

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

Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу

На правах рукопису

ЦУЛІНА ЄЛИЗАВЕТА ОЛЕКСАНДРІВНА

**ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ОПЕРАЦІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ГОТЕЛІВ
І РЕСТОРАНІВ**

Спеціальність: 241 «Готельно-ресторанна справа»

Освітня програма Готельно-ресторанна справа

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра

Науковий керівник:
ЛИСЕНКО Олена Вікторівна,
кандидат економічних наук, доцент

РЕКОМЕНДОВАНО ДО ЗАХИСТУ

Протокол засідання кафедри

№ 10 від 10.06.2024 р.

Завідувач кафедри

 Тетяна ТЕСЛЕНКО

Нормоконтроль

 Наталія СЕРГІЄНКО

Дніпро, 2024

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

Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу
Освітній ступінь бакалавр
Спеціальність 241 Готельно-ресторанна справа
Освітня програма Готельно-ресторанна справа

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри туристичного та
готельно-ресторанного бізнесу

 **Тетяна ТЕСЛЕНКО**

«03» 04 2024 року

**ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ
ЦУЛІНА ЄЛИЗАВЕТА ОЛЕКСАНДРІВНА**

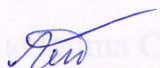
1. Тема роботи: «Інноваційні технології в операційній діяльності готелів і ресторанів».
2. Науковий керівник роботи: кандидат економічних наук, доцент Лисенко Олена Вікторівна. Затверджені наказом вищого навчального закладу від 01.04.2024 року № 22-02.
3. Термін подання роботи на кафедру: 10.06.2024 р.
4. Мета кваліфікаційної роботи: провести аналіз розробки та впровадження інноваційних технологій в готельно – ресторанній індустрії.
5. Завдання кваліфікаційної роботи:
 - провести дослідження , що таке «інновація»;
 - визначити суть інноваційного процесу;
 - дослідити інноваційну діяльність у сфері підприємств;
 - визначити кризи в готельно – ресторанній діяльності та які інновації можуть поліпшити цю сферу;

- дослідити нововведення в готельній індустрії (на прикладі «Optima Collection»);
- проаналізувати інноваційні впровадження в ресторанній сфері (на прикладі «Optima Collection»);
- дослідити технологію управління номерами в готелі «Optima Collection» та запропонувати пропозиції, щодо його удосконалення;
- провести дослідження електронного маркетингу та комунікацій в готелі, щодо його розвитку;
- визначити послуги для гостей в готельно – ресторанному комплексі, та як їх можна удосконалити.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН ВИКОНАННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ

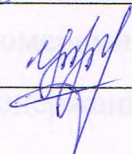
№ з\п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Термін виконання етапів роботи	Примітка
1.	Вступ	01.04.2024 р.	виконано
2.	I Розділ	15.04.2024 р.	виконано
3.	II Розділ	02.05.2024 р.	виконано
4.	III Розділ	15.05.2024 р.	виконано
5.	Висновки	30.05.2024 р.	виконано
6.	Робота в цілому	01.06.2024 р.	виконано

Науковий керівник _____



Олена ЛИСЕНКО

Здобувач вищої освіти _____



Єлизавета ЦУЛІНА

Дата видачі завдання 02.04.2024 р.



метадані

Заголовок

ДИПЛОМ Цулина Л на антиплагіат

Автор

Науковий керівник / Експерт

Цулина**Лисенко О.В.**

підрозділ

Dnipropetrovsk University of Humanities

Тривога

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

Заміна букв		0
Інтервали		0
Мікропробіли		3
Білі знаки		0

Обсяг знайдених подібностей

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

2.91%

2.91%

КП 1

0.31%

0.31%

КП 2

25

Довжина фрази для коефіцієнта подібності 2

13593

Кількість слів

107655

Кількість символів

Подібності за списком джерел

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

10 найдовших фраз

Колір тексту

ПОРЯДКОВИЙ НОМЕР	НАЗВА ТА АДРЕСА ДЖЕРЕЛА URL (НАЗВА БАЗИ)	КІЛЬКІСТЬ ІДЕНТИЧНИХ СЛІВ (ФРАГМЕНТІВ)	
1	https://aquadar.optimahotels.com.ua/uk/loyalty-programs/	42	0.31 %
2	Впровадження інноваційних технологій обслуговування у готельному бізнесі в умовах невизначеності.doc 12/5/2022 The Ivan Franko National University (Географічний факультет)	17	0.13 %
3	https://www.stud24.ru/turizm/osoblivost-upravlnnya-vakstiu-poslug-gotelnih/431312-1557835-page1.html	13	0.10 %
4	Розвиток сезонних закладів харчування: досвід Європейського Союзу 11/29/2023 Kharkiv National University of Economics named after S.Kuznets (KNUE) (KNUE)	13	0.10 %
5	http://www.xn--80aayuecs0c.com.ua/load/referaty/referaty/ekonomika_ukrajini/6-1-0-3826	12	0.09 %

АНОТАЦІЯ

Цуліна Є.О. Інноваційні технології в операційній діяльності готелів і ресторанів/ Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня «бакалавр» за спеціальністю 241 Готельно-ресторанна справа (освітньо-професійна програма «Готельно-ресторанна справа»). ВНПЗ ДГУ, Дніпро, 2024.

Зміст анотації

Розширення застосування сучасних інноваційних технологій у сфері готельно – ресторанного бізнесу має значний вплив на економічну систему так і суспільства загалом.

Підприємства ресторанного та готельного господарства мають мати розширенні резерви на основі високих технологій, ефективність яких має бути забезпеченою безупинно інноваційною діяльністю цих підприємств. Вона має стати основним джерелом для постійного задоволення споживчих потреб клієнтів у високоякісних послугах та для підвищення прибутковості господарської діяльності в економічну сферу України.

В розділі 1 кваліфікаційної роботи проаналізовані теоретичні аспекти інновацій та його види; розкрита загальна сутність інноваційного процесу; досліджена інноваційна діяльність підприємств.

Розділ 2 присвячений дослідженню впровадження новизни в готельно – ресторанну діяльність на основі готельного комплексу «Optima Collection»; інновації та кризи які сталися в готельному та ресторанному господарстві.

В Розділі 3 проаналізовані результати дослідження готельно – ресторанного комплексу «Optima Collection»; послуги для клієнтів; маркетинг та комунікацію; управління номерами в готелі та способи як це удосконалити.

Наукова новизна одержаних результатів полягає у комплексному дослідженні особливостей впровадження інновацій в готельно – ресторанну діяльність.

Ключові слова: інновація, інноваційний процес, технологія інновацій, нововведення, готельно – ресторанні підприємства, комунікація, управління, електроний маркетинг, науково – технічний прогрес.

Список публікації здобувача:

Лисенко О.В., Цуліна Є.О. Стиль мінімалізму в інтер'єрі готельних номерів. Маркетингові та організаційні механізми повоєнного розвитку галузі гостинності і туризму України: матеріали Всеукр. наук.- практ. конф./Нац. техн. ун-т, м.Харків, політехн. ін-т ,2023. С 525 С. 372-376.

ABSTRACT

Tsulina E.O. Innovative technologies in the operational activities of hotels and restaurants / Qualification work for the degree of bachelor in the speciality 241 Hotel and restaurant business (educational and professional program «Hotel and restaurant business»). Private institution of higher education «Dnipro humani-tarian university», Dnipro, 2024.

Abstract content

Expanding the use of modern innovative technologies in the hotel and restaurant business has a significant impact on the economic system and society as a whole.

The restaurant and hotel industry enterprises should have expanded reserves based on high technologies, the effectiveness of which should be ensured by the continuous innovation activities of these enterprises. It should become the main source for continuous satisfaction of consumer needs for high-quality services and for increasing the profitability of economic activity in the economic sphere of Ukraine.

Chapter 1 of the qualification work analyses the theoretical aspects of innovation and its types; reveals the general essence of the innovation process; and studies the innovative and technological activities of enterprises.

