезпечення продуктивної роботи підприємства, підвищення його конкурентоспроможності та прибутковості.

Мета : Послуги, що пропонуються підприємствами туризму, готельного та ресторанного господарств потребують безпосереднього контакту персоналу з клієнтом, що значно підвищує вимоги до його професійної компетентності, комунікабельності, культури та творчості у вирішенні ситуативних проблем з клієнтом. Розуміння цього, ставить перед сучасними управлінцями завдання пошуку нових методів управління персоналом.

Виклад основного матеріалу: Більш сучасні методи управління пропонують використання так званих 3-х стилів:[1]

- стиль участі (пояснити чому працівник важливий у команді, створити відчуття власної значущості; застосовується для нових членів команди та працівників низових ланок);

- стиль безпосереднього керівництва (дати працівникам відповідь на 5 запитань Що?Де?Як?Чому?Коли?; працівники повинні знати що повинні робити, які їхні обов'язки, коли робота повинна бути завершена; як приклад, цей метод часто застосовується в організації роботи працівників клінінгових служб готельних підприємств);

- стиль командної роботи (обмін досвідом, спільне вирішення проблем, колективні поради; як приклад, застосовується при організації банкетів і подібних заходів в ресторанах).

До сучасних методів пошуку інноваційних ідей серед персоналу можна віднести наступні [4]:

«Альтер-его» (вирішення будь-якого питання з точки зору відомої людини). Для того, щоб вирішити конкретну проблему за цим методом, необхідно подивитись на неї очима

історичної особи, персонажу книги, видатного спеціаліста в певній сфері, відомого корпоративного лідера. Застосування цього методу дозволяє спрогнозувати рішення, використовуючи стиль та ідеї відомих особистостей.

«Сесія питань» (мозковий штурм, мінімум критики, максимум свободи думки). Представляє собою обговорення ряду попередньо сформульованих питань у форматі мозкового штурму (брейнстормінгу) з повною свободою висловлювань думок без обтяження критикою.

«Символ» (представлення проблеми чи питання певним символом, який максимально відповідає цій проблемі; кожний елемент символу може бути відповіддю на питання). За цією методикою керівник формулює проблему та пропонує групі працівників придумати аналогію у вигляді певного символу, який би максимально відповідав висунутій проблемі по суті та характеру. За складеним списком атрибутів даного символу група продумує способи їх застосування для вирішення проблеми.

«Виклик» (керівник формує уявну проблему, а персонал повинен вирішити її без будь-якої допомоги). За цим методом керівник кидає виклик підлеглим, випливаючи на їх підсвідоме бажання довести свою спроможність самостійно вирішувати проблеми та приймати рішення.

«Метод SCAMPER» (вирішення проблеми шляхом заміни, комбінації, адаптації, модифікації, застосування, ліквідації, створення протилежності). Назва методу включає перші букви дій, які потрібно зробити персоналу над продуктом, послугою чи явищем в організації. Це дозволить знайти безліч несподіваних ідей для модифікації існуючих та створення нових продуктів чи послуг.

«Метод провокацій» (пошук вигоди від незвичайних, навіть безглуздих ідей). Цей метод сприяє генеруванню серед персоналу ідей, які виходять за межі стандартних моделей мислення і особливо корисний, коли підприємство хоче створити абсолютно новий товар, розпочати новий бізнес.

«Рефреймінг» (використовується для вирішення важливих бізнес-проблем). Найбільш поширеною формою рефреймінгу є оцінка працівниками проблеми з точки зору людей різних професій. Керівник доручає підлеглим грати різні ролі при критичній оцінці різних складових продукту чи послуги підприємства та вислуховує їх думку, фіксуючи нові ідеї.

«Метод інверсії» (пошук раціональних рішень проблеми при аналізі протилежного завдання). За цим методом керівник ставить перед підлеглими завдання, протилежне тому, яке він хоче вирішити. В результаті можна отримати перелік дій та рішень, які не допустимі для даного продукту чи послуги і використати ці знання для їх покращення. Цей метод дозволяє працівникам побачити те, чого б вони не помітили при прямому формулюванні проблеми.

Висновки. Отже, різноманітність методів управління персоналом та активізації їх інноваційного потенціалу з одного боку дає значні результати, а з іншого створює ряд нових управлінських проблем, через те, що не дають стандартних схем дій в різних ситуаціях та конкретної прив'язки кожного методу до ситуативних завдань. Висококваліфікований

управлінець повинен вміти обирати саме ті методи пошуку інноваційних ідей, які будуть найбільш продуктивними в певному середовищі і для конкретних працівників.

Література:

1) А.К.Булгакова «Сучасні методи управління персоналом на підприємствах готельного господарства» [Електронний ресурс] - Режим доступу http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/kgm_econ/2012_102/494-498.pdf

2) М.Сокольський «Призма для инноватора» [Електронний ресурс] –Режим доступу http://www.management.web-standart.net/news/2010/08/16/3830/

3) Педро до Кармо Коста «Архітектура інновацій» [Електронний ресурс] - Режим доступу http://management.web-standart.net/issues/2010/7/1596/.

4) Т.Кузнецова «Креативное вооружение» [Електронний ресурс] - Режим доступу http://www.new-management.info/issues/2009/9/732/.

379.832

В. Корнєв

Студент групи МА-3

ЛФКХПП НУХТ

Ю.В. Журавель, к.е.н.

Викладач

ЛФКХПП НУХТ

ІННОВАЦІЙНІ ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ ТА ТЕХНОЛОГІЇ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

Для підприємств готельно-ресторанного бізнесу важливим є надання послуг максимально високої якості. Готель – це живий організм, що функціонує цілодобово, і якість його роботи безпосередньо пов'язана з тим, наскільки грамотно організована робота з надання основних та супутніх послуг. Сьогодні стає все складніше залучити клієнта зручними апартаментами з міні-кухнею і красивим видом з вікон, оскільки такий набір послуг, як супутникове телебачення, безкоштовний бездротовий Інтернет Wi-Fi, spa-салон, масажний кабінет і басейн став звичним і майже обов'язковим [1].

Інноваційність є основною характеристикою сучасної економіки. У наш динамічний час торжества науково-технічного прогресу інновації в готельному бізнесі відіграють чи не головну роль у висококонкурентній боротьбі готелів за кожного клієнта. Застосування новітніх технологій готельного бізнесу дозволяють готельєрам підвищити ефективність свого господарства, знаходити нові резерви підвищення якості обслуговування, ефективної охорони номерів і майна гостей, надання нових послуг.

Механізм управління готельним комплексом в умовах ринкових стосунків розроблений в роботах О.П. Ефімової, Н.А. Ефімової, Н.І. Кабушкіна, Е.Е. Філіпповського та ін. Безпосередньо питання якості готельних послуг розглядалися в працях Р. Браймера, Дж. Боуена, Д. Менкенза, Е. Кедотта, Н. Терджена, А. Парасурамана, Л. Беррі, Н.І. Кано, В.І. Азара, А.Д. Чудновського, В.С. Качанова, Б.В. Прянкова, В.П. Панова та ін.

Функціонування практично будь-якого сучасного підприємства немислиме без маніпуляції даними, пов'язаними з його виробничою діяльністю. Саме оперативність, надійність, точність, висока швидкість обробки і передачі інформації багато в чому визначають ефективність управлінських рішень у цій галузі. Їх реалізація можлива лише в межах уживання нових інформаційних технологій (ІТ). Вплив ІТ на управління готелем величезний, оскільки прямо пов'язаний з підвищенням ефективності роботи як кожного менеджера окремо, так і готелю в цілому. ІТ прямо впливають на конкурентоспроможність на сьогоднішньому ринку. Розмір

готелю мало впливає на вимоги до функціональних можливостей системи автоматизації. Більше значення тут має рівень готелю і комплекс послуг, що ним надаються. Так, для невеликого готелю з сучасним оснащенням безперечно важливими будуть можливості проведення програм «частого гостя», організації он-лайн бронювання на власному інтернет-сайті, здійснення клубних програм, інтеграції з системами платного телебачення, телефонії, доступу в Інтернет з номера та інші можливості, пропоновані повнофункціональними системами управління. Для невеликого готелю економічного класу буде досить елементарних функцій управління бронюванням, поселенням і розрахунками. Виконання цих заходів дозволить поліпшити репутацію, імідж готелю, що у свою чергу дозволить збільшити число клієнтів, зробити час, що проводиться клієнтами в готелі, комфортнішим і приємнішим, дасть можливість працювати ефективніше, підвищувати свої доходи і рівень обслуговування гостей [2].

Досі деякі малі готелі, що мають невеликий номерний фонд, вважають за краще створювати власний програмний продукт. Зазвичай він є базою даних гостей, номерного фонду і забезпечує автоматизацію елементарних функцій управління. Такий шлях не можна вважати оптимальним. Подібні програми за своїми функціональними можливостями не можуть конкурувати з професійними системами управління готелями. Вони тимчасово вирішують проблему деяких вузьких місць, але повністю забезпечити комплексну автоматизацію управління готелем не здатні. Навіть якщо витрати на розробку таких програм малі, витрати на їх модернізацію та вдосконалення можуть набагато підвищити вартість професійної системи управління готелем. Крім того, деякі завдання з автоматизації управління готелем настільки складні (наприклад, реалізація видаленого бронювання), що не можуть бути вирішені одиночними готелями.

Використання комп'ютерних мереж, Інтернету та інтернеттехнологій, програмних продуктів наскрізної автоматизації всіх бізнеспроцесів готелю сьогодні не просто питання лідерства і створення конкурентних переваг, але і виживання на ринку. Ринок потребує досвідчених спеціалістів у галузі готельного бізнесу, які володіють знаннями із комп'ютерних інформаційних технологій.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Черномазюк А. Г. ІННОВАЦІЇ У СФЕРІ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ. Режим доступу. URL: http://elar.khnu.km.ua/jspui/bitstream/123456789/4001/1/Vchnu_ekon_2014_5%282%29__63.pdf

2. Кононенко Т.П. ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ГОТЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ. Режим доступу. URL: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Pt_2012_1_89.pdf

УДК 338.46

Ю.В.Маланяк
Х.І.Пінчук
Викладач, Стрийський фаховий коледж ЛНАУ
Стрийський фаховий коледж Львівського національно аграрного університету

ІНОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В СУЧАСНОМУ ТУРИСТИЧНОМУ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ.

Інноваційність є основною характеристикою сучасної економіки. У наш динамічний час торжества науково-технічного прогресу інновації в туристичному та готельно-ресторанному бізнесі відіграють чи не головну роль у висококонкурентній боротьбі за кожного клієнта. Застосування новітніх технологій готельного, ресторанного бізнесу дозволяють власникам підвищити ефективність свого господарства, знаходити нові резерви підвищення якості обслуговування, ефективної охорони будівель і майна гостей, надання нових послуг.

Інновації в сфері туризму іноді виникають абсолютно несподівано і навіть непередбачувано під впливом подій в суспільстві, а відтак вивчення сутності інноваційних процесів, причин появи нововведень, розробка методів їх впровадження становить значний і практичний науковий інтерес.

Інноваційна діяльність в туристичному бізнесу розвивається за такими напрямками, як:
1. *Впровадження нововведень (організаційні інновації)*, що пов'язані з розвитком туристичного підприємства, включаючи реорганізацію, укрупнення, поглинання конкуруючих суб'єктів на основі новітньої техніки і передових технологій; кадрова політика раціональна економічна та фінансова діяльність.
2. *Маркетингові інновації*, що дозволяють охоплювати потреби цільових споживачів або залучати неохоплених на даний період часу потенційних клієнтів.
3. *Періодичні нововведення (продуктові інновації)*, спрямовані на зміну споживчих властивостей.

Для підприємств готельно-ресторанного бізнесу важливим є надання послуг максимальновисокої якості.

Якщо раніше готельна сфера була орієнтована переважно на туристів, які «диктували» готелям умови роботи, то сьогодні ставка часто робиться на представників бізнесу - як великого, так і дрібного. Їхні вимоги до комфортного розміщення на порядок вище, ніж у туристів, адже готель для ділової людини - це не тільки місце проживання, а й місце роботи. Сучасні готелі все частіше пропонують гостям організацію бізнес-конгресів, зали для прес-конференцій, допомогу в організації переговорів з клієнтами та партнерами. Для цих цілей створюються не тільки конференц-зали, але і лобі-бари і просто вестибюлі, де може бути організована кава-брейк.

Інші тенденції готельного бізнесу враховують прагнення все більшої кількості гостей вести здоровий спосіб життя. Саме тому багато готелів роблять ставку на відкриття фітнес-центрів, SPA-салонів і навіть басейнів. Більше того, в багатьох з них відкриваються додаткові ресторани (або створюється додаткове меню) з дієтичними стравами.

Найяскравіша тенденція на сучасному ринку гостинності - поява бутік-готелів. Це особливі готелі зі ставкою на ексклюзивність, які мають безліч дивовижних особливостей - наприклад, кімнати мають не номери, а назви, меблі групуються за кольорами, в номерах є власний обслуговуючий персонал, що працює тільки для конкретних гостей.

