



Міністерство освіти і науки України
Київський національний торговельно-економічний університет
Факультет ресторанно-готельного та туристичного бізнесу

ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИЙ ТА ТУРИСТИЧНИЙ БІЗНЕС: РЕАЛІЇ І ПЕРСПЕКТИВИ

ТЕЗИ ДОПОВІДЕЙ
VII Всеукраїнської студентської наукової конференції

(Київ, 18 березня 2021 року)



Київ 2021

**Міністерство освіти і науки України
Київський національний торговельно-економічний
університет
Факультет ресторанно-готельного
та туристичного бізнесу**

**ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИЙ
ТА ТУРИСТИЧНИЙ БІЗНЕС:
РЕАЛІЇ І ПЕРСПЕКТИВИ**

**ТЕЗИ ДОПОВІДЕЙ
VII ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ СТУДЕНТСЬКОЇ
НАУКОВОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ**

(Київ, 18 березня 2021 року)

Київ 2021

**Розповсюдження та тиражування без офіційного дозволу КНТЕУ
заборонено**

УДК 338.48
Г 73

**Готельно-ресторанний та туристичний бізнес: реалії
Г 73 і перспективи [Електронне видання]: тези доповідей VII Всеукр.
студ. наук. конф. (Київ, 18 березня 2021 р.) / відп. ред.
А. А. Мазаракі. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. у-т, 2021. –
538 с. – Укр. та англ. мовами.
ISBN 978-966-918-004-9
DOI: <http://doi.org/10.31617/k.knute.2021-03-18>**

Розглядаються питання новітніх тенденцій у сфері готельно-ресторанного та туристичного бізнесу, інновінгу у туризмі, ресторанный технології та сервіс, крафтові технології, архітектура та дизайн, спортивний менеджмент та рекреація.

Редакційна колегія не несе відповідальність за достовірність статистичної та іншої інформації, що представлена в рукописах.

Редакційна колегія: А. А. Мазаракі (відп. ред.), ректор, д.е.н., проф.; С. В. Мельниченко, проректор з наукової роботи, д.е.н., проф.; Н. І. Ведмідь, декан факультету ресторано-готельного та туристичного бізнесу д.е.н., проф.; М. Г. Бойко, завідувач кафедри готельно-ресторанного бізнесу, д.е.н., проф.; Т. І. Ткаченко, завідувач кафедри туризму та рекреації, д.е.н., проф.; Д. В. Федорова, завідувач кафедри технології та організації ресторанного господарства, д.т.н., проф.; Р. А. Расулов, завідувач кафедри інженерно-технічних дисциплін, к.т.н., доц.; В. Г. Гамов, завідувач кафедри фізичної культури.

Відповідальний за випуск О. О. Васильєва, заст. декана факультету ресторано-готельного та туристичного бізнесу, к.т.н., доц.

ISBN 978-966-918-004-9

© Київський національний торговельно-економічний університет, 2021

ЗМІСТ

HOReCA: НОВІТНІ ТЕНДЕНЦІЇ

Авраменко І. В. Світовий ринок хостелів у період пандемії.....	20
Андріященко К. В. Мотиваційні аспекти HR менеджменту	21
Анголюк М.А. Ресторанний бізнес в Україні та світі.....	24
Антонюк Ю. О. Тренди у сфері HoReCa	27
Афанасьєва Ю. П. Мотиваційна політика у ресторанному бізнесі	28
Бондар Я. Г. Мотивація персоналу суб'єкта готельно-ресторанного бізнесу.....	30
Бондар Я. Г. Моделі корпоративного управління суб'єктів гостинності.....	32
Бородавко Є. Д. Покоління Z: клієнтоорієнтованість готельних послуг.....	36
Вадовська Є.С. Системи «віртуальної реальності» в готельних закладах	39
Ващишин В. А. Готельне господарство міста Чернівці.....	41
Галушкін І. П. Адаптація готельно-ресторанного бізнесу до реалій пандемії COVID-19	43
Гоженко О. Організація готельно-ресторанного бізнесу	46
Гречишкіна А. С. Стратегія виживання готельно-ресторанного бізнесу	48
Гурова К. В. Маркетинг HoReCa 2021	50

На мою думку, це невеликий перелік того, що можна впровадити у компанії для підвищення мотивації у колективі. Розглядаючи методи мотивації, слід зазначити, що останнім часом поряд з такими поширеними стандартними методами мотивації, як заробітна плата, премії, подяки, постають інноваційні, так би мовити – нестандартні методи мотивації

Список використаних джерел

1. Сайт агроосвіта майбутнього «Агро Кебети». URL:<https://blog.agrokebety.com/yak-efektyvno-vprovadyty-systemu-motyvatsiyi-dlya-personalu>

2. Книга Синегуб П.С. «Температурный режим компании 36,6. Фундамент создания корпоративной культуры». URL:https://www.yakaboo.ua/temperaturnyj-rezhim-kompanii-36-6.html?gclid=Cj0KCQiAst2BBhDJARIsAGo2ldUHJFsdAW07vRCqvava35ZrWSqQUYRQqX3X0SBwYUdnME1OB2L_4vQaAl8VEALw_wcB

3. Воронцова М.М., магістр, Крахмальова Н.А., к.е.н., доцент Київський національний університет технологій та дизайну «Мотивація персоналу як інструмент удосконалення діяльності підприємства». URL:https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/9937/1/OIP2017_P270-277.pdf

Анголюк М. А.,
Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ
Пахомська О. В.,
асистент

РЕСТОРАННИЙ БІЗНЕС В УКРАЇНІ ТА СВІТІ

Сучасний ресторанний бізнес має свої тенденції, що постійно змінюються в залежності від уподобань споживачів. Відстеження інтересів та смаку клієнтів має велике значення для шеф-кухарів, власників ресторанів та усіх працівників індустрії харчування. Завдяки швидкому розвитку технологій, за останні роки відбулися суттєві зміни у кулінарному світі [1].