Chapter 2 is devoted to the study of the introduction of novelty in hotel and restaurant activities on the basis of the hotel complex "Optima Collection"; innovation crises that have occurred in the hotel and restaurant industry.

Chapter 3 analyses the results of the study of the hotel and restaurant complex "Optima Collection"; services for customers; marketing and communication; hotel room management and ways to improve it.

The scientific novelty of the obtained results lies in a comprehensive study of the peculiarities of introducing innovations into the hotel and restaurant business.

Keywords: innovation, innovation process, innovation technology, innovation, hotel and restaurant enterprises, communication, management, e-marketing, scientific and technological progress.

List of publications of the acquirer:

Лисенко О.В., Цуліна Є.О. Стиль мінімалізму в інтер'єрі готельних номерів. Маркетингові та організаційні механізми повоєнного розвитку галузі гостинності і туризму України: матеріали Всеукр. наук.- практик. конф./Нац. техн. ун-т, м.Харків, політехн. ін-т ,2023. С 525 С. 372-376.

ЗМІСТ

ВСТУП	10
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ В ІННОВАЦІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ.	14
1.1 Поняття та класифікація інновацій	14
1.2 Загальна характеристика інноваційного процесу	19
1.3 Інноваційна діяльність підприємств	24
РОЗДІЛ 2 ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК В	31
ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ ГОСПОДАРСТВІ «ОРТИМА COLLECTION»	
2.1 Дослідження інновації та криз в готельно – ресторанному бізнесі	31
2.2 Сучасні розробки та впровадження новизни в готельному господарстві....	39
2.3 Особливості розробки нововведення в ресторанному господарстві	46
РОЗДІЛ 3 ІННОВАЦІЇ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ КОМПЛЕКСІ «ОРТИМА COLLECTION»	54
3.1 Удосконалення управління номерами	54
3.2 Електронний маркетинг та комунікація, пропозиції щодо розвитку	63
3.3 Удосконалення послуг для відвідувачів	69
ВИСНОВКИ	73
СПИСОК ВИКОРАСТАНИХ ПОСИЛАНЬ	79
ДОДАТКИ	84

ВСТУП

Наш світ розвивається дуже стрімко та динамічно, новітні технології охопили вже весь світ. Інноваційна діяльність стає основною характеристикою сучасної економіки, це можна пояснити тим, що фундаментальні інновації є найпотужнішими стратегічним та антикризовим інструментом у кризові часи. Також, інноваційні технології стали важливими у зв'язку зі стрімкою глобалізацією світового ринку.

Саме тому була обрана така тема для дослідження: «Інноваційні технології в операційній діяльності готелів і ресторанів».

Інновації в готельно – ресторанному бізнесі відіграють дуже важливу роль. Інновація охоплює усі технологічні аспекти надання готельно – ресторанних послуг, підвищенні їх якості, залучення клієнтів, розширення бізнесу, а також мати конкурентні переваги на ринку. Розвиток готельно – ресторанної сфери у світі є одним із ключових напрямків діяльності. А розробка інноваційного продукту в цій сфері є невід'ємною частиною цього процесу.

Тому на сьогодні варто розуміти, що таке інновація та його процес виникнення. Різні вчені з усього світу трактують термін «інновація» по різному, але перший вчений економіст Йозеф Шумпетер запропонував термін «інновація» в своїй діяльності «Теорія економічного розвитку», також він зазначив, що інновацію можна назвати як «нову комбінацію».

Крім Й. Шумпетера також були і інші вчені наприклад, С. Онишко, Т. Паєнко, К. Швабій, вони трактували термін «інновація», як процес у якому наукова ідея або технологічний винахід розвивається протягом певного часу через окремі етапи, проходять практичну частину і тоді вони починають мати економічний вплив. [24,34]

Актуальність дослідження: враховуючи в наш час сучасні тенденції розвитку готельно – ресторанної сфери в країні, економічну та політичну ситуацію це дослідження є актуальним під кутом зору розробки та впровадження

новітніх продуктів для готельно – ресторанної діяльності, які допоможуть знайти нові можливості для подальшого розвитку цієї сфери в Україні.

Метою дипломної роботи є дослідження інноваційних технологій в роботі готелів і ресторанів в Україні.

Відповідно до мети кваліфікаційної роботи, були поставлені такі завдання:

- дослідити історію розвитку інновацій з поглядів вчених;
- визначити характеристику інноваційного процесу;
- проаналізувати інноваційну діяльність в сфері підприємств;
- визначити кризи сталися в готельно – ресторанній діяльності та які інновації можна впровадити;
- дослідити останні впровадження інновацій в готельній індустрії (на прикладі «Optima Collection»);
- охарактеризувати інноваційні розробки в ресторанній сфері (на прикладі «Optima Collection»);
- проаналізувати технологію управління номерами в готелі «Optima Collection»;
- оцінити комунікації та електронний маркетинг в готелі, щодо його розвитку;
- дослідити послуги для гостей в готельно – ресторанному комплексі, та як їх можна удосконалити.

Результати апробації розглянуто та обговорено на Всеукраїнській науково.- практичній конференції «Маркетингові та організаційні механізми повоєнного розвитку галузі гостинності і туризму України» у тезах.

Об'єктом дослідження кваліфікаційної роботи є інноваційні технології, які застосовуються в роботі готельно – ресторанних підприємств.

Предмет дослідження є теоретико-методологічні, науково-методичні та практичні аспекти застосування інновацій в готельно – ресторанній діяльності.

Методи дослідження.

- структурно-логічний аналіз та узагальнення – для логічної структурної побудови й формування висновків (розділи та висновки);

- узагальнення й систематизації – для систематизації поглядів учених та узагальнення категоріального апарату, розвиток та впровадження інновацій, (підрозділи 1.1, 1.2, 1.3);

- аналізу та синтезу – для визначення особливостей розвитку інноваційних технологій у ресторанах та готелях, та про кризи які відбувалися в цій діяльності(підрозділи 2.1, 2.2, 2.3)

- аналіз та практика – був здійснений практичний аналіз готельно – ресторанного підприємства «Optima Collection Троїцька», впровадження новизни в послугах, електронні комунікації та їх удосконалення (підрозділи 3.1, 3.2, 3.3).

Наукова новизна одержаних результатів полягає у тому, що дана робота є одним із системних досліджень, здійснене комплексно з використанням сучасних методів пізнання, особливостей впровадження новизни в готельно – ресторанні комплекси.

Практичне значення одержаних результатів полягає у можливості використання отриманих результатів роботи на курсах, лекціях, семінарах із Організації ресторанного господарства, Управління якістю продукції та послуг в готельно – ресторанному бізнесі, Маркетинг готельного та ресторанного бізнесу; рекомендацій щодо впровадження новизни в готельно – ресторанних комплексах.

Апробація результатів дослідження. Основні теоретичні положення та висновки дослідження представлено на Всеукраїнській науково- практичній конференції «Маркетингові та організаційні механізми повоєнного розвитку галузі гостинності і туризму України» 14-15.11.2023 року, м. Харків, політехн. Ін-т, Україна.

Структура роботи. Обумовлена логікою дослідження, його завданнями й складається із вступу, трьох розділів, висновків, переліку джерел, який

складається із 50 найменувань, додатків. Робота має 2 таблиць і 14 рисунків. Загальний обсяг роботи становить 91 сторінок, основний зміст викладено на 78 сторінках.

РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ В ІННОВАЦІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

1.1 Поняття та класифікація інновацій

Ключовою особливістю глобальної економіки в XXI столітті є усвідомлення ролі інновацій у забезпеченні розвитку регіонів та країн в цілому. Для того, щоб дослідити сутність цієї категорії, варто визначитись із значенням терміну «інновація», оскільки незважаючи на свою поширеність, досі не має однозначного трактування, що негативно впливає на теоретичні та практичні аспекти інноваційного розвитку.

Вчені всього світу сходяться на думці про позитивну роль, яку відіграють інновації на мікро- та макрорівнях. Це багатостороння категорія, що пояснюється безперервним розвитком виробничих відносин і продуктивних сил. Однак така багатогранність призводить до розмитості поняття, що значно ускладнює його вивчення.