У сфері дослідження ресторанного бізнесу вже є ряд робіт інноваціям.

Їх можна класифікувати за видами. До них відносять:

- *маркетингові* (керування процесом бронювання on-line);
- *продуктові* (застовуванняклінінгових технологій, патентування нових страв та їх оформлення);
- *організаційні* (нові форми та методи навчання персоналу, відкриття мережі закладів харчування, планування нових концепцій);
- *ресурсні* (пошук нових ресурсів для розвитку підприємств)

Зараз у ресторанному бізнесі активно використовуються:
- **Використання можливостей Інтернету.** Сьогодні кожен бажаючий може забронювати столик в Інтернеті. В online замовленні вказують усі деталі (час, кількість персон, передзамовлення тощо).
- **Наявність wi-fi.** Цей критерій для сучасної молоді є одним із найголовніших при виборі закладу харчування або відпочинку.
- **QR-коди і наявність електронного меню.** QR-код - це двовимірний штрих-код, з якого телефон зчитує інформацію. Зайшовши на сайт закладу, потенційні клієнти можуть переглянути on-line меню, де вказані всі позиції, що є в наявності у ресторані чи кафе
- **Меню на вітринах та при вході в ресторан.** . Відвідувачі мають змогу самостійно ознайомитися з переліком страв і не відволікати офіціантів від роботи.
- **Аудіо-візуальні дисплеї.** Дисплеї можуть транслювати музичні кліпи, новини, а також використовуватися як екрани для доступу до Інтернету.

Окрім технологічних і технічних нововведень дуже важливими і перспективними є організаційні та продуктові новинки:
- **Креативна подача страв.** Для того, щоб дивувати клієнтів кухарі вигадують нові способи оформлення замовлень. Зараз набирає поширення оформлення страв з імітацією під текстури (камінь, трава, мотузки тощо).
- **Оригінальна концепція закладу.** Модною тенденцією є концепція «openkitchen», коли відвідувачі мають змогу спостерігати за процесами, які відбуваються на кухні. Попитом користуються тематичні ресторації та кафе зі специфічним дизайном та нетрадиційними підходами до обслуговування.
- **Акцент на еко-продукцію.** Більшість рестораторів роблять спробу повністю перейти на еко-продукцію, яка коштує дорожче, але має вищу якість.

Розвиток готельно-ресторанного бізнесу передбачає широке використання новітніх інформаційних технологій як в сфері введення нових готельних послуг, так і в їх просуванні на ринок. Цілком очевидно, що введення інноваційних технологій стало невід'ємною умовою підвищення конкурентоспроможності готельного підприємства, а також сприяє поліпшенню якості обслуговування.

Література:

1. Журавльова С.М. Стратегія інноваційної діяльності на підприємствах готельного господарства // Економіка. Управління. Інновації. 2012. №2(8).
2. Борисова О.В. Тенденції розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні / О.В. Борисова // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. 2012. Вип.1(2). С.331-338
3. WorldTourismOrganization. URL: http://www2.unwto.org/.
4. Організація послуг харчування. URL: https://tourlib.net/books_ukr/usina-oph.htm.
5. Гуржій Н.М. Інноваційні технології в туристичній індустрії / 2013. №3. С.221-224.

НОВІ ІТ-РІШЕННЯ ДЛЯ ПОРЯТУНКУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ ПІСЛЯ ПАНДЕМІЇ КОРОНАВІРУСУ

Мисько О.М., *студентка гр .ГРС-3а*
науковий керівник - Чередняк Н.А.
ВСП «Львівський фаховий коледж
харчової і переробної промисловості НУХТ»

У статті зазначено необхідність внесення коректив у діяльність підприємств сфери гостинності в умовах карантинних заходів під час пандемії коронавірусу. Визначено значущість та перспективність упровадження нових технологій для підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств гостинності на світовому ринку.

Анотація. Описана користь та необхідність впровадження цифрових технологій у готельно-ресторанну сферу, тенденції та розвиток діджиталізації сфери гостинності.

Ключові слова: пандемія, сфера гостинності, цифрові технології, туристичні мобільні додатки, безпека, зміни.

Наукова новизна одержаних результатів полягає у дослідженні нових технологічних розробок, придатних до впровадження на вітчизняних готельно-ресторанних підприємствах.

Практичне значення одержаних результатів виявляється у можливості отримання додаткових конкурентних переваг та лояльності гостей у результаті впровадження запропонованих технологічних змін та інновацій. Подальші наукові розробки можуть бути спрямовані на розроблення комплексного механізму імплементації технологічних змін у готельно-ресторанних комплексах з урахуванням обмежень пандемії.

Виклад основного матеріалу

Пандемія коронавірусу є, мабуть, найвизначнішою подією в сучасній історії, що приблизно рівною мірою торкнулась усіх країн і дуже багатьох сфер життя. Довгі місяці ізоляції вплинули на те, як ми працюємо, подорожуємо, спілкуємось і розважаємось. Можнасказати, що індустрія туризму під час пандемії пережила клінічну смерть. Більшість джерел говорять, що безробіття в основних сегментах галузі сягнуло 50–60 %. По всьому світу заповнюваність готелів впала майже на 95 % лише за кілька тижнів.

Післязняття обмежень компанії сфери туризму інвестуватимуть в ІТ-рішення, здатні допомогти масштабуванню бізнесу, та впроваджувати заходи безпеки в розрахунку на відгук з боку потенційних клієнтів. Широке поширення отримають цифрова реєстрація, голосова активація, розпізнавання обличь та інші технології безконтактного керування. Крім того, все більшою кількістю операцій можна буде керувати з пристрою користувача.

Цифрові технології проникли так глибоко в наше життя, що без них неможливо уявити собі майбутнє. Цифрова трансформація істотно впливає на оптимізацію міської інфраструктури, відкритість послуг для городян і туристів та розвиток туристичного бізнесу в цілому.Тиск пандемії змушує готельєрів та рестораторів удаватися до впровадження рішучих та агресивних змін. І тут варто розуміти, що така стресова ситуація дасть змогу в майбутньому отримати набагато більше переваг для підприємств сфери гостинності. Ще П. Друкер (2004 р.) зазначав, що центральним завданням менеджменту XXI ст. є перетворення організаційна лідерів змін [3].

Саме тому варто розглянути різні типи технологій, які мають вплинути на майбутнє вітчизняного готельного сектору та дадуть змогу підвищити конкурентоспроможність українських готельно-ресторанних підприємств на світовому ринку.

1. Моніторинг відповідності. Продукт FaceМевідCyberlink – один із найточніших у світі механізмів розпізнавання обличчя, додав нові функції, розроблені спеціально для того, щоб допомогти компаніям відновити роботу в умовах COVID-19. Сюди входить виявлення маски, яке все ще може ідентифікувати людей, поки вони носять маски, і допомагає керуванню сповіщеннями, коли хтось заходить у приміщення без маски або носить її неналежним чином; інтеграція теплових камер, оскільки дистанційні протоколи вимірювання температури швидко стають загальновизнаною практикою в епоху постпандемії.

2. Безконтактний зв'язок. Grace – це нова платформа, яка дає змогу гостям повідомляти персонал готелю в режимі реального часу за допомогою вибраного додатка (наприклад, WhatsApp, Telegram, WeChat) про свої потреби чи побажання. Цей варіант безпечного зв'язку дає змогу персоналу готелю миттєво реагувати на потреби гостей, навіть не запитуючи їхні ім'я та номер кімнати. Наприклад, надсилання текстових повідомлень про «додаткову подушку» – це все, що потрібно для виконання запиту.

3.Використання чат-ботів є вельми перспективним та дешевим способом зв'язку гостей із персоналом. Чат-бот – цеособистийпорадник і помічник,щодастьвідповіді на основніпитаннящодопослуг тарежиму роботисервісівготелю, підкажецікавімісця умісті та порадитьякі страви замовити в меню. В умовах карантину такий бот можезамінитидзвінки на рецепцію з різного роду стандартнимипитаннями, щодастьзмогурозвантажитивідділ фронт офісу.

4. Мобільні пристрої та застосунки. КомпаніяNevoTouchless – ще один новаторськийпродукт, якийдаєзмогу гостям отримати доступ доготельнихпослуг через власнімобільніпристрої. Гостіможуть з'єднатисвоїпристроїзісвоїмителевізорамив номері для використання як пультівдистанційногокерування, доступу до онлайн-сервісів, замовленняобслуговуванняномерівтощо, просто скануючиперсональний QR-код на своємутелевізорі.

Для туристів найбільш корисними будуть наступні програми:

- FlightTrack.Програма створена для тих, хтовічноспізнюється на реєстрацію, забуває про рейс, плутаєдати і час. Тепер, щобцьогоуникнути, не треба ставити 20 нагадувань у телефоні та заводитишістьбудильників. Просто введіть номер рейсу, якийзазначений у вашому квитку, у програміFlightTrack, і вона буде відстежувати всю інформацію за вас. За кількаднівнагадає про рейс, повідомить, коли починаєтьсяреєстрація і посадка,навітьнаскількизатримуєтьсявиліт. Такожможнаподивитися схему розташуваннямісць у літаку, карту терміналу, з якоговивідлітаєтеабо в якийприлітаєте. Всього в базіFlightTrackпонад 5000 аеропортів і 1400 авіакомпаній [1].

- **WordLens.** За допомогоюпрограмиWordLensможнадізнатися переклад, просто навівши камеру телефону на слово чи фразу. Вам навіть не потрібно буде натискати на кнопки, оскількидодаток сам проаналізуєзображення.

- **GPS-путівник** «Навколо світу». Одне з найпопулярнішихвидань для мандрівників «Навколо світу» торік запустило спеціальниймобільнийдодаток, щодозволяєзавантажувати і здійснюватимультимедійніпрогулянки. Тепер у туристівне буде проблем з виборомпам'яток, якіпотрібнопобачитипід час подорожі. Мультимедійніпрогулянкивключаютьаудіо-розповіді, фотографії та текстовийописпам'яток з вибраноїчастиниміста. Вони відсортованів списку в алфавітному порядку і позначеніконками на інтерактивнійкартіпутівника. На картіможнавибрати маршрут. Голосовіпідказкивкажутьправильнийнапрямок для подорожі [1].

5. Визначеннямісцезнаходження. Технологія, якавикористовуєдані про місцезнаходження, стаєобов'язковоюумовою для туристичнихбрендів длястимулюванняпродажів, обміну актуальною інформацією та відновленнядовіриспоживачів до загальноїбезпеки туризму.Дані про місцезнаходженняможутьдопомогтиактивуватибезконтактнуреєстраціюзаїздупісляприбуття гостей. Також за допомогоювідстеженнягеолокаціїможнаповідомляти про обмеженняпропускноїспроможності та кількість людей у місціпризначення в режимі реального часу, щобуникнути великого скупчення людей.Геоінформаційнісповіщеннятакожможуть бутидужекорисними для інформування гостей про протоколибезпеки та іншуважливуінформацію про їхвізит.

6. Стерильність та чистота. Сьогодні використання фільтрів HEPA забезпечує фільтрацію повітря від вірусів та бактерій, що переносяться в повітрі, на 99,9%. Але є також нові альтернативні продукти, які швидко вбивають повітряно-крапельні патогени, такі як очищувач повітря MolekuleAirProRX, який щойно отримав дозвіл на отримання медичних пристроїв FDAдля використання в лікарняних умовах та відповідає критеріям ефективності FDA для знищення вірусу COVID-19. Є також такі пристрої, як SafeologyTower, що використовують потужну UVC-технологію, яка може бути використана для безпечного, швидкого й ефективногоусунення до 99,9% поверхневих та повітрянихпатогенів у приміщенняхготелів, круїзних суднах, розважальних закладах, СПА-центрах, ресторанах, магазинах тощо.Повсюднепоширенняотримаєобробкапоручнівескалаторів, ліфтів, готельнихномерів, салонівлітаків, оренднихавтомобілівультрафіолетом. Такізмінибудутьдоситьповільними, оскількивимагатимутькапітальнихвкладень, але вартістьвпровадженняновихтехнологічнихрішень у сферіочищення та санітарноїобробкизнижуватиметься за рахунокмасовогозастосування.

Ще одним напрямком, гідним пильної уваги, стане зближення TravelTech і MedTech. Зокрема, аналіз даних медичного скринінгу та інформації про вакцинації, ймовірно, буде інтегровано у процеси митного і прикордонного контролю, та враховуватиметься при перевірці безпеки в аеропортах.

7. Роботи-покоївки. Компанія KT Corporationщойновипустиласвого робота для готелюGiGAGenіепідназвоюNBot, якийзабезпечує доставку пляшокіз водою, свіжихрушників та іншихзручностей для гостей у сеульськомуNovotelAmbassadorDongdaemunHotels&Residences.HyundaiRobotics також розробив сервісних роботів, оснащених штучним інтелектом, що можуть похвалитися передовими інформаційно-комунікаційними технологіями, включаючи картографування простору, здатність автономного водіння та розпізнавання голосу. За умовивикористанняроботів-покоївокприбиранняномерівпід час перебуваннягостя можецілкомвиконувати робот, а вжепіслявиїздунеобхіднеприбираннякімнатилюдиною [4].