Культура доставки їжі і онлайн-замовлення розвивається неймовірно швидкими темпами, тим більше під час пандемії, коли заклади закривають і дозволяють працювати тільки на винос або на доставку (крім доставки алкоголю і продажу напоїв на винос). В Україні це Glovo, Raketa. Крім доставки з звичайних закладів, зростає число замовлень з «віртуальних» ресторанів, які не приймають офлайн-гостей і готують виключно для доставки.

Цікавий факт: National Restaurant Association в США передбачає, що протягом 2021 року вже 70% замовлень будуть відбуватися поза межами ресторанів: через сайти, боти, мобільні застосунки.

QR-коди

Все більше ресторанів йдуть від використання паперових меню, так як це небезпечно. Меню по QR-коду зручно використовувати тим, що не потрібно додаткове обладнання. QR-код може містити різну інформацію: меню, умови доставки, історію ресторану або дані персональних карт лояльності. За допомогою коду також можна створити замітку в календарі з акцією або заходом, який буде в закладі, або можна просто перенаправити відвідувача на сторінку відгуків [2].

Крафтові напої та страви

Цікава тенденція «Крафта» у всьому: посуд, келихи і напої. Це не тільки модне явище, але і креативний підхід для скорочення витрат. В Україні з'явилася велика кількість нових пивоварень і навіть крафтового бренді, віскі, джина, настоянки.

Роботизація в ресторанах

Ono Food Company планує запустити в Лос-Анджелесі перший в світі повністю автоматизований ресторан на колесах з роботами і технологіями для приготування їжі і прийому замовлень. В Україні ситуація з технологіями розвивається не так швидко, як в США. Проте вже зараз багато закладів України працює з системами обліку, офіціанти використовують смартфон або планшет, а на кухнях стоять екрани із замовленнями [3].

«From Farm To Table»

В ресторанному бізнесі набуває популярності послуга «Fromfarmto table», що передбачає вирощування власної сировини на території закладу, плантації або ферми. Відвідувачі мають змогу скуштувати екологічно чисту їжу протягом року та за помірною ціною.

На території ресторанів розміщені демонстраційні теплиці, де гості мають можливість за додаткову плату вирощувати власну сировину на орендованій для них ділянці. При замовленні страви, що виготовлена з власної сировини вартість її становить на 70% менше. Заклади ресторанного господарства забезпечені садівниками-консультантами, які не тільки вирощують сировину, а й надають консультацію з приводу вирощування та догляду за нею.

Унікальні морепродукти

Відвідувачі українських ресторанів із задоволенням замовляють оригінальні страви з морепродуктів. Особливим попитом користуються кальмари, устриці та ікра у поєднанні з популярними міжнародними інгредієнтами.

Вегетаріанські страви

Багато українців відмовляються від вживання страв з м'яса, прагнучі приєднатися до прихильників вегетаріанської кухні. Розробляючи меню для власного ресторану, створюють розділ, де представлена їжа на основі овочів, бобових культур і альтернативних джерел білка.

Примітка: McDonald's випробував у Гонконзі вегетаріанське меню, основане на рослинному м'ясі. KFC додав у меню альтернативні нагетси та гамбургери в ресторанах Китаю. А відомий шеф-кухар Хестон Блюменталь використовує (та підтримує) Fable – замітник, створений на основі грибів шиітаке, який додається в страви замість тушкованого м'яса.

Культура вуличної їжі

В Україні стрімко розвивається культура їжі на вулицях. Сьогодні цей сектор ринку демонструє різноманітність закладів (кіоски, мобільні кав'ярні та піцерії тощо), нові тематичні концепції, кулінарне різноманіття, різні цінові рівні, а також – стремління до якісної, здорової, збалансованої їжі і постійне збільшення асортименту продукції (свіжі соки, натуральна кава, млинці, салати, сендвічі, піцца, солодоші).

Коворкінг

Останнім часом в Україні з'явилися так звані вільні або креативні простори, які часто називають себе «коворкінгами», «некафе» або «smartcafe». Вони можуть розташовуватися в центрі міста, або в офісних центрах. Основна концепція таких закладів – безкоштовно все, крім часу. Ці заклади працюють за системою «все включено» (відвідувач платить не за їжу та напої, а за час) і являють собою нерухомість нового формату, яка спеціально пристосована для фрілансерів, стартаперів, ІТ-підприємців та маркетологів. Коворкінг – це модель роботи, коли працівники залишаються вільними і незалежними, і використовують вільний простір для своєї діяльності.

Отже, у зв'язку з активним розвитком ресторанного господарства, з підвищенням конкуренції, інтерес до нових тенденцій постійно зростає. Тому слід приділяти увагу особливостям розвитку сфери ресторанного господарства, його темпам та динаміці росту, попиту з боку споживачів у контексті їх уподобань. Використовувати нові підходи до кулінарії та ресторанного бізнесу, щоб приваблювати більше нових споживачів та розвивати власний заклад.

Список використаних джерел

1. Архіпов В. В. Організація ресторанного господарства: навч. посіб. Київ: Центр навч. літ., 2018. 342 с.
2. Моргулець О. Б. Менеджмент у сфері послуг: навч. посіб. Київ: Центр навч. літ., 2017. 384 с.
3. Тренди 2020: 20 прогнозів для ресторанного бізнесу URL: <https://borysov.com.ua/uk/blog/biznes/trendy-2020-20-prognoziv-dlya-restorannogo-biznesu> (дата звернення: 28.02.2021).