Вперше вжив термін «інновація» австрійський вчений – економіст Йозеф Шумпетер, у своїй діяльності під назвою « Теорія економічного розвитку » ще у 1912 році. Він вперше визначив за всю свою економічну працю, що інновацію можна назвати як «нову комбінацію». Це означає іншу якість засобів виробництва, яка може здобуватися самостійно шляхом впровадження нових нововведень у засоби виробництва та в різних організаційних системах, а не шляхом незначущих удосконалень старого обладнання на виробництві та вже існуючих організаційних систем. [24,34]

Для визначення циклів бізнесу вчений запроваджує термін « інновація », пояснюючи її як «нову функцію виробництва – утворююче руйнування». У своїй теорії Й. Шумпетер виділяє п'ять основних типів інновацій:

1. Продуктова інновація – виробництво нової продукції або продукт з якісно новими характеристиками і властивостями.

2. Технологічна або процесна інновація – впровадження нових засобів виробництва на основі нових наукових винаходів або нового підходу комерційного використання продукції.
3. Збутова інновація – освоєння нових ринків збуту, незалежно від того, існував цей ринок колись чи ні.
4. Сировинна інновація – придбання нових джерел сировини, незалежно від того існували ці джерела чи ні.
5. Організаційна інновація – впровадження нових організаційних форм.

Окрім австрійського вченого Й. Шумпетера, також є інші вчені які запропонували свою думку з приводу тлумачення терміну «інновація». Наприклад, С. Онишко , Т. Паєнко, К. Швабій виділяють інновації як зміни, спрямованні на впровадження та використання нових видів споживчих товарів, нових засобів виробництва і транспорту, ринків, форм організації виробництва. [34]

Інновація – це процес, який розвивається в часі і має чіткі стадії, під час якого наукова ідея або технологічний винахід доводить свою практичну придатність і починає створювати економічний ефект; як результат науково – виробничого циклу, інновація виступає як особливий продукт – науково – технічний продукт, втілення нової ідеї, знання, відкриття, винаходу, розробки, освоєння виробництва для комерційного продажу з метою задоволення конкретних потреб; економічна необхідність і джерело економічного розвитку, що задовольняє ринковий попит і генерує прибуток для виробника.

Також, можемо розглянути і інші класифікації інновацій у загальному плані:

1. Технологічні – нові технології для виробництва існуючих або нових продуктів, інформаційні системи, впровадження нових джерел енергії. Технологічні інновації – це насамперед зміна засобів і методів організації на будь – якому виробництві.

2. Продуктові інновації – це створення нових товарів , які споживаються у сфері виробництва (засоби виробництва) або у сфері споживання (предмети).
3. Організаційні і управлінські – нові методи і форми організації всіх видів діяльності підприємств та об'єднань: нові методи управління персоналом, стратегічне планування, прогнозування, системи моделювання процесів виробництва, постачання та збуту і нові організаційні структури.
4. Економічні – інновації у сфері фінансів та бухгалтерського обліку діяльності, мотивації та винагороди, оцінки результатів діяльності.
5. Соціальні – активізація нових форм людського фактору, включаючи процес зміни умов праці культурних, екологічних, політичних аспектів та загальних змін способу життя в цілому.
6. Правові – нові нормативні документи, які визначають та регулюють усі види діяльності підприємств, організацій та фізичних осіб, створюючи належні умови для їх розвитку. [44]

Крім видів та класифікацій інновації, є також етапи життєвого циклу, які мають економічну роль на ринку попиту.

Усі інновації, навіть кращі технології, продукти та послуги мають обмежений термін служби . Це можна назвати – «життєвим циклом» – це стосується будь – якого продукту чи послуги, що корегується попитом на ринку, він охоплює певний період часу, починаючи з дослідження , розробки та його впровадження на ринок до припинення виробництва та його реалізації.

У життєвому циклу нововведення присутні чотири фази. На першому етапі дослідження та розробки проводяться для створення інновацій – це інновація процесу чи продукту. Завершення цього етапу полягають у тому , щоб надати технічну документацію у виробничий відділ організації.

На другому етапі циклу триває розробка технологій для великомасштабного виробництва нових продуктів. Характеристика першого та

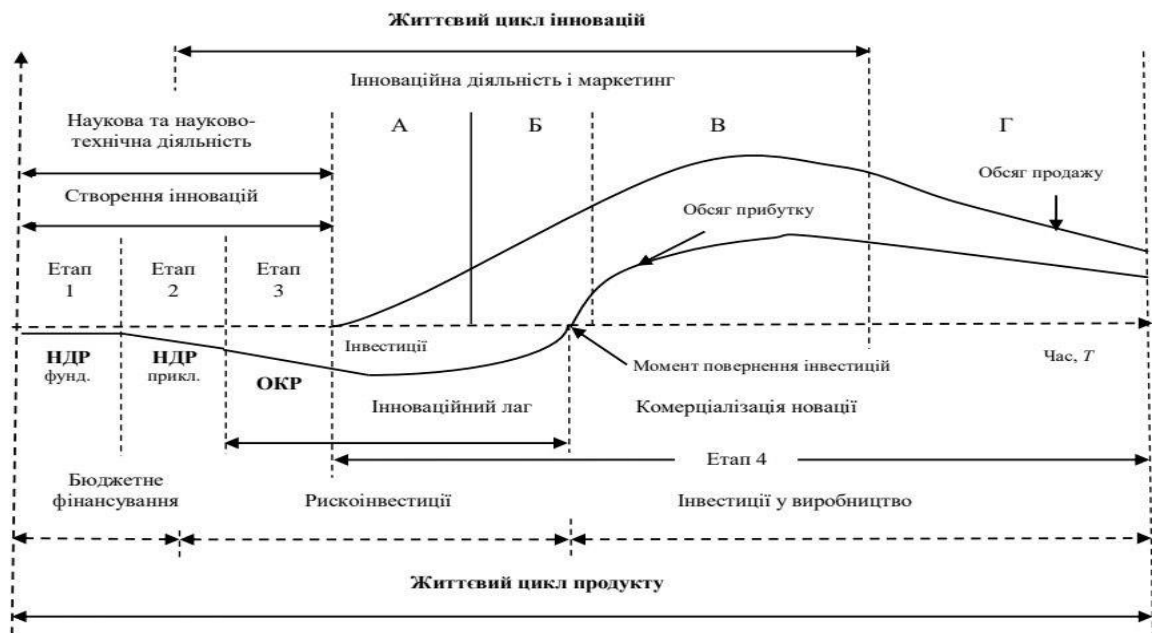
другого етапу базується на негативному грошовому потоці та інвестиційних ризиків.

Час повернення інвестицій на стає під час стадії зростання виробництва, оскільки через ефект зростання масштабів та прибутку, знижується витрати на виробництво. Це дозволяє окупити інвестиції на першій та другій стадії життєвого циклу продукції.

Потім настає третя фаза життєвого циклу, яка характеризується стабілізацією кількості виробленої продукції або поширенням та розмноженням нової технології.

Ринок досягає перенасиченості на четвертій стадії і поступово зменшується виробництво та реалізація продукції. [8]

Рис.1.1 – Етапи життєвого циклу



А – впровадження, Б – зростання, В – уповільнення, Г – спад.

Джерело:[8]

Отже, з таких теоретичних аспектів та дослідження інформації можемо зробити такі висновки: Інновація – це наукове – технічне досягнення, що полягає у впровадженні нових ідей, процесів та реалізацій, які призводять до появи чогось

нового. Крім того, інновація – це також удосконалення будь-якого продукту, послуги чи процесу, що призводить до більш ефективного виробництва та покращення якості, і може мати значний вплив на людство, економіку та культуру в цілому.

Життєвий цикл інновацій – це нова ідея, яка створює, розробляє та впроваджує новизну до певного періоду часу, поки не буде перенасичення продукції чи товару.