Висновки.Отже, післяаналізунаявнихінформаційнихматеріалів та науковихрезультатів, дослідження показало, щосучаснийтуристичнийбізнесне можеіснувати і розвиватися без цифровихтехнологій, щозначнополегшуєжиття і подорожі. ВикористанняІнтернету, Інтернет-технологій, програмнихпродуктів через автоматизаціювсіхбізнес-процесівтуристичногобізнесусьогодні – це не тількипитаннялідерства та створенняконкурентнихпереваг, а й виживання ринку послуг у найближчомумайбутньому.

Список використаної літератури:

1. Настич І. Падіннязавантаженості, зниженняRackrates та складне відновлення: готельнийбізнеспід часCOVID-19. URL: https://propertytimes.com.ua/gostinichnaya_nedvizhimost/padinnya_zavantazhenosti_znizhennya_rack_rates_ta_skladne_vidnovlennya_gotelniy_biznes_pid_chas_covid_19.

2. Baratti L. How Technology Will Reshape the Hotel Industry Post-COVID-19 Pandemic. Travelpulse. 2020. URL:https://www.travelpulse.com/news/travel-technology/how-technology-will-reshape-the-hotel-industry-post-covid-19 pandemic.html (датазвернення: 01.11.2020).

3. Друкер П.Ф. Задачи менеджмента в XXI веке / пер. с англ. Москва :Вильямс, 2004. 272 с.

4. Hollander J. Hotel digital transformation in the aftermath of coronavirus. PhocusWire. 2020. URL: https://www.phocuswire.com/Hotel-digital-transformation-post-coronavirus

УДК 640.43:005.591.6 **(*477*)**

Островська К.Г.

Владарчик Ю.А.

Викладач вищої категорії

ВСП «Фаховий коледж

харчових технологій та

підприємництва ДДТУ»

СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ ТАІННОВАЦІЇУ РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

Ресторанний бізнес – це одна з галузейіндустріїгостинності, що перспективно розвивається в світі і Україні зокрема. Час, коли похід в ресторан не бувніякпов'язаний з технологіями, минув.Ще кілька років тому вдалими інноваціями в ресторанному бізнесі вважалися бронювання столиків за телефоном, безкоштовнийWi-Fi або виклик таксі із закладу. Трохи пізніше набули популярності замовлення їжі з доставкою додому, а також дисконтні пропозиції на обслуговування або, наприклад, вечеря на двох.

Отже, те, щоранішездавалося новаторством, тепер стало сервісом за замовчуванням.

Для довідки – дані про результатидосліджень ресторанного ринку, озвучених на одній з експертнихсесій NRA Show:

для 71% відвідувачівзакладівважливаможливістьзамовитиїжу на виніс;

52% гостей чекають в ресторанібезкоштовнийWi-Fi;

47% людей розраховують, що в закладіможназробитипопереднєзамовлення по телефону;

78% мілленіалівшукають меню закладу в інтернеті;

32% мілленіаліввжеплатять через ApplePay і GooglePay[1].

Все це говорить про те, що зараз вженедостатньо просто відповідатистандартнимкритеріям ресторану: гарантуватитільки чистоту, якість продукту і обслуговування.

Люди вибираютьтехнологічність і шукаютьмісце, яке можезадовольнитицей запит. Цестає все більш характерно і для нашого ринку.

Робота кожного ресторану побудована за принципом закону Парето - 20% постійнихвідвідувачівздатнізабезпечити 80% йогоприбутку. Але для того, щобутриматихпостійнихвідвідувачів і залучитинових в умовахвисокоїконкуренціїякісноїсмачноїжі і стильного інтер'єрувже не досить. Потрібнопостійновдосконалюватися і диференціюватися[2].

Конкурентноздатністьзакладів ресторанного господарстванапрямузалежитьвідвпровадженняінновацій. Інноваційністьспирається на процесудосконалення,відкриття нового, тобто на ефективнезасвоєння та впровадженнянововведень,направлених як на оновленнятехнологій, техніки, організаціївиробництва тарозробленняновоїпродукції, так і на проведеннясоціальнихінновацій, спрямованихна ефективнузмінуповедінки персоналу з метою отриманнязапланованихрезультатів.

Серед найбільшпоширенихінновацій у ресторанному світінеобхідновідзначити такі:

- **Система інтерактивного меню (електронне меню)**, яка позбавить Вас від незліченної

кількості паперових сторінок, окремих винно-кавово-чайних карт, стійок з пропозиціями бізнес-ланчу, блокнотик для відгуків і тому подібних атавізмів.Від цього нововведення виграють як ресторатори, так і відвідувачі: інтерактивне електронне меню є ефективним каналом зв'язку між ними і дозволяє адміністрації ресторану швидко його редагувати і вносити нові страви.

- **Винахід QR-коду**євагомимпроривом в ресторанному бізнесі. Цевідкрилоновінеобмеженіможливості для on-linевзаємодіїкомпаній і споживачів. Взагалі, усучаснуепохукоронавірусу настав час попрощатисязістарими меню ресторанів та запроситиновібезконтактні та цифрові меню. У перекладі з англійської QR означає «швидкий доступ». З йогодопомогою до відвідувачівможна донести величезнийобсягінформації у вигляді тексту, цифр, URL-адрес, календарів, схем, зображень і т.д. Швидкістьрозпізнавання QR-коду дужевисока. Йогоможнарозміщувати на будь-якихносіях, починаючивідкасовихчеків і закінчуючирізнимививісками і навітьрозтяжками. Зчитуватиінформацію з ньогоможна за допомогоюмобільного телефону абовідеокамери ноутбука.

- **Інтерактивний стіл** - це сучасне мультимедіа рішення дозволяє уважно вибрати блюдо, прочитати про нього необхідну інформацію, зробити миттєве замовлення, яке відправиться відразу на кухню, змінити оформлення самого столу, переглянути відеоролики або включити онлайн-трансляцію приготування вашої вечері.

- **Інтерактивний бар** -це інформаційно-розважальна система, вбудована в барнустійку. По сутіцеінтерактивнийекран, щовідображаєвідеоефекти, характер і інтенсивністьякихпродиктованінаявністюпредметів на стійці і поведінкоюлюдини. Бокал, ключі, стільниковий телефон - все, щовизалишите на поверхні бару, влаштує вам справжнісінькукатавасію, пускаючи один в одного яскравіблискавки, а сама стійка в один клікможеперетворитися в нічне небо, підводнийчовенабоеличезнафортепіано. Технологіязробить все, щоброзважитиклієнта і утриматийогобіля бару якомогадовше, а порожню склянку в йогоруці автоматично дасть сигнал бармену про те, щохтосьпотребуєновий коктейль [2].

- **Роботизація в ресторанах**- один з найефективнішихметодіввирішенняпроблеми персоналу в майбутньому. Мовайде не про замінулюдей ШОптимізаціюпроцесіву роботіспівробітників.Зараз роботівподіляють на:frontofthehouse – працюють з гостямита backofthehouse – закриваютьзавдання на кухні.Прикладів другого типу поки більше: роботизовані руки, які смажать бургери (MisoRobotics), або автомати, які готують салати togo (Spyce). Такітехнологіїдозволяютьдосягтиоднаковоїякості продукту в закладах. Роботи для обслуговування в заліпокищовикористовуютьсярідше і виглядаютьдуже дивно.

- **«Від фермера – до столу».**Гості, які все частішезамислюються про здоровий спосібжиття, хочутьотримуватиякіснімісцевіпродукти і знати, де і як вони буливирощені, яким чином транспортувалися і як все цевпливає на навколишнєсередовище. На тлі таких змін в споживчійповедінціз'являютьсямаркетплейси, щоз'єднуютьфермерів і ресторани з географічноюприв'язкою. Це, наприклад, такісервіси, як Podfoods[3].

Ресторанний бізнес займає значну частку у малому бізнесі. Отже, конкуренція за споживачів у цій сфері дуже жорстка. Саме тому в даній сфері дуже актуальним є запровадження інноваційних технологій із метою підвищення конкурентних переваг та утримання і розширення клієнтської бази шляхом підтримки довіри і зацікавленості у конкретному закладі.

Список літератури

1. Завадинська О.Ю. Інноваційні технології господарювання в ресторанному бізнесі. Ресторанний і готельний консалтинг. Інновації. 2018. №2. С. 93–102.
2. Інновації в ресторанному світі. Режим доступу: https://reston.ua/ukr/kyiv_topics/innovatsii-v-restorannom-mire
3. Технології та інновації, які змінюють ресторанний бізнес. Режим доступу: https://sfii.gov.ua/tehnologii-ta-innovacii-yaki-zminjujut-restorannij-biznes/

О.Б. Салфетніков
С.О. Кононенко, майстер виробничогонавчання
Маріупольський коледж Донецького
національного університету економіки
і торгівлі імені Михайла
Туган-Барановського

ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В СУЧАСНОМУ ТУРИСТИЧНОМУ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

У світі головною проблемою у сфері готельно-ресторанного бізнесу є величезна конкуренція. Ринок дуже агресивний, пропозиція випереджає попит, тому готелям важко відстоювати свої інтереси. У цьому випадку тільки поліпшення якості обслуговування і пропозиція особливих послуг можуть врятувати становище, однак дрібним готелям часто доводиться виживати і працювати собі у збиток.

Ще одна проблема – непередбачуваність повернення інвестицій. Сучасні тенденції розвитку готельного бізнесу припускають окупність вкладень за 5-6 років, проте на ділі може виявитися, що невеликий готель просто не зможе впоратися за цей термін. Все тому, що ризики прораховуються не до кінця, власники бізнесу не завжди можуть відразу вгадати вірний напрямок роботи, а клієнти з яких-небудь причин вибирають конкурентів.

Вітчизняні готелі, як правило, намагаються розвиватися відповідно до світових тенденцій, однак у них є власні особливості. Серед них: активне освоєння ринку західними мережами, які переважно «захоплюють» висококласні сегменти і пропонують свої послуги статусним гостям; відсутність чіткої «зірковості» готелів – незважаючи на ту чи іншу кількість «зірок», готелі можуть не відрізнятися один від одного за якістю. Однак, ці проблеми в готельному бізнесі Україна поступово долає, і якщо вона як і раніше буде орієнтуватися на європейські тенденції, їй вдасться вийти з багатьох проблемних ситуацій без втрат.

Разом з тим існуюча інфраструктура галузі ще не відповідає вимогам міжнародних стандартів. У більшості готелів відсутні сучасні засоби зв'язку та комунікацій, конференц-зали з відповідною аудіовізуальною технікою та технічними засобами для синхронного перекладу. Подальший розвиток готельно-ресторанного господарства неможливий без сучасного обладнання і новітніх технологій. Це стосується насамперед інформаційних технологій, ефективних і надійних систем захисту, без чого неможливо досягти високого рівня якості послуг.

Прагнучи запропонувати клієнтам ексклюзивний сервіс, багато готелів замовляють розробку особливих систем роботи, які суттєво розширюють функції готелю. Серед них, наприклад, можна виділити наступні:

Система автоматизації праці працівників відділу продажів. Дозволяє управляти цією сферою, планувати зустрічі з партнерами та клієнтами, вести календар і розклад роботи менеджерів, а також полегшує виконання різних завдань. Система роботи з клієнтами. Це нові технології в готельному бізнесі, які проводять повний аналіз розміщення гостей в готелі і видають повну аналітику по кожному з них. Ця система дозволяє побачити, які посередники і турагентства краще за всіх забезпечують «доставку» клієнтів до готелю, а також допомагає прорахувати статистику клієнтів за віком, статтю, соціальним статусом, прибутковістю тощо.Система управління програмами лояльності для клієнтів. Дозволяє готелю розробляти особливі види заохочення для постійних клієнтів, клубні та дисконтні картки, преміальні сертифікати та ін.Система управління заходами готелю. За допомогою цієї технології можна планувати завантаження різних приміщень готелю – її конференц-залів, ресторанів, банкетних залів.

Крім електронного управління, сучасні готелі також потребують впровадження нововведень в ресторанній сфері. Це не тільки саме управління рестораном – коли він перетворюється фактично в окрему «державу» на території готелю. Це ще й безліч зручностей для клієнтів: інтерактивне меню– відвідувачі користуються екраном, вбудованим в стіл, вибираючи з його допомогою страви ікличучи офіціантів;

- екрани-планшети на столах – поки замовлення готується, відвідувач може почитати свіжі новини, дізнатися про ресторан побільше, замовити таксі тощо;

- сенсорні дисплеї, встановлені в холі готелю – актуальні для великих готелів з декількома ресторанами. Скориставшись ними, гості можуть побачити меню всіх точок харчування в готелі, вибрати кращу з них і заздалегідь прорахувати свій середній чек.

