

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
Факультет Інноваційних технологій харчування і  
ресторанно-готельного бізнесу

**ЗБІРНИК  
ТЕЗ ДОПОВІДЕЙ**

**XI Всеукраїнська міжвузівська наукова конференція студентів,  
аспірантів і молодих учених**

**«ІНТЕГРАЦІЙНІ ТА ІННОВАЦІЙНІ  
НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ  
ГОСТИННОСТІ»**

**Одеса**

**2022**

**УДК 640.41:349.9:316.4**  
**ББК 65.432**

**Керівництво оргкомітету:**

*Лебеденко Т.Є.* – д.т.н., професор, зав. кафедри готельно-ресторанного бізнесу

**Заступник голови:**

*Д'яконова А.К.* – д.т.н., професор кафедри готельно-ресторанного бізнесу

**Склад оргкомітету:**

*Коваленко Н.О.* – к.т.н., доцент кафедри готельно-ресторанного бізнесу

*Савенко А.А.* – асистент кафедри готельно-ресторанного бізнесу

**Редакційна колегія:**

*Стрікаленко Т.В.* – д.м.н., професор кафедри готельно-ресторанного бізнесу

*Федосова К.С.* – к.т.н., доцент кафедри готельно-ресторанного бізнесу

Інтеграційні та інноваційні напрямки розвитку індустрії гостинності: збірник тез доповідей XI Всеукраїнської міжвузівської наукової конференції студентів, аспірантів і молодих учених 19-20 травня 2022р., О.: ОНТУ, 2022. – 192с.

Збірник тез доповідей укладено за матеріалами XI Всеукраїнської міжвузівської наукової конференції студентів, аспірантів і молодих учених «Інтеграційні та інноваційні напрямки розвитку індустрії гостинності», яка відбулась в Одеському національному технологічному університеті 19-20 травня 2022р.

*За достовірність наведених фактів, цитат, посилань на літературні джерела та вживання власних імен несуть відповідальність автори наукових тез.*

За отриманими результатами бачимо, що в Затоці переважає контингент споживачів готельних послуг із родинами, дітьми, для яких важлива наявність послуг дитячої анімації. Цей напрям розвитку додаткових послуг є прибутковим та підвищує рівень конкурентоспроможності.

#### **Список використаних джерел**

1. Готельна справа: Навчальний посібник / О.В. Арпуль та ін. К.: Видавничий дім «Кондор», 2021. 300 с.
2. Крайтель А., Ткаченко В., Данілова О.І. Інновації при наданні додаткових послуг в готелях. Інтеграційні та інноваційні напрямки розвитку індустрії гостинності: зб. тез доп. VI Всеукраїнської міжвуз. наук. конф. студентів, аспірантів і молодих учених з міжн. участю, м. Одеса, 29 березня 2017 р. ОНАХТ, Одеса: Фенікс, 2017. С. 95-98.
3. Чагайда А. О. Тенденції розвитку комплексу додаткових послуг для створення конкурентних переваг готелю. Економіка, управління та адміністрування. 2020. №. 1 (91). С. 60-65.

**Варфоломєєва А.С., Кожевнікова В.О.**

*Одеський національний технологічний університет*

*м. Одеса*

### **КОНФЕРЕНЦ-СЕРВІС В ГОТЕЛЯХ ЯК ЕФЕКТИВНА ПОСЛУГА ДЛЯ БІЗНЕС-ТУРИСТІВ**

Готельний бізнес є однією із провідних складових сфери послуг, насамперед туристичної індустрії. Попри те, що частку української економіки дедалі більше займає сфера послуг, розвиток і стійке зростання готельного бізнесу ускладнюється цілим спектром проблем. Суттєвого удару по українській готельній індустрії завдала пандемія Covid-19. Закриті кордони держав, скасування авіасполучення, обмеження пересування як в межах держав так і до інших країн, а також суцільна ізоляція спровокували комплекс проблем у готельному секторі [1].

Згідно опитування від Colliers International (Україна) та Vertex Hotel Group, збитки готелів нараховують колосальні суми: так 40% 5-ти зіркових готелів мали збитки в сумі від 3 млн. грн., 10% – 8 млн. грн. Більша половина (60%) 4-х зіркових готелів, оцінюють

свої економічні втрати у розмірі від 500 тис. грн. до 3 млн. грн., 70% опитаних, що представляють готелі інших класів, оцінюють збитки у розмірі до 500 тис. грн. [2]

Через деякий час країна почала адаптуватися і карантинні обмеження стали більш лояльними, наскільки це можливо, для бізнесу. За період пандемії дуже популярним стало проведення онлайн зустрічей, онлайн конференцій. Коли загроза зараження трохи відступила, багато людей зробили вакцинацію, а світ потроху почав повертатися до звичного життя з живими зустрічами, прихильність до онлайн бізнес-заходів нікуди не пішла. Такий вид перемовин закріпився в діловому світі. Але потреба у живому спілкуванні залишається та іноді такі зустрічі можуть бути ефективнішими для роботи і результатів.