1.2 Загальна характеристика інноваційного процесу

В нашому сучасному світі для виробництва підприємства важливим чинником є інновації, які являються складовою інноваційного процесу. Без інноваційного процесу не можливо зробити нові продукти для підприємства. Головним аспектом інноваційного процесу є не тільки економічні та фінансові фактори, а впровадження нових ідей, які принесуть користь в суспільство і максимально задовільнять потреби споживачів.

Нововведення зазвичай змінюють різні аспекти організації – це цілі, структуру, завдання, технологію та людські ресурси організації. Наприклад, коли винайшли комп'ютери то змінилося все навколо. Люди почали вивчати нові навички, щоб працювати з цією технікою. Завдання які виконують стають інакшими, вони можуть робити різні завдання за допомогою комп'ютера. Система контролю теж змінилася, тепер можна слідкувати як працює кожен, використовуючи лише комп'ютер. Проте в наш час можна нікуди не виходити і працювати вдома за допомогою цієї техніки.

Інноваційні досягнення також важливі для економічного зростання промисловості та для підприємства, вони зможуть подолати економічні кризи, пандемію та після воєнний стан країни. Але інноваційний процес не може бути впроваджений без гарного рівня фінансової підтримки державного управління.

Інноваційний процес як економічна категорія, вона є більш складним ніж поняття «інновація». Шумпетер, засновник вищезгаданої теорії інновації, розглядав інновації як процес «виробництва інноваційних продуктів» або «впровадження нових методів» з точки зору динаміки.

Інноваційний процес можна розглянути як низку послідовних кроків від ідеї до її розвитку, в конкретний продукт і його фактичне використання.

Перебіг інноваційного процесу, як і будь-якого іншого, визначається ускладненою взаємодією багатьох факторів. Успіх на цьому шляху залежить від

зародження наукової ідеї, її розвитку, впровадження результатів у виробництво та управлінських механізмів, які інтегрують розподіл, продаж і споживання в єдиний потік. [19]

Метою інноваційного процесу є підвищення ефективності підприємницької діяльності, шляхом оновлення обладнання, технологій, товарів, елементів управління та інших складових організаційної системи. Оскільки будь – який процес поділяється на певні елементи, інноваційний процес можна представити як послідовність інноваційних дій таких як: [1]

1. Генерація ідей нововведень;
2. Маркетингові дослідження потенційних ринків збуту та нового продукту;
3. Підготовка до виробництва та запуск інноваційного продукту (обладнання, технології);
4. Впровадження та просування інновації на ринку;
5. Оцінка ефективності інноваційних проектів;
6. Дифузія та розширення освоєної інновації.

Таким чином, інноваційний процес – це наукова – технічна новизна, мається на увазі , що це процес створення , виготовлення та розповсюдження технологій , продукції , а також методи управління, які створені для задоволення потреб споживачів. Він відбувається в просторі та часі , і складається з таких етапів:

Таблиця 1.2

Етапи інноваційного процесу

Наука і техніка	Життєвий цикл інноваційного процесу
1. Фундаментальні дослідження. 2. Перекладні наукові дослідження. 3. Дослідно – конструкторські дослідження .	1. Виробництво інноваційного продукту. 2. Запровадження продукту на ринок. 3. Підвищення обсягів виробництва. 4. Сповільнення зростання виробництва. 5. Спад обсягів продажів.

Джерело:[45]

Інновація вважається запровадженою, якщо вона впроваджена на ринку або у виробничий процес. Існує дві технологічні інновації, це стадія продукту та процесу. [17]

Технологічні інновації продукту зазвичай закінчуються впровадженням нового технологічного обладнання, їх охоплює удосконалення старого продукту або впровадження нового продукту. [16]

Процесні інновації – це розробка нових або значно вдосконалених технологій, продуктів та організацій виробництва.

Сутність нововведень полягає у тому, щоб змінити та покращити спосіб життя. Потрібно позбутися застарілих та рутинних елементів, які стримують цей прогрес.

Є кілька підходів, щоб визначити сутність інновацій:

1. Інновації (нововведення) – це результат будь-якого творчого процесу у вигляді нового продукту, технології, методу та ін.
2. Інновації (нововведення) – це процес впровадження нових продуктів, підходів, елементів або принципів на зміну існуючих.

У першому випадку визначення нововведення більше відповідає вимогам ринку, оскільки означає насамперед зміну звичних стереотипів та звичок споживачів. Для цього новий продукт повинен мати нові споживчі характеристики, які спонукають до зміни споживчого сприйняття та звичок.

Технічна новизна стає на другому плані. Інновації діляться на п'ять підходів: процесний підхід, об'єктний, об'єктно-утилітарний, процесно-утилітарний, процесно-фінансовий.

Головна суть об'єктного підходу є в тому, що всі інновації є результатом нових технологій. Відповідно до цього об'єктного підходу розрізняють основні інновації, поліпшенні інновації та псевдоінновації.

Процесний підхід до нововведення передбачає комплексний процес, що включає розробку нових споживчих цінностей (товарів, обладнання, технологій, форм організацій) та їх впровадження на виробництво.

Процесно – утилітарний підхід розглядає інновації, як комплексний підхід створення, розповсюдження та використання нових практичних інструментів.

Процесно – фінансовий підхід визначає нововведення, як процес інвестування в інновації, вкладання коштів в розробку нового обладнання, технології та наукові дослідження.

Для підприємств важливою складовою є інноваційна активність в їх діяльності – це може бути потреба заміни старого обладнання або удосконалення старого продукту для підвищення конкурентоспроможності на ринку.

У періоди ринкових перетворень у зростанні продуктивності праці сприятиме зміцненню економічних процесів з метою забезпечення конкурентних переваг. Науково – технічний прогрес у сфері діяльності є основним фактором підвищення ефективності виробництва. Проте як відомо, що науково – технічний прогрес є найдорожчим фактором у системі підвищення продуктивності праці та соціальної ефективності виробництва.

Також є недоліки впровадження НТП (науково – технічний прогрес) і має такі наслідки, як забруднення довкілля, скорочення зайнятості, перерозподіл робочої сили та безробіття неминучі.

Для подолання цих негативних наслідків НТП, в інноваційному процесі має бути досягнута достатньо велика економія ресурсів, це дасть змогу вирішити життєво важливі для суспільства проблеми, захистити навколишнє середовища та задовільнити рівень життя. [16]

Інноваційний процес більш тісно пов'язаний з ринковими відносинами, ніж будь – який інший елемент НТП. Більшість інновацій впроваджуються в бізнес – структури, як спосіб вирішення виробничих та комерційних завдань. Говорячи

інакше, що інновації повинні бути орієнтовані на конкретних споживачів та на їх потреби.

Інноваційний процес визначається як низка послідовних дій від одержуваних теоретичних знань, до використання споживачами продукту, створено на основі нових знань.

Інноваційний цикл може бути різним за тривалістю залежно від того, на якій стадії знаходиться науково – технічні дослідження, до яких звертаються споживачі, що прагнуть поліпшити спосіб задоволення своїх власних потреб. Це означає, що управління інноваційною діяльністю та всіма її аспектами в ринковому середовищі повинно базуватися на науково обґрунтованих методах.

Також можна зазначити, що наукова – технічна розробка є проміжним результатом науково – виробничого циклу, який через практичне впровадження та застосування, перетворюється на кінцевий результат, тобто на наукову – технічну інновацію.

Як правило, результатом інноваційної діяльності є підвищення конкурентоспроможності виробленої продукції та її успішна реалізація на національному та міжнародному ринку.

Всі регіональні, а особливо глобальні інновації різного роду можуть мати максимально прогресивний вплив на виробництво, якщо вони регулярно використовуються на підприємствах комплексно та узгоджено.

Вплив нових технологічних або технічних систем є не тільки на економічні явища, але й на соціальні процеси значно зростають. З цієї причини для нового обладнання потрібно приділяти більше уваги, також показникам його надійності та екологічності.

Таким чином, ефективне впровадження інновацій вимагає дослідження більш складної категорії як «інноваційна діяльність».

1.3 Інноваційна діяльність підприємств

Теорії інноваційного розвитку змістили фокус людської поведінки та сформуvalи прагнення накопичувати знання і застосувати їх на практиці.