Одним з основних напрямків інноваційних технологій в готельному бізнесі є впровадження мультимедійних технологій, зокрема довідників, буклетів, каталогів. Сьогодні готелі розміщують електронні довідники і каталоги в мережі Інтернет. Електронні каталоги готелю дозволяють віртуально подорожувати номерами різних категорій, залами ресторанів, конгрес-центрів, вестибюлю, подивитися повну інформацію про готельне підприємство, ознайомитися зі спектром послуг, що надаються, системою пільг і знижок..

Винахід QR-коду – двомірного штрих-коду – відкрив нові необмежені можливості для on-line взаємодії компаній і споживачів. У маленькому яскравому квадратному лабіринті QR-коду можна запрограмувати всі відомі інновації готельно-ресторанного бізнесу, а також безліч нових можливостей.

QR-код, розміщений на врученому клієнту рахунку – це дивовижний рекламний хід. Завдяки розміщеної в QR-коді інформації про час роботи закладу і контакти, обов'язково збільшиться кількість замовлень в офіси і додому. За допомогою QR-коду ресторан може сповіщати своїх клієнтів про акції, лотереї, розіграші, активізувати програми лояльності, влаштовувати голосування, інтерактивні опитування і швидко отримувати відгуки про ресторан від клієнтів. Відвідувач, відсканувавши QR-код ресторану і ввівши в календар свого телефону інформацію про цікаві події або призначені зустрічі, вже ніколи про них не забуде.

Отож, міжнародний досвід успішної діяльності підприємств готельного господарства свідчить, що безальтернативний шлях виживання в умовах глобальної конкуренції побудований на інноваційній основі при активному використанні сучасних науково-технічних досягнень, а також готовності готелів до інновацій та нововведень.

Література

Інноваційні технології в готельному господарстві: основи теорії : навчальний посібник / КаплінаТ. В., СтолярчукВ. М., МалюкЛ. П., КаплінаА. С. – Полтава : ПУЕТ, 2018. – 357 с.

Інновації, тренди та перспективи індустрії гостинності : матеріали І Міжнародної науково-практичної Інтернетконференції (12 грудня 2019 р.). – Львів : ЛТЕУ, 2019. – 192 с.

Електронні ресурси:

Шаповалова, О.М. (2013). Інноваційна діяльність, як основа підвищення конкурентоспроможності готельного господарства. [Електронний ресурс] – Режим доступу:https://bit.ly/2QhCeDi

Борисова, О. В. (2012). Тенденції розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні.[Електронний ресурс] – Режим доступу: https://bit.ly/3d9f2Au

Портал готельного і ресторанного бізнесу.[Електронний ресурс] – Режим доступу: http://prohotelia.com/

УДК 642.5
А.В.Скробот, студент
І.О.Жуковська, викладач
вищої категорії, викладач-методист
ВСП «Фаховий коледж харчових
технологій та підприємництва
Дніпровського державного
технічного університету»

ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ОБСЛУГОВУВАННЯ В ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО СЕРВІСУ

Питання про рівень вітчизняного сервісу є сьогодні актуальним. адже, набуваючи будь-який товар, ми купуємо також і послугу з його продажу і доставляння споживачеві. До товару завжди додається послуга - і при наявності приблизно однакового у всіх асортименту клієнт піде туди, де йому чогось додадуть - тепла, турботи, красиве упакування або безплатну пораду. Сучасний український покупець поступово звикає до того, що він робить вибір на заповненому товарами й різноманітними послугами новому українському ринку

Зазначені особливості сфери послуг визначають необхідність для підприємств діяти відповідно до вимог ринку, а значить, здійснювати ті перетворення, розробляти й реалізовувати ті продукти та удосконалювати ті процеси, які необхідні в цілях максимізації прибутку компанії в даний конкретний момент часу в умовах поточної ситуації на ринку.

Інновації для сфери послуг, в тому числі підприємств ресторанного сервісу є найважливішим стимулятором їх зростання.

Новітні технології обслуговування сприяють наближенню послуги до споживача, збільшення швидкості обслуговування, підвищення інтересу до наданої послуги, залучення нових споживачів і збільшення прибутку закладу ресторанного господарства. В умовах гострої конкурентної боротьби сучасні заклади ресторанного господарства змушені постійно знаходити нові, прогресивні способи залучення споживачів. При цьому світова практика показує, що успішне підприємство харчування - це не просто смачна і якісно приготована їжа, але ще й оригінально організована і продумана до дрібниць структура обслуговування.

Метою цієї роботи є вивчення новітніх технологій обслуговування в закладах ресторанного сервісу, а також виявлення зацікавленості споживачів у проведенні різного роду заходів в закладах ресторанного господарства.

Одним з прогресивних напрямків, що з'явилося в Україні відносно недавно і вже успішно функціонує в галузі, є інтерактивне електронне меню на планшеті iPad.

Це стильне і функціональне рішення RK-Order, інтегроване з системою управління рестораном R-Keeper V6 і V7. За допомогою електронного меню гість не тільки зможе вибрати вподобані страви, але і зробити замовлення. Переваги рішення: можливість показу завжди актуальних цін на страви, які система R-keeper сама розраховує в залежності від встановлених знижок по днях тижня або часу доби, надання меню на різних мовах, оперативне виправлення помилок, внесення додаткових зображень та описів, додавання нових страв і акцій [4].

У багатьох країнах спілкування за допомогою комп'ютера за допомогою глобальної мережі Internet стало невіддільною частиною життя людей. Тому зовсім не дивно, що з'явився новий формат підприємств харчування - віртуальний ресторан. Потенційний споживач може здійснювати віртуальну подорож по ресторану, не виходячи з дому. Інформація про страви, ціни, акції, знижки, залі, інтер'єрі, розташуванні столиків знаходиться в online доступі 24 години на добу.

У прагненні поліпшити сервіс і скоротити швидкість обслуговування ресторани все ширше впроваджують мобільні блокноти офіціантів, або по-іншому "мобільних офіціантів". Завдяки такому співвідношенню якостей, як вартість, стійкість wi-fi, тривалість заряду, і зручність інтерфейсу ажіотажний попит у рестораторів викликало рішення на iPod. При прийнятті замовлення біля столика він автоматично передається в бар і на виробництво через бездротову мережу, з цього ж пристрою можна надрукувати рахунок. В сучасних девайсах вбудована функція пейджингу, яка інтегрована з програмно-апаратним комплексом R-keeper, тому їх можна використовувати для передачі пейджингових повідомлень з кухні та зі столиків.

У боротьбі за клієнта, оператори активно починають впроваджувати нові технологічні рішення в касовій зоні, такі як касові станції R-Keeper з додатковим екраном для гостя. У той час як касир вносить замовлення в систему, гість бачить на другому екрані своє замовлення повністю і може в разі потреби його скоригувати, якщо щось занесене не вірно, а також додати страву, яке він побачив в рекламному полі. Також за допомогою додаткового екрана ресторан може інформувати гостей про новинки та акції, на які варто звернути особливу увагу.

Серед новітніх прогресивних форм обслуговування виділяється «фрі-фло». «Фрі-фло» або freeflow означає «вільний рух» [2].У випадку з ресторанами - це вільний рух як відвідувачів, так і їжі. Ознаки концепції: приготування всіх страв на очах у відвідувачів, відсутність офіціантів, наявність відкритої кухні, великий і різноманітний асортимент, невисокі ціни.

У світі ресторанного бізнесу, що диктує свої закони в умовах жорстокої конкуренції, народжуються кардинально нові бізнес-ідеї. Така ідея була створена в образі Леді-фуршет, Дівчина-стіл, Живий стіл[1]. Це оригінальна і дуже стильна пропозиція по організації фуршетного обслуговування. Ефектні та витончені дівчата-моделі в приголомшливих вбраннях, чиї сукні одночасно слугують столами для сервірування напоїв і закусок, граціозно рухаються по залу, розважаючи гостей. Професійні столи на коліщатках дають можливість вільно пересуватися по залу, розширюючи зону фуршетного обслуговування. Моделі всередині столу виконують одночасно функцію хостес - зустріч і вітання гостей, і функцію офіціанток - пропонують вітальний коктейль, аперитив, шампанське і закуски. Костюми для Леді-фуршет можуть бути спеціально виготовлені під тематику свята - будь то Венеціанський Карнавал, Середньовічний Бал, Іспанська Фієста або Українська Масляна. На виставці, PR-акції, презентації або корпоративному святі дівчата-столи стануть не тільки "родзинкою" і прикрасою фуршету, а й підкреслять фірмовий стиль заходу. Використання "живого" столу передбачає не тільки розміщення їжі та напоїв, а й рекламної сувенірної та поліграфічної продукції, пробників проведеної акції.

На при кінці можна зробити висновок, що застосування прогресивних технологій і методів обслуговування значно підвищує конкурентоспроможність того чи іншого закладу ресторанного господарства, тому необхідно йти в ногу із часом і стежити за вдосконаленням культури обслуговування. Новітні методи обслуговування споживачів також дозволяють персоналу творчо застосовувати професійні знання і вміння, а для власників ресторанного бізнесу сприяють додатковому залученню споживачів і збільшення прибутку підприємства.

Список літератури:

1.Леди-фуршет, Девушка-стол, Живой стол. *Мир ресторатора.*[Електронний ресурс].- Режим доступу:http://mir-restoratora.ru

2.Ресторан по типу «Фри-фло» : выгодно для всех . [Електронний ресурс].- Режим доступу: https://jv-kontakt.com

3.Управление ресторанаминовыеподходы и тренды [Електроннийресурс].- Режим доступу: http://www.datakrat.ru/corporation/publications/14857.html

4. Электронное меню на iPad. [Електронний ресурс].- Режим доступу:https://it-hm.ru/r-keeper .

Шпак Аліна Віталіївна

студентка 21-ПВ групи, 2 курсу відділення «Права та економіки», спеціальність «Право», Київського коледжу туризму та готельного господарювання

Керівник:
Бобокал Олена Миколаївна
спеціаліст вищої категорії, викладач-методист
Київського коледжу туризму та готельного господарювання
м.Київ, Україна

РОЛЬ ІННОВАЦІЙ У РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

Основною складовою туристичної індустрії та ключовим чинником розвитку туризму є готельно-ресторанний бізнес, який містить комплекс послуг для задоволення потреб туристів. Надання основних і супутніх послуг максимально високої якості закладами готельно-ресторанного господарства можливе за рахунок розвитку існуючого рівня та освоєння нових сегментів бізнесу.

Висока конкуренція спонукає заклади готельно-ресторанного бізнесу підвищувати ефективність ведення господарства, шукати резерви підвищення якості обслуговування, надання нових послуг, зокрема і за рахунок впровадження інновацій на всіх етапах діяльності підприємства. Використання інноваційних технологій сприяє залученню більшої кількості клієнтів, збільшенню кількості продажів, завоюванню довіри клієнта, формуванню позитивного іміджу підприємства.

Інновації – це результат системної діяльності, орієнтований на здійснення нового або удосконаленого виду бізнесу чи послуг, що принесе економічну вигоду та забезпечить підвищення конкурентоспроможності. Для інновацій характерні властивості, які створюють прогресивні умови для інноваційного розвитку та активізації інноваційних процесів у готельно-ресторанній сфері: науково-технічна, технологічна, управлінська новизна; практична застосовність; відповідність ринковому попиту; потенційна прибутковість.

В більшості випадків підприємства готельно-ресторанного бізнесу та туризму, працюють на фундаменті збанкрутілих або перепроданих закладів, за старими технологіями, в деяких випадках на застарілому обладнанні, в більшості випадків використовується екологічно небезпечна сировина, (що диктується економією витрат виробництва і обслуговування), зустрічаються випадки порушення вимог щодо дотримання технології процесів виробництва страв. Незадовільною залишається система підготовки та перепідготовки кадрів спеціалістів і фахівців сфери обслуговування. Всі ці чинники вплинули на зменшення конкурентоздатності підприємств готельно-ресторанного бізнесу в Україні.

Одним з напрямів виходу з цієї ситуації є активне впровадження інноваційної діяльності в сфері готельно-ресторанного бізнесу та туризму. Крім здійснення організаційних заходів з проведення наукових досліджень, їх впровадженню в практику, застосування новітніх технологій обробки сировини, технологій виробництва страв, застосування різноманітних систем інформаційного забезпечення та інше, потрібне здійснення відповідних економічних розрахунків і особливо фінансового забезпечення.

В готелях також відсутні нові технології обслуговування клієнтів, недостатня автоматизація більшості процесів, в тому числі поселення та розрахунків, обслуговування мешканців готелів тощо. Дуже обмежена кількість послуг, які надаються мешканцям готелів в Україні в порівнянні з іншими країнами світу. Це впливає на високий рівень видатків, які зменшують розмір отриманого прибутку. Висока ціна за готельний номер суттєво зменшує конкурентоспроможність вітчизняних готелів, суттєво зменшує кількість вітчизняних

споживачів, які можуть користуватися готелями України. Зменшується попит іноземних туристів у зв'язку з обмеженим обсягом послуг, які надаються, і їх низькою якістю надання, незручним розташуванням та нерозвинутою інфраструктурою.