Опитування, проведене у 2022 році компанією «Morning Consult» від імені Американської асоціації готелів та житла (AHLA), охопило національну вибірку з 2210 респондентів, які працюють за наймом. З них 256 респондентів (12%), вказали, що працюють на роботі, яка зазвичай включає подорожі, пов'язані з роботою, або планують поїхати по справах принаймні один раз цього року. 77% ділових подорожуючих і 64% зайнятих американців погоджуються з тим, що як ніколи важливо повернути ділові подорожі. Майже дві третини ділових мандрівників кажуть, що посилення використання віртуальної роботи, яке стало звичним під час пандемії, негативно впливає як на продуктивність (64%), так і на культуру робочого місця (65%) [3].

Бізнес подорожі завжди були одним з найпопулярніших видів мандрівок, які могли би зустрітися в будь-якій країні. Сучасний світ вже давно не обмежується роботою тільки в своїй країні, або місті, вони виходять за межі колишнього прийнятого і давно забутого і будують нову сучасність. Багато компаній відкривають філії в інших регіонах країни, в інших країнах світу і це тільки сприяє розвитку ділового туризму.

До основних цілей здійснення ділових подорожей відноситься: проведення зустрічей і переговорів з партнерами; проведення нарад з керівництвом і колегами; інспекція роботи представництв і філій; встановлення ділових контактів; відвідування професійних заходів; навчання співробітників; звернення в державні структури різних країн із метою здобуття сертифікатів, ліцензій, дозволів тощо [4].

Якщо охарактеризувати типового ділового туриста, то це буде чоловік середнього віку з вищою освітою, який є кваліфікованим спеціалістом або керівником бізнесу. Усе частіше бізнесмени знаходять ділових партнерів за кордоном. Подорожуючи за кордон, підприємці мають на меті не просто відвідати черговий семінар, а знайти нові можливості для свого бізнесу. Звісно, ділові люди очікують від ділових поїздок не тільки підписання

нових контрактів, а й збільшення ділової активності. Однією з тенденцій у світі бізнесу є формування спеціалізованих туристичних компаній, що займаються винятково діловими поїздками, а саме: організацією виставок, конференцій та семінарів за кордоном. [4]

Подорожуючий бізнесмен бажає поселитися у спеціалізованому бізнес готелі який надає різні ділові послуги, зокрема має диверсифікований бізнес центр. Тому існує нагальна потреба модернізації бізнес готелів для розміщення ділових людей. Вочевидь, що з розвитком ділового туризму буде збільшуватися роль бізнес центрів і бізнес готелів, зростатиме попит на послуги високої категорії [5].

Для бізнес - поїздок ділові люди зазвичай обирають готелі, де присутній конференц-сервіс, вони можуть зупинятися, як індивідуальні гості, або разом з групою, яка планує Event-захід на території готелю. Для того, щоб проводити конференції, ділові зустрічі готель має мати певну інфраструктуру: конференц-зали, кімнату переговорів, техніку та обладнання для конференцій, технічний працівник, який налаштує техніку і допоможе у разі потреби.

До приміщень конференц-залів, кімнат переговорів висувається ряд вимог, які необхідні для комфорту і успіху заходу: добре освітлення, кондиціонування, опалення, достатня кількість однотипних меблів, телевізори/крани, звукове обладнання, столи/трибуни для спікерів та доповідачів, достатня кількість розеток та інше. Але варто звернути увагу на те, що в сучасних умовах не тільки конкуренції, а й пандемії потребують від готельних підприємства перегляду способів надання послуг та інвестування в провідні технології, сучасне обладнання.

#### **Список використаних джерел**

1. Даниліна С.О., Коцюрубенко Г.М., Шикіна О.В. Фінансово-економічні наслідки пандемії для світової туристичної галузі. Причорноморські економічні студії. 2020. № 52 (1). С. 29–34.
2. Медвідь І. М. Шидловська О. Б., Іщенко Т. І. Індустрія гостинності в умовах пандемії Covid-19: проблеми та напрями антикризового розвитку. Стратегії сталого розвитку в туризмі та готельно-ресторанному бізнесі: можливості і проблеми запровадження в Україні : колективна монографія. Черкаси : ЧДТУ, 2021. С. 72–78.
3. Roeschke L. When It Comes to Travel, Blended Is the New Business. Morning Consult. 2022. URL: <https://morningconsult.com/2022/03/03/when-it-comes-to-travel-blended-is-the-new-business/>

4. Галасюк С.С., Цимбаліст О.Ю. Світові та національні тенденції розвитку ділового туризму. Світові тенденції та перспективи розвитку фінансової системи : зб. матеріалів міжнар. наук.-практ. конф., 15–16 грудня 2017 р. Дніпро: НО «Перспектива», 2017. Ч. 1. С. 9–12.