На сьогодні інноваційна діяльність розглядається, як один із головних аспектів – це усучаснювати національну економіку, це є важливим аспектом ринкових економічних відносин. Інноваційна діяльність також є одним із найважливіших факторів успішного управління підприємствами. У зв'язку з цим нова економічна ситуація вимагає інтенсивної інноваційної діяльності, підвищення прихильного ставлення до ефективної організації досліджень та розробок, організації інновацій на всіх етапах життєвого циклу продукції, зниження інноваційних ризиків і стратегічного управління в діяльності окремих підприємств.

Зрозумілим є те, що економічне зростання країни певною мірою залежить від інноваційної активності її підприємців, тобто їхнього бажання, зусиль та вмінь використовувати свої новітні технології у своїй діяльності та творчого підходу до визначення шляхів задоволення потреб споживачів, оновлюючи і вдосконалюючи совою продукцію.

В Україні вимагає уваги, ефективний економічний розвиток на основі нововведень – це не тільки постійне вдосконалення виробничих процесів шляхом раціоналізації існуючих виробничих процесів і спрямування інноваційної діяльності на підвищення ефективності та якості всіх елементів виробничо – господарської діяльності, а й на нові перспективні галузі та нові форми бізнесу є важливим, оскільки можна діяти на форми бізнесу для того, щоб задовільнити нові потреби своєї діяльності.

В умовах нинішньої глобальної економічної кризи та обмеженості чинників загального розвитку інновацій стають найважливішим фактором, що визначає конкурентоспроможність економічних суб'єктів як на макро-, так і на мікрорівні.

Здатність створювати та практично використовувати нововведення стає необхідною умовою досягнення якісного економічного зростання та науково – технічного прогресу. [47]

Отже розберемо, що являє собою «інноваційна діяльність».

Інноваційна діяльність визначається як діяльність, спрямована на розширення та вдосконалення якості та технології продукції (товарів чи послуг) на основі використання і комерціалізації результатів та розробок наукових досліджень, розширення номенклатури продукції (товарів і послуг), підвищення її якості, вдосконалення технології, реалізація та виведення на зовнішні і внутрішні ринки. [15]

Також інноваційна діяльність є процесом, спрямований на впровадження завершених результатів наукових досліджень і дослідно – конструкторських робіт, або інших науково – технічних результатів у вигляді нової або вдосконаленої продукції, що реалізуються на ринку.

Крім того, в статті 3 Закону України «Про інноваційну діяльність» представлено таке тлумачення цього визначення: Інноваційна діяльність – це сукупність заходів спрямована на впровадження, створення, розповсюдження та використання інноваційних технологій з метою комерційного або соціального ефекту, що реалізується шляхом здійснення інвестиційного вкладання в інноваційну діяльність. [35]

Ще можна додати, зі статті 1 Закону України «Про інвестиційну діяльність», що інвестиції – це будь-які види майнових та інтелектуальних цінностей, що вкладаються в об'єкти підприємницької та інших видів діяльності в результаті, створюється дохід або досягається екологічний та соціальний ефект. [36]

Інноваційна діяльність відноситься до трансформації наукових досліджень, розробок, відкриттів і винаходів у нові продукти, нові технологічні процеси або нові підходи до соціальних послуг, які впроваджуються у виробничий процес.

Інноваційна діяльність включає в себе створення, сукупність науково-технічних, організаційних, фінансових і комерційних заходів, які в комплексі призводять до створення інноваційних технологій, повністю готових до впровадження на ринок.

Основою інноваційної діяльності на підприємстві є розробка нових видів продукції або методів її виробництва, постачання та збуту. Приймаючи рішення про сферу інноваційної діяльності, керівництво компанії вирішує, чи зосередитися на продуктових інноваціях, чи на технологічних.

Вся інноваційна діяльність є комплексною та системною і включає в себе поєднання винахідництва, раціоналізації, проектування, створення інженерно – технічних засобів, інформаційне забезпечення маркетингову діяльність, включаючи пошук нових ідей, ліцензування, патентування, людські ресурси, дослідження, інженерну – технічну діяльність. Все це створює додаткові умови інноваційного розвитку та інноваційного процесу.

Можна сказати іншими словами, що інноваційна діяльність розглядається як низка завдань, що виконуються конкретною організацією.

Інноваційна діяльність, як вид підприємницької діяльності, характеризується вищим рівнем ризику, ніж звичайна підприємницька діяльність. Цей ризик зумовлений новизною, творчим характером та можливістю як позитивних так і негативних наслідків науково – технічної діяльності.

Як самостійний вид діяльності інноваційна діяльність включає в себе такі елементи: [15]

1. У процесі впровадження інновацій змінюються об'єкти управління – змінюються характеристики продукції, предметів праці та технології;
2. Управління інноваційною діяльністю відрізняється від традиційного управління підприємством тим, що всі елементи системи управління характеризується високою нестабільністю та мінливістю, а також високим ступенем ризику;

3. Управління інноваційною діяльністю часто мотивується зовнішніми економічними факторами. У той же час традиційні фінансові інноваційні проекти часто є іміджевими та соціально орієнтованими.
4. Управління інноваціями включає не лише організаційні та технічні аспекти, але й координацію діяльності.

Інноваційна діяльність компанії об'єднує всі види діяльності в один логічний ланцюжок. Кожна ланка цього ланцюга, кожен етап цієї діяльності повинен слідувати логічному розвитку і мати свою закономірність та зміст. Сполучення наукових досліджень, технологічний розвиток, фінанси, інвестиції, комерція та виробнича діяльність, все це підпорядковано одній головній меті – створення нововведень.

Таким чином, інноваційна діяльність включає в себе всі види діяльності підприємства в рамках інноваційного процесу, вона також включає в себе маркетингові дослідження ринку збуту та пошук нових клієнтів; інформаційне забезпечення про можливе конкурентне середовище та споживчі характеристики продуктів компаній – конкурентів; пошук інноваційних ідей та рішень; партнерів для реалізації та фінансування інноваційних проектів.

Суб'єктами інноваційної діяльності можуть бути фізичні та (або) юридичні особи України, іноземні фізичні та (або) юридичні особи, особи без громадянства які впровадять інноваційну діяльність в Україні, залучають майнові або інтелектуальні цінності, інвестують власні кошти або вкладають позикові кошти у втілення інноваційних проектів на території України. [35]

Ще однією головною метою інноваційної діяльності є структурна перебудова виробництва з метою досягнення конкурентних переваг вітчизняної продукції на світовому ринку, що базується на наукових досягненнях та досвіді. Це є важливим не тільки з точки зору нарощування експортних ресурсів, але й, зокрема, для підтримки внутрішньої конкурентоспроможності України.

Інноваційна діяльність підприємств ґрунтується на таких правилах:

1. Пріоритетність нововведень над традиційним виробництвом;
2. Економічна ефективність інноваційного виробництва (досягнення торговельного успіху);
3. Еластичність (створення незалежних інноваційних структур для нових ідей, які можуть бути повністю змінені);
4. Сукупність (радикальна інновація, переважно призводить до цілого набору сукупних більш незначних інновацій).

Інноваційна діяльність залежить від різноманітних факторів, які можна систематично розділити на фактори які гальмують розвиток інноваційної діяльності та фактори, що сприяють розвитку інноваційної діяльності (табл.1.3)

Таблиця 1.3

Негативні та позитивні фактори впливу на інноваційну діяльність

Групи чинників	Негативні фактори	Позитивні фактори
Техніко – економічні	Брак фінансових ресурсів, слабка матеріальна – технічна та наукова база, перевага прибутковості існуючого виробництва, відсутність споживчого попиту на продукцію, відсутність інформації щодо ринків збуту, збільшення витрат на наукові – дослідницькі розробки, низький державний та регіональний науково – інноваційний потенціал.	Резерви для матеріально – технічних заходів, наявність економічної та науково – технічної інфраструктури, розвиток конкуренції та скорочення життєвого циклу наукомістких товарів, підтримка науково – технічного потенціалу, державна підтримка інноваційної діяльності.
Організаційно – управлінські	Незміні організаційні структури, надмірна централізація, консерватизм, ієрархічність, надання переваги інформаційним потокам, складнощі у міжсекторальній взаємодії, відсутність наукових та інноваційних організаційних структур, недостатній рівень міжнародного науково – технічного співробітництва.	управління, пріоритети горизонтальних потоків інформації, директивне планування, толерантність координації, децентралізація, автономія, формування цільових проблемних груп, міжнародне наукове – технічне співробітництво, створення інноваційної інфраструктури (технологічні парки, бізнес - інкубатори).