Необхідним для готелю є електронне управління, яке здійснюється за допомогою спеціалізованої системи до якої підключені всі співробітники, які за допомогою веб-ресурсу можуть отримувати всю необхідну інформацію у будь-який момент, в режимі on-line бачити всі зміни, бронювати номери для гостей, отримувати доступ до максимально широкого комплексу каналів продажів, забезпечувати повне завантаження закладу [1].

Застосування систем, які розширюють функції готелю, дозволяє надавати послуги клієнтам якісно та вчасно:

-система автоматизації праці працівників відділу продажів – дозволяє управляти цією сферою, планувати зустрічі з партнерами та клієнтами, вести календар і розклад роботи менеджерів, а також полегшує виконання різних завдань;

-система роботи з клієнтами – це нові технології у готельному бізнесі, які проводять повний аналіз розміщення гостей у готелі і видають повну аналітику по кожному з них.

Ця система дозволяє побачити, які посередники і турагентства краще за всіх забезпечують «доставку» клієнтів до готелю, а також допомагає прорахувати статистику клієнтів за віком, статтю, соціальним статусом, прибутковістю тощо;

-система управління програмами лояльності для клієнтів – дозволяє готелю розробляти особливі види заохочення для постійних клієнтів, клубні та дисконтні картки, преміальні сертифікати тощо; -система управління заходами готелю – за допомогою цієї технології можна планувати завантаження різних приміщень готелю – її конференц-залів, ресторанів, банкетних залів [2].

На сьогодні в Україні можна відмітити такі тенденції розвитку роботи закладів ресторанного бізнесу:

популяризація та поліпшення репутації вуличної їжі;

впровадження мерчандайзингу (збуту продукції та послуг);

відкриття концептуальних та монозакладів;

відкриття ресторанів пан-азіатської, в'єтнамської та китайської кухонь;

запровадження нових методів обробки продуктів харчування за допомогою новітніх технологій;

Іншим прикладом інновацій у ресторанному бізнесі є збільшення уваги до атмосфери і дизайну приміщення закладу. На сьогодні тенденції у дизайні інтер'єрів закладів ресторанного господарства свідчать про рух до спрощення стилю, відмови від надмірного декорування, габаритних меблів [3]. Найбільш популярною стилістикою у дизайні стає скандинавський стиль. Він передбачає білі чи світло-сірі стіни, мінімалістичні меблі у поєднанні металу та натурального дерева, невелику кількість декору в природних кольорах.

Можна відмітити скорочення кількості закладів із еклектичним барвистим стилем, закладів у східній стилістиці. Заклади національної кухні - української, грузинської - все частіше відмовляються від традиційних народних елементів дизайну, віддаючи перевагу мінімалізму з додаванням кількох яскравих національних елементів.

Сучасні кулінарні напрями у світі - ф'южн і молекулярна кухня. У перекладі з англійської мови «ф'южн» означає «злиття, сплав». У кулінарії цього напряму гармонійно поєднуються смаки, стилі та традиції всього світу.

Запровадження інновацій у ресторанному господарстві відбувається з різною інтенсивністю в різних секторах, та задля досягнення реальної ефективності інноваційна діяльність повинна впроваджуватися рівномірно всюди. Зокрема, доцільно активно осучаснювати методи управління персоналом ресторану.

Прикладами класичних методів управління є адміністративні, економічні та соціально-психологічні. Використання адміністративного впливу відбувається через встановлення дисципліни, чіткого ієрархічного підпорядкування, створення системи штрафів і покарань і т.ін.

Економічне управління здійснюється через визначення розмірів, графіку матеріальних винагород, введення додаткових/понаднормових форм винагороди в якості заохочення за видатні здобутки чи велике навантаження співробітників[4].

Отже, у сучасних умовах жорсткої конкуренції застосування інновацій є основним чинником, який сприяє розвитку та підвищенню результативності функціонування підприємств готельно-ресторанного бізнесу та дозволяє отримати конкурентні переваги у довгостроковій перспективі. Тому для ефективного функціонування підприємств готельно-ресторанного бізнесу

необхідно впроваджувати систему інноваційного управління розвитком підприємств, спрямовану на підвищення рівня конкурентоспроможності, індивідуальності, адаптивності, удосконаленості, якості.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Борисова О.В. Механізм реалізації інноваційної політики підприємств ресторанного господарства / О.В. Борисова // Соціально-економічні реформи у контексті інвестиційного вибору України : V міжнар. наук.-практ. конф., 15–16 травня 2008 р.: зб. наук. пр: у 3 т. – Дніпропетровськ : ПДАБА, 2008. – Т. 3. – С. 8-12.

2. Архіпов В. В. Організація обслуговування у закладах ресторанного господарства : навчальний посібник / Архіпов В. В., Русавська В. А. – К. : Центр учбової літератури, 2012. – 340 с.

3. Костас К., Крис Т. Учебник ресторатора: проектирование, оборудование, дизайн. М.: Владос, 2008. 524 с.

4. Поплавський М.М. Готельно-ресторанний сервіс: навчальний посібник. К.: Макрос, 2011. 240 с.

Секція 4. Харчові технології в галузі готельно-ресторанного бізнесу.

УДК 545

А.В.Кіх
І.В. Войтович, викладач хімічних дисциплін ЛФКХПП НУХТ
ВСП « Львівський фаховий коледж харчової і переробної промисловості
Національного університету харчових технологій»

ВИКОРИСТАННЯ ХАРЧОВИХ ПІДСОЛОДЖУВАЧІВ У ВИРОБНИЦТВІ ХАРЧОВОЇ ПРОДУКУЇ

Підсолоджувачі є частиною нашої щоденної їжі настільки ж, наскільки сам цукор, і є багато людей, які, для дієти, з причин здоров'я або простих уподобань, обирають споживати їх замість природних цукрів. Однак, яка різниця між цукром і підсолоджувачами ?Як замінити цукор на підсолоджувач?Той факт, що цукор походить з їжі, не обов'язково означає, що це корисно для нашого організму. Споживання цукру в надлишку може викликати надмірне споживання калорій, а також різні проблеми зі здоров'ям, через те, що цукор вносить в наш організм значну кількість енергії і калорій.

Природні підсолоджуючі речовини представлені моно- і олігосахаридами, продуктами гідролізу крохмалю і підсолоджуючими речовинами, що не відносяться до сахаридів. Широкий асортимент підсолоджувачів, що використовується у світі, пов'язаний зі значними економічними перевагами в порівнянні з цукрозою. Всі вони мають більшу солодкість, ніж солодкість сахарози в десятки і сотні разів. Підсолоджувачі використовують замість цукрози чи разом з нею при виробництві напоїв, морозива, кондитерських і хлібопекарських виробів, для виробництва низькокалорійних і діабетичних продуктів харчування.

В даний час описано велику кількість підсолоджувальних речовин, проте практичне застосування знайшли лише деякі. Серед них можна виділити дві групи : природні і синтетичніпідсолоджувачі.

За силою солодкості цукрозамінники не дуже відрізняються від цукру і готовий продукт за консистенцією такий же як і з цукрозою.Сила солодкості підсолоджувачів не є величиною постійною і може змінюватись в широких межах. Вона залежить від цілого ряду факторів, насамперед від концентрації підсолоджувача, від кислотності харчового продукту, присутності і інших смакових речовин, температури при якій одержують продукт.При виборі підсолоджувачів для продуктів з тривалим терміном придатності слід звертати увагу на його стабільність при зберіганні.Як правило при триваломузберіганніпідсолоджувачі повільно розкладаються на складові нешкідливі для людини, але несолодкі.

Основні технологічні властивості підсолоджувачів:

-здешевлюється і спрощується технологія виробництва (вантажно-розвантажувальні, транспортні і складські операції;

-в десятки разів знижується калорійність продуктів;

-у поєднанні з фруктовими ароматизаторами і органічними кислотами солодкістьпідсолоджувачівпосилюється і збагачується смак продукту;

-у виробників з'являється можливість розширення асортименту;

-в результаті зменшення частки вуглеводів, у складі продукту, покращуєтьсяїх біологічна стійкість при зберіганні.

При виробництві харчових продуктів використовують безліч підсолоджувачів, проте розглянемо лише деякі, які є найбільш поширені.

Сорбіт Е420 (сорбітол, гексангексол). Це білий кристалічний багатоатомний спирт, без запаху,солодкий на смак, холодить язик, солодкість 48-60% солодкості цукрози, добре розчинний у воді, гарячому етанолі, середня розчинність у холодному етанолі, не розчиняється у жирі. Природнім джерелом для одержання сорбіту є ягоди горобини, морські водорості, яблука, черешні й інші плоди.В основному вінвикористовується в якостіпідсолоджувача в ліках, жувальнихгумках і таблетках. Як підсолоджувачвикористовується в дієтичних плодоовочевих консервах, кондитерських виробах і безалкогольних напоях. Встановлено, що вживання сорбіту сприяє економії в організмі таких вітамінів як тіамін, піридоксин і біотин.

Ксиліт Е967-білий кристалічний порошок, без запаху, з солодким смаком, визиває відчуття холоду на язику, стійкий до кислот і нагрівання, добре розчинний у воді, середня розчинність у спирті, не розчиняється в жирових розчинах, зустрічається в невеликих кількостях у фруктах і рослинах. Ксиліт некарієсогеннийпідсолоджувач, але більш дорогий, ніж сорбіт. Суміш 60% ксиліта і 40% сорбіта має солодкість, що адекватна сахарозі. Застосовується він як замінник цукру для промислової переробки в кондитерській, хлібобулочній і харчовій промисловості, а також для осіб, що страждають діабетом.

Сахарин Е954-це синтетичний підсолоджувач у 300-550 разів солодший за сахарозу. Використовується при виробництві харчових продуктів для хворих на цукровий діабет-дієтичних сирів, напоїв і жувальної гумки.

Цикламати Е952-у 30 разів солодші за сахарозу. Вони стабільні при варінні, випічці. Використовуються в кондитерській промисловості та при виробництві напоїв.

Аспартам Е951- у 200 разів солодший за сахарозу. Використовується як харчова добавка в більш ніж 5 тис. найменуваннях продуктів. Він практично не містить калорій, тому придатний для всіх, включаючи хворих на цукровий діабет.

Отже, кожен з харчових підсолоджувачів має свої переваги, і саме нам з вами обирати, який з них підходить для певного виробництва. Та перш ніж зробити вибір, потрібно в першу чергу звернути увагу на можливості негативного впливу підсолоджувачів на організм людини. Навчаючись на спеціальності « Виробництво хліба, кондитерських, макаронних виробів і харчових концентратів», мене особливо цікавлять сучасні замінники цукру, їх використання, дозування та переваги над звичайним цукром.

Література:

1. Белік В. Стан та проблеми цукрової промисловості //№9-10. Техніка АПК.-2003, с. 34-36.

2. Борисюк П.Г. Стан і завдання цукрової галузі України // Цукор України, 2003.

3. Домарецький В.А., Остапчук М.В., Українець А.І. Технологія харчових продуктів. - К.: НУХТ, 2003.- 569 с.

4. Павлова В.А., Титаренко Л.Д., Залигіна В.Д. Ідентифікація та фальсифікація продовольчих товарів. - К.: 2006, 189 с.

5. Про державне регулювання виробництва та реалізації цукру: Закон України.Режим доступу: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/ed_2007_05_08

К.С. Гогунський

Л. Богатирьова, викладачспеціальних

исциплін, завідувач практики

аріупольський коледж Донецького

аціонального університету економіки

торгівлі імені Михайла

Туган-Барановського

СУЧАСНІ СТРАВИ УКРАЇНСЬКОЇ КУХНІ

Українська кухня – національна кулінарія, яка має свою давню історію та славиться різноманітністю, нараховує сотні рецептів: борщі й пампушки, паляниці й галушки, вареники й ковбаси, печеня та напої з фруктів і меду, відомі далеко за межами України.

Середслов'янських кухонь українськакористується широкою популярністю. Вона давно одержала поширення далеко за межами України, а деякі блюда українськоїкухні, наприкладборщі і вареники, ввійшли в меню міжнародноїкухні.

Сьогодні, своєрідність національної української кухні виражається, по-перше, у переважному використанні таких продуктів, як свинина, сало, буряк, пшеничне борошно і деяких інших, по-друге, у таких особливостях технології готування їжі, як комбінована теплова обробка великої кількості компонентів страви, чому класичним прикладом служить борщ, де до буряка додають ще два десятки компонентів, які не придушують буряковий смак, а лише відтіняють і розвивають його.

Дуже характерним для української кухні є достаток борошняних виробів, причому улюбленим видом тіста є прісне – просте прісне, прісне напіввитяжне, заварне прісне, прісне здобне з використанням соди як розпушувача, а для кондитерських страв – переважно піскове.

Поряд з борошняними виробами важлива роль приділяється овочам. Їх вживають у виді гарнірів до жирної м'ясної їжі чи подають як самостійні страви із салом. З овочів на першомумісці, звичайно, буряк, якийможнавважатинаціональнимовочем і якийвживають не тільки у свіжому, але й у квашеному виді. Так, із квашеного бурякаготуютьборщі з осені до весни, тобтоveликучастину року.

