

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.

6. Стратегія розвитку туризму та курортів у Полтавській області на 2019 - 2029 роки URL:<http://www.pohavacuhure.gov.ua/uk/informatsiia/zahalna-informatsiia1/219-stratehiya-rozvytku-turyzmu-ta-kurortiv-u-pohavskiy-oblasti-na-2019-2029-roky>.

Желяско Н.К., Халілова-Чуваєва Ю.О., Коротич О.М.

Одеський національний технологічний університет

м. Одеса

ДОЦІЛЬНІСТЬ СТВОРЕННЯ ЕКОГЛЕМПІНГІВ НА ПІВДНІ УКРАЇНИ

Жорстока конкурентна боротьба в готельному бізнесі вимагає здійснення постійного пошуку та впровадження інновацій для підвищення конкурентоздатності об'єктів. У зв'язку з підвищенням уваги до тренду екологічності, набирають популярність засоби розміщення із стратегіями стійкого розвитку, використанням екологічних програм у всіх етапах будівництва та функціонування. Успішною нішею у цьому сегменті виділяються екоглемпінги [1, 2].

Термін «кемпінг» утворився завдяки поєднанню двох слів «glamorous» та «camping», що в перекладі з англійської означає «гламурний кемпінг». Він означає засіб розміщення, схожий на кемпінг, але з набагато комфортнішими умовами проживання та додатковими послугами. Глемпінг – це люксові номери-капсули, що від кемпінгу взяли розташування на лоні природи, віддалено приватно розташовані один від одного із максимально комфортними сучасними зручностями для відпочинку та роботи споживачів.

Вперше такі готелі з'явилися у Великій Британії у 2005 році, та згодом їх термінологія була занесена до словників. За майже два десятиліття такі засоби розміщення отримали значний розвиток, що пояснюється прагненням відпочинку жителів великих міст шляхом усамітнення з природою та вимогливістю до умов та зручностей. Першочерговим фактором стало збільшення стресів у житті, віддаленість від природи, прагнення до комфортного відпочинку [1]. Останніми роками не останню роль у поширенні глемпінгів зіграла епідемія COVID-19. Втомлені карантинними умовами замкнення вдома споживачі послуг гостинності хлинули в ліси та парки, зацікавились відокремленими номерами глемпінгів.

Концепція глемпінгів прижилась і в Україні. Поєднання цивілізованих умов проживання з природними мальовничими місцями, майже не порушеними людиною, стали

популярними об'єктами відпочинку. Наметовий відпочинок був популярний на території України ще з радянських часів незалежно від фінансових можливостей туристів, тому додавання комфортних умов проживання лише збільшило контингент споживачів. За концепцією глемпінгу основна увага при створенні надається місцю розташування – максимально наближеному до диких природних умов та з наявністю цікавинок, туристичних об'єктів, пам'яток тощо. Таких територій на Україні досить багато, тому можливостей створення нового формату готелів достатньо [3]. Так, із появою лише у 2017 році першого глемпінгу, їх кількість у 2022 році складає більше 20 об'єктів [4]. Сьогодні це самостійні мережі або додаткові інноваційні пропозиції у існуючих готелях. Їх послуги розміщення надаються від економ-категорії до люксових умов.

Українські глемпінги розповсюджені по всій території країни. Вони дивують не лише широтою послуг та комфорту, а й особливостями екстер'єру та внутрішнього дизайну. Можемо ознайомитись як із прозорими номерами-капсулами у сучасному стилі, так і з стильними афреймами та комфортними наметами [4]. Кожен номер-будиночок є самостійним у опаленні, електроенергії та водопостачанні. Обов'язково виконуються всі вимоги та в наявності складові звичного номера.

Всі присутні на ринку готельних послуг глемпінги мають ті чи інші елементи екологічного спрямування: екологічна будівля та меблі із вторинної сировини, сортування відходів, енергозберігаюче сучасне оснащення, використання відновлювальних природних джерел енергії та інші. На нашу думку, тренд екологічності є досить звичним для українського туриста. Дбайливе ставлення до природи та використання її енергії завжди було частиною менталітету українців. Тому такий вид глемпінгу буде доцільно створити у південному регіоні в тому числі.

Запропонована концепція створення екоглемпінгу у с.м.т. Затока Одеської області. Проведений SWOT-аналіз майбутнього закладу гостинності показав, що створення його є доцільним завдяки великій кількості сильних сторін, можливостей та високому запланованому рівню конкурентоспроможності.