Продовження табл.1.3

Юридичні	Недосконала правова база, захист інтелектуальної власності.	Законодавчі заходи (спеціальні стимули та закони) для заохочення інноваційної діяльності та інтелектуальної власності.
Соціально - психологічні	Опір змінам може бути пов'язаний змінним статусом, необхідність нових видів діяльності, змінною стереотипів та поведінки, зміни існуючих традицій, страх перед невизначеністю, страх відповідальності за невдачу, низький статус новаторів, матеріальний опір творчій праці, відтік наукових кадрів.	Позитивні зміни нововведень, моральний дух, винагороди, народне визнання, можливості самореалізації творчих умов праці, матеріальні заохочення.

Джерело:[15]

Впровадження інновацій підприємствами має вирішальне значення для розвитку національної економіки. Ефективна розробка та впровадження нововведень дозволяє підприємствам успішно функціонувати у вже розвинених галузях і дає їм можливість виходити на нові галузі. На успішність впровадження інновацій на підприємницьку діяльність впливає низка факторів, таких як науково – технічний потенціал підприємства, його виробнича – технологічна база, основні види ресурсів та наявність відповідних систем управління та фінансування. [13]

Якісне співвідношення та використання цих факторів, а також тісний зв'язок інноваційної, виробничої та маркетингової діяльності підприємств через систему управління призведе до позитивних результатів реалізації інноваційних напрямків розвитку.[1]

Як вже і сказали, що значення інноваційної діяльності є дуже важливим для економіки підприємствами, адже інноваційна діяльність розглядається як фактор конкурентоспроможності продукції, ефективне використання виробничих джерел, підвищує адаптивність підприємств до зовнішнього середовища, збільшує можливості виходу підприємств на нові товарні ринки та створює умови для довгострокової незмінності.

Тому, нововведення є передумовою успіху в бізнесі, оскільки вони допомагають підвищити якість продукції та знизити витрати, забезпечуючи конкурентоспроможність і тим самим роблячи можливим ефективний розвиток бізнесу.

РОЗДІЛ 2 ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ ГОСПОДАРСТВІ «OPTIMA COLLECTION»

2.1 Дослідження інновації та криз в готельно – ресторанному бізнесі

Готельно – ресторанний бізнес є важливою складовою туристичної індустрії, яка включає в себе широкий сектор послуг. Розвиток цього бізнесу пов'язаний з покращенням економічної ситуації в країні та позитивно впливає на розвиток міжнародних відносин. В Україні функціонує багато готелів та ресторанів, які мають різноманітні організаційно – правові форми. Ефективність цієї підприємницької діяльності, загалом залежить від економічної та фінансової підтримки.

Загальновідомо, що готельно – ресторанна індустрія є галуззю світової економіки, що динамічно розвивається, і на неї припадає значна частка зайнятості та валового внутрішнього продукту в національній економіці. [25]

Але, на сьогодні сектор готельно – ресторанного бізнесу, як і багато інших, постраждав від серйозної економічної кризи внаслідок російського вторгнення в Україну. Ця криза особливо проявляється у зменшенні кількості іноземних туристів, відмові внутрішніх туристів відвідувати певні регіони та скорочення інвестицій і розвитку. Крім того, місцеві готелі та ресторани в цих регіонах стикаються зі значним зменшенням кількості клієнтів.

Розвиток готельно – ресторанної індустрії значно знизився через війну. Уряд у співпраці з міжнародними організаціями розпочав програму підтримки, спрямовану на допомогу цієї діяльності. Визначення сучасних тенденції розвитку готельно – ресторанної діяльності в Україні матиме вплив на рівень конкурентоспроможності на ринку.

Також, раніше була криза в готельно – ресторанному господарстві через пандемію COVID – 19, ситуація кардинально змінилася через впровадження карантину через поширення пандемії.

З початком карантину весь туристичний бізнес та готельно – ресторанний комплекс зазнав величезних втрат. Були закриті кордони, як і на теперішній час через війну. Тимчасово призупинилася вся транспортна та туристична діяльність, в результаті чого готелі та ресторани стали порожніми. Вся світова та українська – бізнес спільнота надовго зупинила свою діяльність. [45]

Туристичний та готельно – ресторанний бізнес втратив понад 25 відсотків своєї частки ринку, а 10 – 15 відсотків опинилися під загрозою закриття.

Під час пандемії COVID – 19 бізнес навчився приймати ефективні бізнес – рішення та запровадив використання інноваційних методів. Рекреаційні ресурси позитивно вплинули на розвиток готельно – ресторанної галузі в Україні. Однак, лише 15 відсотків підприємців розпочали свій бізнес під час війни.

З початку війни готелі в багатьох містах використовували для розміщення людей, евакуйованих із зон конфлікту, а заклади громадського харчування використовували для приготування їжі для переміщених осіб, волонтерів та військовослужбовців.

Сьогодні сучасна криза, яка є в Україні змушує готельно – ресторанну індустрію шукати нові інноваційні шляхи розвитку та функціонування. Однак це має базуватися на державній підтримці цієї діяльності, покращенні якості послуг та посиленні інформаційних компаній.

Розвиток готельно – ресторанного бізнесу є важливим для національної економіки, оскільки ця діяльність створена для покращення соціально – економічного становища країни.

Науково – технічний прогрес не зупиняється, щороку з'являються нові послуги та види діяльності, які підвищують конкурентоспроможність окремих підприємств та розширюють можливості для бізнесу, навіть під час війни.

Використання новітніх технологій підприємці цієї галузі в країні можуть підвищити кваліфікацію персоналу та зробити бізнес більш ефективнішим, надавати більш якісне обслуговування та давати нові спеціалізовані послуги, і ці

послуги на зараз потрібно надавати у великому обсязі. Компанії, які зможуть розвивати нові напрямки та стратегії займатимуть ще більший сегмент на ринку.

В готельно – ресторанній галузі існує жорстока конкуренція з рестораторами та готельєрами, які пропонують нові послуги, тематичний дизайн інтер'єру, проведення приватних вечірок, днів народжень та весільних банкетів, фотозони, конференц – зали, але із – за воєнного стану в Україні деякі послуги були скасовані.

Технології постійно розвиваються, а бізнес – тренди постійно змінюються. Для цього можна віднести деякі напрямки для готельно – ресторанного бізнесу, які можуть підвисити економіку в часи кризи: [46]

1. Реінжиніринг;
2. Краудсорсинг;
3. Бенчмаркінг;
4. Антикризовий менеджмент;
5. Системи управління якістю.

1. Реінжиніринг – це комплексний підхід до управління змінами, який передбачає революційну перебудову організаційної структури, що призводить до значного покращення результатів діяльності компанії.

Основна мета реінжинірингу – це вижити в будь – яких незвичайних обставинах. Виживання під час війни та пандемії – саме такі є екстремальні ситуації. Реінжиніринг знижує витрати, впроваджує інновації та розвиває бізнес, дозволяє компаніям якісно перейти на новий технологічний рівень.

Наприклад, реінжиніринг в готельно – ресторанної індустрії передбачає повну або часткову роботу праці, впровадження нових послуг чи технологій. У сучасному середовищі готелі та ресторани повинні адаптуватися до змін і додавати нові послуги, щоб зробити їх унікальними та відмінні від інших. Наприклад, в ресторанні можна впровадити більше таких послуг, як їжа на виніс

та доставку – це є більш безпечним, ніж багато скупчення людей в ресторані, із – за умов війни.