Хочаукраїнська кухня майже остаточно склаласявже в XVIII ст., два таких характерних для неїрослинних продукту, як помідори і соняшниковаолія, без яких не можнаувитисобісучаснийукраїнськийстіл, ввійшли в широкевживання і вплинули на меню в XIX ст.

З пряностей і приправ використовуються, переважно, цибуля, часник, кріп, кмин, аніс, м'ята, любисток, дудник, чабер, червоний перець, із привізних пряностей – лавровий лист, чорний перець і кориця (для солодких блюд).

Фрукти і ягодиполюбляють мочеными, свіжими, сушеними і копчено-в'яленими. Також національними можна вважати вишню, сливу, грушу, смородину, кавун і в меншому ступені яблука і малину.

Як дивно не було б, але сьогодні популярні ті страви, які ілизаважди, та вони залишаються класичними.

Розглянемо сучасні страви трьох регіонів України, які являються найулюбленішими:

1.Сирно-винний рай Закарпаття. Познайомитися з традиціями оригінальної і автентичної кухні Закарпаття найкраще, слідуючи за маршрутомУжгород – Мукачево – Берегово. Вартоспробуватинаваристийбограч, ситнийбанош, кремзлики з м'ясом та іншімісцевіделікатеси. Але найбільшеЗакарпаття славиться різноманітнимисирами, які не залишатьбайдужиминавітьнайзавзятішихгурманів, і смачними винами.

2. Полтавські страви. Регіон славиться традиційними полтавськими галушками. Напевно, такого розмаїття національних страв не зустріти ні в жодному іншому місті України.

Особливою популярністю серед туристів користуються майстер-класи з приготування відомих полтавських галушок. Саме цим блюдом славиться цей регіон, в самій Полтаві навіть поставили пам'ятник галушці.

3.Культові коростенські деруни. Щороку у вересні в Коростені проходить неймовірно смачне і цікаве дійство – Міжнародний фестиваль дерунів. Саме деруни – це візитна картка регіону. У самому місті під час другого за рахунком фестивалю величаво був відкритий пам'ятник деруну!

Найзатребуванішими стравами сучасної Українськоїкухні є: борщ, сало, капусняк запорізький, домашні ковбаси, холодець, варя гуцульська, крученики м'ясні, полядвиця, білі гриби по-гуцульськи, печення з грибами, банош, вареники, голубці, котлети по-київськи, мазурики, судак по-київськи, перекладенець, вергуни, торт «Київський», млинці по-чернігівськи, пляцки львівські, та ще дуже багато різноманітних страв, які не залишуть вас байдужими.

Середслов'янських кухонь українськакористається широкою популярністю. Вона давно одержала поширення далеко за межами України, а деякістравиукраїнськоїкухні, наприкладборщі і вареники, ввійшли в меню міжнародноїкухні. Українська кухня походить відсільськихстрав, основою яких є злакові та овочі, такі як картопля, капуста, буряк та гриби.

Але часизмінюються, і ми нинівживаємо не той набірпродуктів, що в давнічаси. Страви стали більшрізноманітні і вишукані, навіть у будні. А до святкового столу кожнагосподинявибираєщебільшвишукані страви, намагаєтьсягарноїхоформити і подати на стіл у гарному посуді.

Література:

1.Коршунова Г. Ф., Ільдірова С. К., Федотова Н. А. Технологіяпродукції ресторанного господарства Д.: 2010 р. – 303 с.

2.Шумило Г. І. Технологіяприготуванняїжі. – К.:, Кондор, 2019 р. – 385 с.

3.Кіросір Л.М., Титаренко В.П. Традиційні українські страви. – Полтава, 2011. – 120с.

4.Ковров Я.Г. Раціональнехарчування. –К.: Здоров'я, 2012 р.

Електронні ресурси:

Українська кухня. [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://www.kamis.ua/енциклопедія-спецій/кухні-світу/українська-кухня/

Українська національна кухня. **[**Електронний ресурс**]** – Режим доступу:https://ukrainetomorrow.info/українська-національна-кухня/

Технологія виробництва кулінарної продукції. частина ІІ. Електронний посібник./ Ю. Л. Богатирьова, Я. С. Назарова, В. Казьмір, Н. Синявська. Науково-методичний центр вищої та фахової передвищої освіти. Медіатека електронних засобів навчання[Електронний ресурс] – Режим доступу :

http://192.162.132.48:5000/MyWeb/manual/xarchovi_texnologii/texnologiia_kylinarnoi_prodykcii_%D0%86I_g/Ykladagi/ykladagi.htm

УДК 378Соляк Д.І. викладач
Львівськийфаховийколеджхарчової і
переробноїпромисловості НУХТ

ХІМІЯ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

«Здоров'ядорожче за золото» Шекспір

У закладах ресторанного господарствасередньостатистичнийспоживачхарчується не меншедвохразів на день. На думку економістів, це говорить про високийрівеньжиття. Численніпублікації у пресі та науковідослідженняприсвяченівивченнюсмаківспоживачів, спробам максимально задовольнятиїхні потреби, а при необхідності і впливати на них.Розрізняютьгрупові, національні, етнічні, а такожіндивідуальнісмаковіпереваги. Національні та історичнітрадиціїсуттєвовпливають на груповісмаковіпереваги.

Тому відповідно до групових і етнічнихсмаковихуподобаньнаселення, компанії, якіспеціалізуються на харчуванні, створюютьресторанинаціональноїкухні, щорозраховані на визначений сегмент ринку і враховуютьсоціально-економічніособливостісвоїхспоживачів. Самепідвпливом такого чинника, як рівеньзнань з питаньхарчування, за останнєдесятиріччявідбулисясерйознізміни у характеріхарчуваннябільшостінаселенняЄвропи і США.

Найпоширенішимстаєрозуміннязалежностіздоров'явідпродуктівхарчування.Останнім часом поширилассяспільна і рішучаборотьба з палінням та надмірнимвживанням алкоголю - визнанимиголовними ворогами здоров'ялюдини. Підтримкафізичного стану в гарнійспортивнійформі, заняття спортом стали, особливо середмолоді, хорошою манерою поведінки і демонстрацієюособистогодобробуту. Тому до харчування почали ставитися не стільки з поглядузадоволеннявизначеніххарчових потреб, скільки з позиційчіткого і збалансованогозабезпеченняроботиусіхклітинорганізмунеобхіднимживильнимиречовинами. Підтерміном "харчування" розуміють "процесзабезпеченняорганізмуречовинами для його нормального функціонування". З поглядудієтології, процесспоживанняїжімістить у собі комплекс іншихпроцесів, досліджуванихтакожхімією,біологією, мікробіологією, фізіологією, біохімією і медициною.

Дієтологіявивчаєпродуктихарчування, щоявляють собою визначенийнабірхімічнихречовин, тому дієтологивисловлюютьсвої думки мовоюхімічних формул і термінів.

Кожнаречовинавідіграє свою роль у життілюдини, підтримуючиїїздоров'я. Ціречовиниможуть бути згруповані за ознакамиі поділені на визначенігрупи:

•щозабезпечуютьорганізменергією;
• щовпливають на ріст і розвитокклітин і тканин;
• щорегулюютьфізіологічніпроцеси (наприклад, травлення, кисневийобмін, роботу м'язівтощо).

Живильніречовини, щовиконуютьосновнібіологічніфункції, поділяють на шістькатегорій: карбогідрати, протеїн, жири, вода, вітаміни, мінеральніречовини.

Таблиця 1.Класи, функції та джереланадходженьосновнихживильнихречовин

Класиречовин	Функції	Головніджереланадходжень
Карбогідрати • Глюкоза (декстроза); • Фруктоза; • Галактоза (молочнийцукор)	Забезпеченняенергією,покращанняметаболізму	Овочі, фрукти,молоко, крохмаль, зернові
Протеїн • Амінокислоти; • Нітроген	Ріст і відновлення тканин, регуляторніфункції, забезпеченняенергією. Забезпеченнянеобхіднимиамінокислотами	М'ясо, риба,свійськаптиця,молоко, сир,яйця, бобові,горох, зерновітакруп'яні
Жири (ліпоїди) • Ліноленовакислота	Забезпеченняенергією; є джереломрозчинних у жирахвітамінів A, D, E, K. Забезпеченняважливоюдляорганізмуліноленовоюкислотою. Функціятеплоізоляції	Жиритаолії, щовикористовують у кулінарії; їжатваринногопоходження (м'ясо, молоко,сир, яйця), риба,свійськаптиця,зерно

Вітаміни,розчинні у жирах • Ретинол (А); • Ергокальциферол (D); • Токоферолу ацетат (Е)	Регулюютьчисленнібіопроцеси (зір; стан кісток; стабільністьклітинних мембран; стан кровітощо).	Виявлені у жирових компонентах більшостіпродуктівхарчування, що не піддавалисятриваломунагріваннюаб осублімації. Немістяться у спиртахтацукрах

Якщоспоживачібудутьзвертатиувагу на щоденнеспоживання тих продуктів, що належать до основних(табл.1), то їмгарантованозабезпеченняорганізмувсімнеобхідним.

Таблиця 2. Чотириосновнігрупихарчовихпродуктів та живильніречовини

Групапродуктів	Основніживильніречовини
Зернові(Неподрібнені, подрібненітазбагачені)	Карбогідрати, клітковина,вітаміниВь В2, В3, залізо, жири
Фруктитаовочі	Вітаміни А та С, мінеральнісолі
Молокотамолочніпродукти	Рибофлавін (Ві2), кальцій, протеїн
М'ясо, риба, птиця	Тіамін (Ві), нікотинова кислота (В3), залізо, протеїн, жири

Отже, знаннятого, якіпродуктимістятьсяутійабоіншійстраві, дозволяютьпровестиупорядкуванняменю, тобтозробитивідповіднийперерахунок: якакількістьпродуктіврекомендуєтьсяукожнійзнаведенихгруп.Цеособливоважливодляспоживачів, яківіддаютьперевагудієтичнимстравам, атакождлятих, хтостраждаєсерцево-судиннимизахворюваннямитауникаєсолей, щомістятьсяухарчовихпродуктах, жирів, цукрітаіншихнебажанихречовин.

1. ЯцковМ.В., ВойцешевськийБ.Д.(2015)Хімія,Ч.І.НУВГП, Рівне,Україна,-249с.
2.Лиходід В.С., Владімірова О.В., Дорошенко В.В. Оздоровче харчування: Навчальний посібник для студентів факультету фізичного виховання. – Запоріжжя: ЗНУ, 2006.
3.Захарчук В.Г., Кунділовська Т.А.. ГайдуковичГ.Є.Технологія продукції ресторанного господарства:навчальнийпосібник-Одеса:ОНЕУ,Атлант ВОІСОІУ,2016р.-479с.

УДК 641.5

.В.Соляр, спеціаліст вищої категорії,

иклададач-методист, методист коледжу

.М. Кондрук,спеціаліст вищої категорії,

иклададач-методист

СП «Могилів-Подільський технолого-

кономічний фаховий коледж

інницького національного

грарного університету»

ПРИГОТУВАННЯ ОВОЧІВ І ОВОЧЕВИХ СТРАВ ЗА ІННОВАЦІЙНОЮ ТЕХНОЛОГІЄЮ SOUS - VIDE

Збереження здоров'я та працездатності населення, подовження тривалості й поліпшення якості життя громадян є основою Концепції державної політики України в галузі ресторанного господарства.

На стан оздоровлення людей, емоційний настрій і ефективність роботи впливає багато чинників, серед яких визначальним є якість харчової продукції, що на пряму залежить від шляхів і способів її створення, а також від технології її приготування.

Кулінарія – вона як мода, ніколи не стоїть на місці, постійно поліпшується та розвивається. У ВСП «Могилів-Подільський технолого-економічний фаховий коледж ВНАУ» студенти під керівництвом викладачів у межах гурткової роботи проводять науково – дослідницькі роботи за різною тематикою. В цьому напрямку активно працюють викладачі циклової комісії харчових технологій. Разом зі студентами вони опановують новітні технології у ресторанному бізнесі.

Одним із напрямків створення кулінарної продукції нового покоління, який опановують студенти спеціальності 181 «Харчові технології» освітньої програми «Виробництво харчової продукції» з дисципліни «Технологія виробництва кулінарної продукції» – приготування овочів та овочевих страв «без повітря», тобто під вакуумом. Це технологія sous - vide, основним принципом якої є поєднання приготування харчових продуктів у вакуумній упаковці при низьких температурах з подальшим швидким охолодженням і регенерацією [1]. Технологіяsous - vide – це революція у ресторанному господарстві. Метод був винайденийфранцузським шеф – кухарем Жоржем Пралусом, який на початку 1970 – х років приготував фуа – гра у вакуумі.

Основними особливостями даної технології є [3]:

- новий погляд на традиційні кулінарні прийоми – це обробка в киплячій воді, парою або гарячим повітрям продуктів, які упаковані у вакуумні пакети. Приготування у вакуумі дозволяє зберегти колір продуктів, досягти стану медіум;
- застосування в кулінарії креативних правил: особливості методики приготування страв в апаратах системи sous - vide.