Таблиця 1

SWOT-аналіз екоглемпінгу в с.м.т. Затока Одеської області

	ПОЗИТИВНИЙ ВПЛИВ	НЕГАТИВНИЙ ВПЛИВ
	Strengths (сильні сторони)	Weaknesses (слабкі сторони)

В НУТ- РІШНЄ СЄ РЕДО- ВИЩЕ	1. значна кількість природних ресурсів, рекреаційна територія; 2. висока насиченість туристів; 3. відсутність конкурентів такого формату; 4. використання енергозберігаючих технологій	1. обмеження діяльності у заповідних територіях; 2. необхідність зачищення ділянки від старих забудов; 3. відсутність державного фінансування
ЗО ВНІШНЄ СЄ РЕДО- ВИЩЕ	Opportunities (можливості) 1. велика кількість потенційних споживачів; 2. широта пропозиції за ціновою політикою; 3. розширення спектру додаткових послуг	Threats (загрози) 1. можлива поява конкурентів; 2. економічна криза в країні; 3. зниження попиту у сфері туризму

Можемо зробити висновок, що південний регіон України, в тому числі с.м.т. Затока, має всі передумови для заповнення вільної ніші в готельному бізнесі – створення сучасного екоглемпінгу. Запропонований заклад за цією концепцією за умови правильної маркетингової політики приверне увагу широких кіл споживачів готельних послуг та дозволить отримати значні прибутки, що швидко окуплять вкладені кошти.

Список використаних джерел

1. Cvelić-Bonifačić J., Milohnić I., Cerović Z. Glamping – creative accommodation in camping resorts: insights and opportunities // Tourism in Southern and Eastern Europe. 2017. Vol. 4. P. 101–114.
2. Бойко В.О. Глемпінг – новий тренд індустрії гостинності // Таврійський науковий вісник. Серія : Економіка. 2021. № 8. С. 22-28.
3. Олійник О.В., Мостенська Т.Л., Тарасюк Г.М., Чагайда А.О. Перспективи розвитку готелів у стилі глемпінг в Україні // Економіка, управління та адміністрування. 2019. № 4 (90). С. 38-46.
4. П'ять зірок для намету. Що таке глемпінги і де їх знайти в Україні. URL: <https://focus.ua/uk/ukraine/487738-pyat-zvezd-dlya-palatki-hto-takoe-glempingi-i-gde-ih-najti-v-ukraine> (дата звернення: 27.04.2022)

Кошик С. О., Скляр В. Ю.

Інноваційне устаткування в закладах ресторанного господарства3

Стась М., Стрікаленко Т. В., Савенко А. А.

Культурна спадщина одещини в системі рекреаційного комплексу України6

Дідкевич О.А., Малюга Л.М.

Стратегія розвитку внутрішнього туризму в полтавській області9

Желяско Н.К., Халілова-Чуваєва Ю.О., Коротич О.М.

Доцільність створення екоглемпінгів на півдні України12

Коротич О.М., Д'яконова А.К., Кожевнікова В.О.

Впровадження spa-харчування на курортах одещини15

Коломоєць А.М., Коваленко О.С.

Кластерний аналіз ринку готельно-ресторанних послуг України18

Закрочимська М.А., Новічкова Т.П.

Новітні напрямки розвитку готельно-ресторанного бізнесу: атмосфера та тренди21

Клапчук В.М., Лояк А.Я.

Інновації в рестораних: тренди та активізація підприємницької діяльності у сфері ресторанного господарства23

Сербенюк Ю.С., Халілова-Чуваєва Ю.О.

Застосування інноваційних технологій як один з елементів стратегії розвитку готельно-ресторанного бізнесу27

Сухорукова А., Красномоєць В. А., Черватюк В., Комарніцький І.О.

Особливості розвитку та інноваційні підходи до організації кейтерингу в Україні30

Гоцуленко В. А., Скляр В.Ю.

Продуктові інновації в готельному бізнесі33

Сирота І.С., Ткачук О.В.

Використання етнічних елементів дизайну для оформлення інтер'єру торгівельних залів у закладах ресторанного господарства36

Мазуренко П.В., Новічкова Т.П.

Аналіз розвитку закладів формату «dark kitchen» в Україні39