2. Краудсорсинг – це процес, в якому широке коло людей виконує завдання та пропонує ідеї для досягнення конкретних цілей в діяльності. Краудсорсинг використовуються компаніями, державними установами та некомерційними організаціями, для зміни звичних працівників.

Краудсорсинг – це цікавий та ефективний метод, який використовується до вирішення бізнес – завдань. В маркетинговій діяльності компанії це краудмаркетингова стратегія управління споживачами через мережі онлайн та методами збуту через інтернет. В результаті застосування цієї стратегії можна отримати клієнта – партнера.

Метод краудсорсингу не тільки знижує витрати на ці процеси, але насамперед, надають доступ до знань великої кількості людей. Це особливо є вагомо для створення продуктів та послуг.

Наприклад, для ресторану це впровадження дозволяє використовувати веб – сайти та платформи для взаємодії між споживачами для збору нових ідей, послуг та технологій, які можна впровадити на кухню.

3. Бенчмаркінг – спосіб пошуку зразкового підприємства серед конкурентів, для застосування кращих практик та вдосконалення власного бізнесу. Використовування бенчмаркінгу є необхідним для покращення якості послуг, отримання конкурентних переваг, та охоплення більшого сегменту на ринку.[32]

Прикладом бенчмаркінгу є в ресторанній галузі є компанія «Catering Dперг». Концепція «кейтерингу» полягає у наданні послуг з організації харчування для виїзних заходів. Обслуговування може здійснюватися від невеликого фуршету до великих банкетів.

3. Антикризовий менеджмент. У ході війни підприємства України шукають ефективні управлінські рішення для виходу із кризи, ці рішення повинні

ґрунтуватися на запобіганні кризовим явищам та застосуванні передових цифрових технологій. З макроекономічного погляду цифрова трансформація може сприяти значним змінам в суспільстві та в промисловості, також може підвищувати основну продуктивність, сприяти модернізації промислової структури та покращити соціальний добробут.

З мікроперспективи, вона може підвищити операційну ефективність підприємств завдяки автоматизації виробництва, удосконалення бізнес – процесів, скороченню витрат і спеціалізації робочої сили. Вони також можуть покращити результати діяльності бізнес – організацій з точки зору інновацій, фінансової продуктивності, зростання та ефективності ринкового капіталу.

Використання цифрових інструментів – це застосування програм, інформаційно – комунікаційних технологій та сучасних управлінських рішень, які надійно будуть захищені від кібератак та кіберзагроз з боку РФ. Ці інструменти доступні керівництву так і персоналу компанії. Цифрова підтримка антикризового управління передбачає сучасне впровадження ІТ – рішень в інформаційну структуру підприємства під час реалізації антикризових заходів. [42]

Важливим елементом антикризового менеджменту у воєнний час є захист персональних даних підприємств. Хакери здійснюють цілеспрямовані та організовані атаки, але дарма, що багато компаній не реагують на цю безпеку вчасно та швидко, або не розглядають її як пріоритетну.

Можна розглянути етапи антикризового менеджменту:

- Діагностика;
- Ідентифікація кризи та її причини;
- Розробка стратегій антикризового управління;
- Реалізація антикризових заходів;
- Оцінка ефективності заходів.

Цифрова трансформація антикризового управління проявляється у зміні рівня та якості основних бізнес – процесів компанії, можна сказати, що на всіх етапах антикризового управління, а також у конкретних антикризових заходів в межах окремої компанії або групи компанії, шляхом активного використання та застосування цифрових і технологій у виробництві продукції та послуг, управління їх якістю та вирішені кризових проблем, у безпосередньому циклі, що проявляється у своєчасних бізнес – рішеннях та відповідях на поточні виклики.

Цифрові технології є основою конкурентної переваги підприємств в оптимізації бізнес – процесів, пропозиції щодо нових послуг та товарів, побудова нових взаємовідносин з клієнтами та працівниками.

Отже, впровадження цифрових технологій може дозволити підприємствам значно знизити як транзакційні, так і трансформаційні витрати на ведення бізнесу та стати більш клієнтоорієнтованими, створюючи індивідуальні послуги та продукти для готельно – ресторанного підприємства, так і для інших підприємств. Проте, має неординарний вплив в залежності від розміру підприємства, галузі та регіону, зокрема державні підприємства отримують більше державної допомоги і фінансової підтримки, що позитивно впливає на доступність ресурсів для впровадження цифрових нововведень та політики антикризового управління.

5. Системи управління якістю.

Управління якістю в готелях та ресторанах є однією з найважливіших складових загальної структури управління підприємством.

Управління якістю послуг включає в себе не тільки моніторинг взаємовідносин між усіма учасниками технічного процесу надання послуг, але й на форми, методи, які впливають на процес виконання послуг. Управління якістю послуг має бути спрямоване на розробку управлінських рішень для планування та створення послуг найвищої якості.

Управління якістю розглядається як сукупність напрямків для виконання всіх функцій у загальному управлінні підприємством. Зокрема, це планування якості, оперативне управління якістю, забезпечення якості продукції на виробництві та поліпшення якості. Управління якістю продукції є однією основних складників управління підприємством і спрямоване на досягнення цілей, пов'язаних з підвищенням ефективності виробництва. [39]

Управління якістю включає в себе діяльність, методи і ресурси, спрямованні на контроль виробничого процесу та усунення причин незадовільної діяльності підприємства з метою досягнення економічної ефективності.

Для готельно – ресторанного господарства система якості є необхідною на конкурентному середовищі та під час криз.

Система якості – це сукупність усіх факторів (наприклад, персонал, ресурси, організаційна структура), які впливають на кінцевий продукт.

Система якості регулює поведінку всіх працівників, яка також може впливати на якість продукції та послуг та задоволеності споживачів. Вимоги системи якості встановлюються таким чином, щоб споживачі та керівництво могли бути впевнені в здатності підприємства ефективно виробляти високоякісну продукцію та послуги протягом тривалого часу. За цей час можуть змінитися технології, постачальники, але це не повинно впливати на якість продукції чи послуги, які представляє собою підприємство. [22]

Система якості повинна гарантувати, що продукція виробляється відповідно до найновіших виробничо – технічних прогресів і вимог замовника.

Показники системи якості, які повинні дотримуватися підприємства, включаючи готельно – ресторанну галузь:

- Політика та організація у сфері якості;
- Документація та система планування;
- Якість під час розробки (планування, компетентність, документація, перевірки, кінцевий результат, висновки та заміни);

- Якість при закупівлі, зберігання та транспортуванні товарів і матеріалів;
- Якість при наданні послуг;
- Контроль якості (вхідний контроль, міжнародний контроль, кінцевий контроль);
- Коригувальні дії;
- Документація з якості;
- Внутрішній контроль систем підтримки якості на підприємствах;
- Навчання працівників з питань якості;
- Аналіз систем якості та протидії невідповідностям.

Системи якості в готельно – ресторанному господарстві є важливим елементом для забезпечення задоволеності клієнтів та конкурентоспроможності на ринку. Ці системи для готелів та ресторанів дозволяють встановлювати та підтримувати всі стандарти якості.

Високі стандарти продукції та послуг сприяють задоволеності клієнтів і позитивному досвіду перебування в готелях та ресторанах. Це допомагає залучати нових відвідувачів та утримувати вже існуючих клієнтів, також підвищувати прибутковість і ставати більш конкурентоспроможними на ринку.

2.2 Сучасні розробки та впровадження новизни в готельному господарстві

Технології в індустрії гостинності стрімко розвиваються. Це пов'язано з тим, що основним завданням готельних компаній є залучення все більшої кількості постійних гостей. В ринкових умовах досягти цього завдання не можливо без впровадження інноваційних технологій, тому готельні підприємства звертаються до інноваційної діяльності. [10]

Кожна готельна компанія має стандартизовані технології, однак вони не завжди дають підприємствам конкурентні переваги. Тому перед керівництвом кожного готельного підприємства стає завдання вдосконалення технічного, технологічного та сервісного обслуговування клієнтів.