Це дозволяє:

- зменшити втрати маси овочів на етапі теплової обробки і зберігання;
- максимально розкрити справжній смак овочів, овочевих страв, зберегти їхню консистенцію, однорідність та поживні речовини і вітаміни;
- страви можуть використовуватися для дієтичного харчування людей, тому що містять мало солі і насичених жирів, готуються без консервантів, стабілізаторів та загусників. При цьому підвищується ефективність ресторанного бізнесу. Така організація технологічного процесу дозволяє раціонально організувати виробництво;
- посилити контроль виробництва, витрат і якості.

Студенти - гуртківці готували овочі та овочеві страви за технологією sous - vide, а потім досліджували їхню якість, порівнюючи зі стравами, приготовленими за традиційними кулінарними технологіями.

Наприклад, приготовлені за сучасною технологією томати, баклажани, морквяний та грибний салати досліджувалися як за органолептичними (колір, запах, смак, консистенція) так і фізико-хімічними показниками (вміст білків, вуглеводів, вітамінів) [2].

Аналізуючи отримані результати, можна дійти висновку, що в овочах та овочевих стравах, що приготовлені за сучасною технологією sous – vide максимально збережені поживних речовини та якість.Ці овочі і страви захищені вакуумом від зовнішніх забруднень, хворобливих мікроорганізмів, здатні тривалий час зберігатися при температурі від 0 до + 3С.

Таким чином, вакуумний метод технології sous - vide не призводить до зміни органолептичних показників овочів і овочевих страв, які часто виникають при традиційній тепловій обробці; мають більш щільну консистенцію та насичений смак, що максимально задовольнить потреби споживачів у закладах ресторанного господарства. Даний метод може бути використаний ресторанами для приготування великої кількості їжі заздалегідь, що зменшує кухонний поспіх і дозволяє більше часу приділити оформленню та подачі страв.Страви майже не змінюються по вазі, часто є дієтичними(готуються без масла), але завжди дуже соковитими і корисними.

Список літератури

1. Архіпов В.В., Іванникова Т.В. Ресторанна справа: асортимент, технологія і управління якістю продукції в сучасному ресторані: навчальний посібник. Київ: Центр учбової літер., 2008. 384 с.
2. Пересічний І.М. Технологія продуктів харчування функціонального призначення: монографія. Київ: НТЕУ, 2008. 718с.
3. Ресторатор, 2013. № 1,2. 71с.

УДКТ. В. Мевша
студенткагр. ХМК-4
М.І. Назар, викладач, к.т.н
ВСП «Львівський фаховий коледж харчової і переробної промисловості НУХТ»

ВИРОБНИЦТВО БОРОШНЯНИХ КОНДИТЕРСЬКИХ ВИРОБІВ ФУНКЦІОНАЛЬНОГО ПРИЗНАЧЕННЯ У ЗАКЛАДАХ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ ІНДУСТРІЇ.

На сьогодні значна частка закладів готельно-ресторанної індустрії мають власні технології виробництва широкого асортименту борошняних кондитерських виробів. Особливістю цих виробів є їх незбалансованість хімічного складу, що пов'язано із великим вмістом жирів, вуглеводів та відносно низьким вмістом білків, харчових волокон, вітамінів та інших важливих макронутрієнтів [1].

Для створення індустрії здорового харчування у закладах ресторанного господарства необхідно розробляти нові та удосконалювати існуючі технології кондитерських виробів, збагачуватиборошнянікондитерські вироби корисними речовинами, вітамінами, мікро- та макроелементами, що дозволяєзабезпечити населення країни здоровим, функціональним харчуванням, як основним елементом підвищення якості життя людини, поліпшення стану її здоров'я. Нова концепція харчування, яка активно впроваджується у заклади готельно-ресторанноїіндустрії в останні десятиріччя, орієнтується на різноманітність спектру функціональних продуктів споживання [2].

Враховуючи тенденції, які склалися на світовому ринку фахівці кондитерської промисловості намагаються розширити асортимент виробів дієтичного, лікувально-профілактичного та функціонального призначення, подовжити терміни їх зберігання, зменшити собівартість тощо.Це стає можливим за рахунок цілеспрямованого застосування харчових добавок, таких як вітамінно-мінеральні комплекси створенні на основі фітокомпозицій «Жемчуг», «Арбарвіт», та інших, що збагачують організм людини харчовими волокнами, кальцієм, фосформ, фолієвою кислотою та вітамінами групи В,які здійснюють позитивний вплив на імунітет, покращують обмін речовин, сприяють нормальному травленню та виведення з організму холестерину [3].

Також ці фітокомпозиціїмають широкий спектр технологічних властивостей, здатних регулювати функції структурних компонентів сировини в бажаному напрямку протікання технологічного процесу, поліпшувати фізико-хімічні, структурно-механічні та органолептичні характеристики виробів, підвищувати харчову цінність й корегувати їх хімічний склад.

Врезультатідосліджень встановлено вплив добавок на водоутримуючу здатність борошняної сировини в процесі тістоутворення та випікання, що позитивно впливає та показники якості готової продукції.

Також нами були проведенні дослідження по вмісту золи в бісквіті з додаванням фітокомпозиції «Жемчуг»,яка збільшилася майже вдвічі, що говорить про підвищення кількості мінеральних речовин і в тому числі Са і Р уготовій продукції. Дослідження мінерального складу показало можливість забезпечення добової потреби людини при споживанні 100г бісквіту за новою рецептурою: Са-25%, Р-15%.

Отже з вищезазначеного можемо зробити висновок, що використання фітокомпозицій «Жемчуг» та «Арбарвіт» дозволить підвищити харчову та поживну цінність бісквітного напівфабрикату за рахунок збагачення його мінеральними речовинами.

На даний час проводиться комплекс досліджень в напрямку вивчення фізико-хімічних властивостей та споживчих характеристик виробів, а також встановлення оптимальних параметрів їх виробництва.

Список використаної літератури:

1. Смоляр В.І. Фізіологія та гігієна харчування / В.І. Смоляр. – К.: Здоров'я, 2000. – 336 с.
2. **Українець А.І., Сімахіна Г.О. Технологія оздоровчих харчових продуктів / Курс лекцій за напрямом "Харчова технологія та інженерія". — К.: НУХТ, 2009. — 310 с.**
3. **Фолієва кислота на сторожі здоров'я. // Хлебопекарское и кондитерскоедело. – 2018. - №4. – С.32-33.**

О.В.
Ушкалов

.Н. Козіна, викладач спеціальних

дисциплін.

Маріупольський коледж Донецького

Національного університету економіки

торгівлі імені Михайла

Туган-Барановського

СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ ПРИГОТУВАННЯ КОКТЕЛІВ

Коктейлі – найбільш популярна група змішаних напоїв. Відомо близько 3000 стандартних коктейлів.

Коктейлі-аперитиви – до їхнього складу входить довільно багато спирту, в дуже обмеженій кількості – цукор, готуються на міцно алкогольної основі (джин, віскі, ром, коньяк) та на основі вин)вермут, херес, портвейн). П'ють охолодженими, одним-двома ковтками, соломинками не користуються. Основним правилом приготування є першочергове змішування ароматичних компонентів і модифікаторів із наступним додаванням основи. Коктейлі-аперитиви Олдфешен – має тільки один міцно алкогольній напій.

Коктейлі на основі джину – (Мартіні сухій, Мартіні солодкий, Мартіні де Люкс) де ароматизатором є міцноалкогольні бітери (Грушова, Персикова, Лимонна гіркота) Коктейлі з підсолоджуючим інгредієнтом (ароматичні лікери, анісові дистиляти, плодово-ягідні лікери). Коктейлі ароматичного типу – на основі віскі, коньяку і бренді типу Манхеттен. Коктейлі ароматичного типу з емульгатором – (яйце, білок, жовток). Коктейлі ароматичного типу на основі рому – базовій компонент ром.

Коктейлі ароматичного типу на основі ароматизованих вин – базовий компонент ароматизовані вина. Коктейлі - диджестиви Коктейли диджестиви – палітра смакових відтінків коктейлів є надзвичайно різноманітною завдяки використанню різних міцно алкогольних напоїв, вин, лікерів, сиропів, фруктових соків (частіше – цитрусових), меду, молока, вершків тощо. Залежно від основних компонентів диджестиви поділяють на численні підгрупи.

Післяобідні коктейлі

Класична група – шарувати коктейлі – Пуус-кава, Чамперелс, Кнікебайн;

Підсолоджена група – будується за формулою основа+лікер;

Солодка група Сауер – основа кисла и солодка, частини у пропорціональному відношенні – одинакові.

Емульгатора група - коктейлі з вершками – будується за формулою основа+вершки або основа+вершки+лікер Шаруваті коктейлі (Складаються з двох або більше різнообразних рідин неоднакової густини.)

Окремі компоненти нашаровують, не змішуючи, один на одний, створюючи смаковий і кольоровий букет. Питома вага алкогольних напоїв визначається, головним чином за вмістом у них цукру: чим більше, тим – густіший. Густина убуває в такій послідовності: сиропи; креми; десертні лікери; кріплені лікери; пунші; наливки; десертні напої; солодкі напої; 30 аперитиви; напівсолодкі настоянки.

Коктейлі Пусс-кава – готують у спеціальній чарці місткістю 50 мл. Напій складається з багатьох охолоджених компонентів (лікерів) різних кольорів. Якщо коктейль готують із коньяком, тойого додають наприкінці. Компоненти беруть у рівних пропорціях. Коктейлі Пуус-кава рекомендується для жінок.

Коктейлі Чамперелс - готують у чарці на 75 мл. Кількість шарів – до 4. Готують із холодних терпких, ароматичних лікерів, кінцевою складовою. Є фруктово-ягідний бренді (або горілка, віскі, джин), крім коньяку. Рекомендують ці коктейлі для чоловіків.

Коктейлі Кнікебайн – до складу входять яйце (жовток). Готують у тюльпаноподібній чарці місткістю 75 мл. Компоненти вливають шарами: яйце, лікери, сиропи, напої. Кількість

шарів – довільна. Зверху викладають збитий білок і збризкують бітером або посипають тертим мускатним горіхом, шоколадом, посіченим імбиром.

Кулери – готують без цукру на міцно алкогольної або винній основі та розбавляють сидром або сухим шампанським. Подають у келихах «Хайбол» на 250 мл, або в бокалах для віскі, оформляють спіраллю цедри з цілого лимона або апельсина. Вихід – 150 мл. Сангери – подають або холодним у склянках хайбол, або теплим у склянках для пуншу чи грогу. Готують на основі міцних напоїв (коньяк, горілка, джин, ром), вина або пиво. За наповнювач використовують воду. Міцної алкогольної основи повинно бути не більш як 50 мл, вина – 100 мл. Підсолоджувачі – сиропи, лікери. На сухих винах гарячі сангери не розбавляють водою, бо вони мутніють. Оформлюють тертим мускатним горіхом.

Мейсон Чарльз -в бокалі для змішування обережно роздавити 1-2 гілочки свіжої м'яти і залити їх ромом. Настояти 20 хв. Потім гострим ножем дрібно нарізати листя м'яти не чіпаючи степла. Змішати невелику кількість нарізаної м'яти з цукровою пудрою, краї бокалу потерти лаймовою шкіркою і опустити в цукрову пудру з м'ятою – отримаємо ефект інію. Покласти в шейкер трішки льоду і налити ром, лаймовий сік, цукровий сироп. добре стряхнути все разом і процідити в заморожений бокал для коктейлю. Зверху насипати нарізаної м'яти для краси.

Слінг – схожий на пунш. Основні компоненти – сік лимонна або лайму, гранатовий ци цукровий, а також міцні напої – бренді, арак, джин, віскі, горілка; ароматизатор Ангостури. Відпускають в охолоджених із льодом або підігрітих келихах Хайбол, прикрашають кружальцями лимона на краю келиха. Джулепи – готують зі свіжою або сухою м'ятою на міцній алкогольній (горілка, ром, коньяк, джин) або безалкогольній (плодово-ягідні соки) основі. 3-4 гілочки добро промитої і обсушеної м'яти (або проціджений настій м'яти) кладуть на дно склянки Хайбол, додають цукровий сироп і розминають дерев'яним товкачем, додають лід, вливають алкогольний напій, содову або мінеральну воду, перемішують і подають. Сервірують напій зацукрованою гілочкою м'яти, до алкогольного напою подають склянку охолодженої води, безалкогольні прикрашають фруктами.

Змішані напої, коктелі, не є продуктами масового виробництва, їх не виробляють завчасно на заводах і фабриках, а готують безпосередньо за столом, в барі, в кафе чи ресторані, вдома чи в гостях, у присутності споживача, а найкраще — за його безпосередній участі.