5. Галасюк С.С. Бізнес-готелі на ринку ділового туризму Одеського регіону. Інфраструктура ринку. 2017. Вип. 5. С. 139–145.

**Сініка О.П., Рибалко О.В., Кожевнікова В.О.**

*Одеський національний технологічний університет*

*м. Одеса*

## **ЗДОРОВЕ ХАРЧУВАННЯ ЯК СУЧАСНИЙ ТРЕНД В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ**

З року в рік ресторанний бізнес стрімко розвивається, йде важлива конкурентна боротьба за відвідувачів. Саме цей фактор змушує підтримувати не тільки основну стратегію і стиль діяльності ресторану, але й деталі, що додають закладу унікальність і неповторність. Тільки за умови формування і впровадження добре розробленої концепції гарантовано успіх у розвитку діяльності ресторану.

Мода на здоровий спосіб життя також вплинула на культуру харчування, визначивши ще одну світову тенденцію розвитку ресторанного бізнесу – вживання здорової, збалансованої їжі, локальної продукції. Зараз ресторани корисної їжі, вегетаріанське кафе, фітнес-обіди – це традиційний формат для Європи і США [1].

Результати анкетування українських респондентів з питання впровадження в ресторані меню здорового харчування показало, що у повсякденному раціоні харчування більшості респондентів присутня шкідлива їжа, але вони намагаються дотримуватись здорового харчування. Респонденти при виборі ресторану віддають перевагу закладам з нетрадиційною кухнею (італійська, китайська, кавказька), закладам здорового харчування і ресторанам з національною кухнею. Головними критеріями при виборі ресторану для відвідувачів є якість їжі і ціна. Більшість респондентів вважає, що здорова їжа може бути смачною і покращить їх життя. Більше 85 % потенційних відвідувачів ресторану впевнені,

<b>Гліджах М.М., Романуха О.М.</b>	
<i>Розвиток ринку готельно-ресторанних послуг в Україні</i> .....	42
<b>Риженко Д.І., Тітомир Л.А.</b>	
<i>Глемпінг послуга як сучасний напрям подальшого розвитку готельно-ресторанного комплексу redling</i> .....	45
<b>Сланська К.В., Воскресенська О.В.</b>	
<i>Роль інноваційної діяльності в готельній індустрії</i> .....	48
<b>Світа А.М., Тітомир Л.А.</b>	
<i>Аналіз попиту на додаткові послуги в курортних готелях</i> .....	50
<b>Варфоломєєва А.С., Кожевнікова В.О.</b>	
<i>Конференц-сервіс в готелях як ефективна послуга для бізнес-туристів</i> .....	52
<b>Сініка О.П., Рибалко О.В., Кожевнікова В.О.</b>	
<i>Здорове харчування як сучасний тренд в ресторанному бізнесі</i> .....	55
<b>Ноздрачова К.Д., Д'яконова А.К.</b>	
<i>Дитяча анімація у ресторани</i> .....	57
<b>Терещук Н.В.</b>	
<i>Інновації в індустрії гостинності</i> .....	60
<b>Ніколенко Н.В., Халілова-Чуваєва Ю.О.</b>	
<i>Технічні інновації в готельному господарстві</i> .....	62
<b>Маркевич Є.Р., Халілова-Чуваєва Ю.О.</b>	
<i>Екологічні інновації в індустрії гостинності</i> .....	65
<b>Протасова Т.М., Халілова-Чуваєва Ю.О.</b>	
<i>Соціальна відповідальність бізнесу у готельно-ресторанній сфері сучасної України</i> .....	69
<b>Солодкий О.С., Романуха О.М.</b>	
<i>Формування та забезпечення безпеки готельно-ресторанних підприємств</i> .....	73
<b>Антонюк Ю., Стрікаленко Т.В.</b>	
<i>Біохакінг - сучасні тенденції, місце рекреаційного бізнесу у створенні умов здорового життя населення</i> .....	76
<b>Гарат Г., Стрікаленко Т.В.</b>	
<i>Історико-культурні ресурси та їх використання у сучасному курортному господарстві країни</i> .....	79
<b>Цанга А.Р., Транченко Л.В.</b>	
<i>Проблеми розвитку підприємств готельно-ресторанного бізнесу в Україні</i> .....	81