Література:

1. Технологія напоїв Гніцевич В. А,Коршунова Г. Ф,Федотова Н. А ДонНУЕТДонецьк 2013
2. Слащева А. В,Клименко А.В Барна справа та організація роботи сомельє Кривій Ріг 2017
3. Ростовський В. С,Шамаян С. МБарна справа Київ 2011

Електронні ресурси:

Інноваційні технології продукції ресторанного господарства» [Електронний ресурс] – Режим доступу:https://studfile.net/preview/5647531/

Технологія приготування вечірніх коктейлів[Електронний ресурс] – Режим доступу:https://ua-referat.com/uploaded/tehnologiya-prigotuvannya-vechirnih-koktejliv-grupi-sausrsiv-n/index1.html

І.Д. Фельдман

. Є. Костенко, майстер виробничого

навчання

Маріупольський коледж Донецького

Національногоу університету економіки

торгівлі імені Михайла

Туган-Барановського

СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ В УКРАЇНІ

Туризм в Україні визнано на державному рівні пріоритетною сферою національної економіки. Володіючи багатими культурно-історичними і природними ресурсами, країна стоїть перед проблемою створення сучасної індустрії туризму, здатної привернути іноземних і вітчизняних туристів.

Ринок туристичних послуг, який в цей час формується, охоплює в основному центральні райони країни, де найбільш розвинені інфраструктура і готельне господарство. Регіональні туристські ресурси багато в чому залишаються недоступними для масових потоків туристів внаслідок відсутності сучасних готелів, невисокої якості наданих туристських послуг.

Нагальна проблема — створення індустрії регіонального туризму, привабливою для туристів. Вирішення цієї проблеми можливе на основі вироблення єдиної державної політики та національної туристської концепції, підготовки конкурентоспроможного туристичного продукту та державної підтримки його просування на світовому і внутрішньому ринках, створення мережі сучасних готелів, готелів і інших засобів розміщення, маркетингового вивчення споживчих переваг щодо послуг в'їзного, внутрішнього і виїзного туризму. Діюча законодавчо-правова база туристської діяльності в Україні недосконала, що стримує її зростання.Невідпрацьовані напрямки взаємодії індустрії туризму і суміжних галузей національної економіки, немає стійких галузевих і регіональних зв'язків між об'єктами туристичної спрямованості. Відсутня надійна статистична база, що дозволяє відстежувати зміни, що відбуваються на ринку туристичних послуг і в індустрії туризму.

Рішення цілого ряду економічних, організаційних, соціальних, правових проблем має сприяти піднесенню сфери туризму в Україні, збільшення її вкладу в національну економіку, підвищення її рейтингу в світових показниках туристських потоків. Володіючи мультиплікативним ефектом, туризм здатний створити передумови для економічного підйому багатьох українських регіонів, збільшення зайнятості населення, стати доступним для всіх верств населення незалежно від рівня доходу і більш повного задоволення потреб громадян у відпочинку.

Однак узагальнений аналіз взаємодії індустрії регіонального туризму із суміжними галузями національної економіки, проблеми регулювання розвитку індустрії туризму в галузевому і регіональному аспектах, проблеми вирішення теоретичних і практичних завдань в індустрії туризму з урахуванням впливу організаційно-економічного механізму управління ще не отримали адекватного відображення в сучасних наукових дослідженнях . Актуальність і недостатня розробленість організаційних, економічних, соціальних аспектів і процесів формування індустрії регіонального туризму в умовах ринкових перетворень зумовили вибір проблематики цього дослідження.

Тим самим в ринкових умовах, а тим більше в умовах кризи, вже накопичено досвід організації туристської діяльності, потребує узагальненні та аналізі. Необхідність вивчення прогресивного світового досвіду функціонування індустрії туризму в умовах світової кризи, розгляд ролі організаційноекономічного механізму управління впливають на загальну картину розвитку індустрії туризму в Україні створення системи показників ролі організаційноекономічного механізму управління, що характеризують форми і напрямки розвитку туристичної галузі в цілому, а так само збільшення туристичних потоків не тільки за рахунок в'їзного туризму, а й за рахунок внутрішнього.

В умовах обмеженого бюджету нашої країни туристським підприємствам в Україні, які в цей час активно розвиваються, важливо адаптуватися до нових технологій, впроваджувати

хмарні системи і користуватися різними інтернетплатформами. Технологічні інновації в гостинності спрямовані на поліпшення якості послуг, що надаються, підвищення комфортності клієнта, туриста, а також на оптимізацію витрат в діяльності підприємства. Все це дозволяє домогтися поліпшення показників організації, підвищити конкурентоспроможність і привабливість в очах потенційних клієнтів. Забезпечення ефективних організаційноекономічних умов розвитку туризму в регіоні досягається шляхом вирішення задач державної політики в області регулювання регіонального туризму.

Інноваційні технології в сфері туризму і гостинності слід розглядати як якісно нові процеси зміни існуючих систем, призначені для розвитку, а також забезпечення сталого та ефективного функціонування туристичної галузі.

Сфера інновацій різноманітна і охоплює не тільки практичне використання науково-технічних розробок і винаходів, а й включає зміни в уже існуючих продуктах, послугах, технологіях, процесах виробництва, управління і маркетингової діяльності. Поштовхом для інновацій і інноваційних технологій стали нові матеріали, підходи, розвиток інформаційних систем і зв'язку.

Основну увагу інноваційним технологіям в туризмі приділяють процесу оновлення і поліпшення існуючих продуктів, тому зміна в області процесів є необхідним елементом розвитку туристських організацій. Переважно ці зміни зачіпають внутрішні процеси або процеси, пов'язані з доставкою продуктів або послуг кінцевому споживачеві, тобто інноваційні технології здійснюються в процесної діяльності. Вони пов'язані з розробкою і впровадженням, що поліпшуєкомбінаторні методи надання послуг.

В цілому інноваційна інфраструктура в готельній індустрії є організаційну, матеріальну, фінансово-кредитну, інформаційну базу для створення умов, що сприяють ефективній акумуляції та розподілу коштів, а також надання послуг високої якості. Виходячи з вищевикладеного, можна зробити висновок: глобалізація в сфері туризму і гостинності визначається як процес різкого посилення туристичних потоків, а також потоків послуг, капіталу, інформації та технологій, як правило, не потрапляють під регулювання національних урядів. Глобалізація і розвиток інноваційних технологій мають довготривалий характер, а їх рушійною силою є, перш за все, революція в інформаційно-комунікаційній сфері, лібералізація ринків і загострення міжнародної конкуренції.

Література:

1.Мальська М. П., Пандяк І. Г. Готельний бізнес: теорія та практика. Підручник. 2- вид. перероб. та доп. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 472 с.

2.Збірник тез доповідей І Всеукраїнської науково-практичної Інтернет-конференції «Стратегічні перспективи готельно-ресторанного бізнесу в Україні: досвід, проблеми та інновації» (14-15 лютого 2019 року) / Міністерство освіти і науки України; Житомирський державний університет імені Івана Франка. – Житомир, 2018. – 40 с.

Електронні ресурси:

Напрями розвитку сфери гостинності.**[**Електронний ресурс**]** **–** Режим доступу:http://repository.kpi.kharkov.ua/bitstream/KhPI-Press/39920/1/vestnik_KhPI_2018_48_Pererva_Rozvytok_orhanizatsiino-ekonomichnoho.pdf

Історичні витоки формування індустрії гостинності в Україні. **[**Електронний ресурс**]** **–** Режим доступу:https://core.ac.uk/download/96102056.pdf

Інновації у сфері готельно-ресторанного бізнесу в Україні. **[**Електронний ресурс**]** **–** Режим доступу:http://repository.ldufk.edu.ua/bitstream/34606048/25388/1/STRIG_2020_09_31-34.pdf

Є. Л. Цигикал
Н.А. Ласкіна, викладач
спеціальних дисциплін
Маріупольський коледж
Донецького національного
університету економіки
і торгівлі імені Михайла
Туган-Барановського

УСТАТКУВАННЯ ДЛЯ ПРИГОТУВАННЯ СТРАВ КУХОНЬ НАРОДІВ СВІТУ

Усі народи різні, і кухня кожної національності має свої особливості. Для приготування страв кухонь народів світу використовують різні види устаткування, які дозволяють готувати різноманітні якісні страви. Зараз дуже багато різних машин і апаратів, які дозволяють приготувати різні страви кухонь народів світу найкращим чином і показати їх особливості.

В кожній кухні світу дуже багато різноманітних салатів, нарізок, рублених страв. Для цього використовується такі види обладнання, як: кухонні машини з набором різноманітних змінних механізмів, машини для очистки овочів, машини для нарізання і протирання, м'ясорубки, розпушувачі м'яса, формувальні машини, просіювальні, тістомісильні, збивальні машини, піца-преси, слайсери та інші.

Жодна кухня не обходиться без варених страв і усе це зараз готувати краще не в каструлях, а у харчоварильних котлах. Харчоварильні котли дуже різноманітні – мають циліндричну або прямокутну форму варильного котла стаціонарні або перекидні з пристроєм для перемішування або без нього з різною місткістю котлів та габаритами.

Скороварочні котли (автоклави) – різновидність харчоварильних котлів, що працюють при підвищеному тиску з температурою 120 – 140°, при цьому підвищується вихід жиру та сухих речовин з продуктів та зменшується час приготування.

У пароварильних апаратах процес варіння продуктів відбувається у середовищі вологої насиченої пари з використанням перфорованих гастроємностей. Під час варіння у такому середовищі порівняно з варінням у воді продукт більшою мірою зберігає харчову цінність і масу, а готові вироби характеризуються високими органолептичними і дієтичними властивостями.

А яке різноманіття жарочних гриль-апаратів – контактний, роликовий, карусельний, лава, піца, шаурма, сендвіч, млинниці грилі для приготування страв різних кухонь, дуже багатий асортимент апаратів для випікання тонокої італьянської піци та американської піци-пен. Для приготування страв східної кухні не обійтись без рисоварок, які дозволяють готувати велику кількість рису не руйнуючи його структуру.

Шоколадоварки використовують для приготування гарячого шоколаду і вони мають насос для створення гейзера (фонтанчика).

Та яка східна кухня без запашної кави. Для цього використовуються різноманітні кавоварки – приготування в турках на розігрітому піску, експрес-кавоварки, гейзерного типу, кавомашини, супер-автомати.

Для усіх кухонь необхідні плити і найбільш сучасні – індукційні, які миттєво переходять у робочий стан при контакті з піддоном зі спеціального сплаву, який реагує на індукцію і автоматично вимикається через 60 секунд, коли на поверхні нема посуду.

Пароконвектомати значно оптимізують приготування різних страв. В них можлива обробка продуктів гарячим, сухим повітрям, з температурою 300˚С (для режимів конвекції або гриля), сумішшю гарячого повітря та пару (комбінований режим), та гарячим низькотемпературним паром (паровий режим). Пароконвектомати можуть мати функцію вприскування води для функції випічки, щоб одержати на виробах хрустку скоринку. В робочій камері підтримується заданий рівень вологості, який контролюється спеціальним датчиком. Апарати комплектують електронними та цифровими керуючими системами, що дозволяє реалізовувати оптимальний алгоритм технологічного процесу.

Для приготування страв усіх кухонь використовують середнє- і низькотемпературне холодильне устаткування: охолоджувальні прилавки, вітрини, прилавки-вітрини, холодильні шафи і ларі, камери. Холодильне устаткування в залежності від температурного режиму

поділяються на середнє (0 – 10˚С) і низькотемпературне (-12˚С й нижче), зараз є моделі універсального температурного режиму (від -12 – +8˚С).

Холодильне устаткування випускають в звичайному та південному виконанні. Звичайне розраховано на температуру навколишнього повітря 5 – 20˚С і відносної вологості повітря не більше 80%, а для південних районів устаткування повинно працювати при температурі 12 – 40˚С та вологості не більше 40% (при 40˚С). Воно комплектується більш потужними холодильними машинами та теплоізоляцією більшої товщини.

Література:

1. О. І. Черевко, О. В. Новікова, В. О. Потапов, Обладнання підприємств сфери торгівлі. Київ, Ліра – 2011 р.–643 с.
2. М. М. Бойко Експлуатація холодильного і торгівельного обладнання. Харків «Компанія СМТ» 2011 р.–512 с.

Електронні ресурси

Що таке пароконвектомат і навіщо він потрібен? [Електронний ресурс] – Режим доступу:http://zettastd.com/raznye-sovety/shho-take-parokonvektomat-i-navishho-vin-potriben/

Холодильні шафи, вітрини, прилавки та охолоджувальні столи. [Електронний ресурс] – Режим доступу:https://studfile.net/preview/5117881/page:15/

Наукове видання

Розвиток готельно-ресторанної індустрії України: проблеми, перспективи, інновації

тези доповідей II Всеукраїнської студентської науково-практичної інтернет-конференції

22 квітня 2021 р.

Відповідальний за випуск – кандидат педагогічних наук, голова циклової комісії готельного обслуговування Чередняк Н.А.

УДК 640.4(477)(043.2)

Матеріали подано в авторській редакції. Автори опублікованих матеріалів несуть відповідальність за підбір, точність наведених фактів, цитат, статистичних даних, галузевої термінології, інших відомостей.

© ВСП Львівський фаховийий коледж харчової і переробної промисловості НУХТ, 2021