Інноваційна діяльність у сфері гостинності включає використання досліджень та розробок для збільшення асортименту послуг і продуктів, застосування новітніх технологій виробництва та розробку нових управлінських, інженерних і технічних рішень для ефективного впровадження та втілення.

Інноваційна діяльність включає в себе такі напрямки:

- Розробка нових готельних послуг;
- Використання сучасних технологій та обладнання для виробництва і надання послуг;
- Зміни в організації виробництва;
- Зміни в менеджменті та в управлінні;
- Вивчення та освоєння нових ринків збуту продукції.

Розвиток інноваційного процесу в готельному господарстві включає такі основні етапи:

- Підвищення кваліфікації працівників;
- Розширення обсягу додаткових послуг;
- Впровадження нових маркетингових методів просування готельних продукту;

- Впровадження інноваційних процесів в управління готелем;
- Забезпечення сприятливих умов для залучення іноземних та вітчизняних інвестицій;
- Впровадження сучасних практик управління персоналом. [38]

Для того, щоб інноваційна діяльність була ефективною, нею потрібно управляти таким чином, щоб досягти поставлених цілей. Управління інноваціями є самостійною функцією управління бізнесом і здійснюється шляхом застосування загальних функцій менеджменту, таких як планування, організація та мотивація персоналу до створення та впровадження інноваційних нововведень.

Найбільш ефективною інноваційною політикою в готельних підприємствах є одночасне впровадження декількох видів інновацій. Однак, це не гарантує стовідсоткової високої конкурентоспроможності. Для того, щоб стати найбільш ефективними підприємствами, необхідно для цього розробляти нові та незвичайні інновації.

Інноваційні процеси в готельному господарстві можна поділити на такі типи:

1. Продуктові інновації. Сюди входять нові способи надання послуг, нові способи створення або удосконалення продуктів і впровадження нових продуктів.
2. Сервісні інновації. Сюди входять нові розробки нових послуг і нових методів управління.

Також в готельній галузі є і інші типи інноваційних процесів:

1. Соціальні – включає створення, розвиток і застосування нових форм, і методів підвищення продуктивності праці в готельному господарстві. Ці процеси включають поліпшення умов праці та способу життя в цілому, включають також, культурні, екологічні та політичні засоби. Нові способи стимулювання роботи працівників готелів також належать до цього етапу. Ще до цієї групи відносять

правові процеси пов'язані з нормативними актами, спрямовані на контроль та регулювання діяльності компаній і працівників, а також на створення належних умов для досягнення інноваційних цілей.

2. Організаційні – зокрема включають створення, розробку впровадження нових правил, для управління працівниками, інформаційну та фінансову підтримку науково – дослідницької діяльності та інноваційної діяльності. Сюди також входить розробка нових положень про загальну організаційну структуру, сучасні методи надання послуг, ведення нових послуг, інноваційні підходи до маркетингової діяльності готельної сфери.

3. Інфраструктурні – включають розробку та впровадження вимог щодо покращення будівельних матеріалів, будівель, реконструкції та технічного переоснащення готельних підприємств, системи опалення, водопостачання, безпеку, кондиціонування, енергію.

4. Технологічні – розроблення та впровадження інноваційних методів у сфері резервування готельних номерів, обліку послуг та номерного фонду, процесів прибирання номерів, також впровадження нових додаткових послуг, використання сучасних інформаційних систем.

5. Економічні – створення та впровадження об'єктів економічного капіталу (регулювання капіталу, прогнозування, бізнес – планування, ціноутворення, фінансування, економія та раціональне витрачання коштів сучасними методами). Ці процеси призводять до нововведень у сферах фінансів та обліку, таких як економічна мотивація працівників, винагороди за працю та впровадження інвестицій з інших регіонів та інших країн. [19]

Сучасні інноваційні технології, які вже впровадженні в готельному бізнесі:

1. Еко – готелі стають дедалі популярнішими. На сьогодні туристи віддають перевагу екологічному відпочинку, безпечному для їхнього здоров'я та довкілля. Для еко – готелів характерним є використання екологічно чистих матеріалів, автономних систем отримання електроенергії, розділення відходів, озеленіння

території. Крім того, такі готелі можуть використовувати власне сільське господарство або користуватися послугами фермерів для вирощування екологічної сировини, для надання послуг харчування. [10]

Екологічні готелі часто розташовуються в заповідниках, так і в містах, і надають гостям чисту воду, органічні продукти харчування та натуральні матеріали внутрішнього оздоблення (див. додаток А).

2. Збереження відновлювальної енергії та пошук альтернативних джерел енергії є одними найважливіших інновацій в індустрії гостинності. Наприклад одним з найбільш високотехнічних рішень є оснащення готельних номерів сучасними панелями Grow, які встановлюються на фасаді і накопичують сонячну енергію та вітрову енергію.

3. Ще однією інновацією є використання смартфонів в якості ключа від номера, а також в готелі встановлюють безшумні електронні двірні дзвінки.

4. Також у номерах встановлюють інфрачервоні сканери, які виявляють певні рухи і випромінюють електронні сигнали. Наприклад, функції «не турбувати» або вимкнення світла при допомозі плескання долонями.

5. Сканування відбитків пальцями дозволяє клієнтам оплачувати всі послуги без готівки або банківських карток.

6. Встановлення розумних кондиціонерів, він зчитує дані з вуличних термометрів, також аналізує рухи гостей і відповідно до них оптимізує температуру в приміщенні.

7. Проте, є ще інноваційні нововведення які стали популярними – це електронне управління готелем (енергетикою) – контролює освітлення та оптимізує температуру в готельних номерах.

8. Бек – офіс - це система, яка керує внутрішніми службами готелю. Персонал має доступ до даних про те, які номери потребують прибирання, оснащення, ремонту, також враховуючи особливі побажання гостей.

9. Високошвидкісний бездротовий доступ до інтернету, готель може контролювати швидкість, час та трафік інтернету.
10. Інтерактивне телебачення та візуальне відображення інформації – надають споживачам корисну інформацію, час та місце проведення культурно – розважальних заходів, конференцій тощо.
10. Мультимедійні технології – це технології «віртуального туру», дозволяє гостям побачити готельні номери, холи, ресторани та оцінити зручність готелю і комфорт, за допомогою тривимірних зображень.
11. Автоматизація бізнес – процесів продовжує залишатися головною тенденцією, що змінює спосіб обслуговування гостей. Завдяки прогресу в галузі штучного інтелекту готелі шукають нові способи цифрової взаємодії між гостям, звільняючи персонал готелю для виконання інших завдань.
12. ШІ – боти розуміють нашу мову або текст і відповідають на запит мовою чи текстом. Такі голосові помічники інтегровані в різні гаджети і широко використовуються гостями в готельних номерах та ресторанах при готельних комплексах.
13. Бездротові мобільні просторої, які користуються співробітники, технологія SIP – DECT є популярною в сфері гостинності. Головною відмінністю IP – телефону від звичайного є окреме кнопочове меню з готельними функціями: виклик покоївки, управління міні – баром, консьєрж сервіс.
14. Гості можуть скористатися бізнес – центром , виходячи із кімнати продовжувати користуватися Wi – Fi для відпочинку чи роботи. Досвідчені готельєри втілюють побажання гостей у стильні напівгромадські приміщення, де гості можуть використовувати технології на власних умовах.
15. Сучасні бізнес – зустрічі проводяться з використанням передових технологій, діловим людям необхідно проводити мультимедійні презентації та відео – конференції з віддаленими співробітниками або партнерами. [8]

В готельно – ресторанному комплексі «Optima Collection Троїцька» також використовують інноваційні технології, які є безпечними та зручними для гостей.
[33]

Наприклад, автоматичні системи водяного пожежогасіння використовуються для автоматичного виявлення та гасіння пожеж за допомогою води. Системи включають мережу труб, розташованих у вздовж стелі та стін і підключених до системи водопостачання готелю.

Система автоматично активується, коли пожежні датчики виявляють дим або високу температуру. Вода подається через форсунки або розпилювачі та розбризкує в зону пожежі, швидко гасячи полум'я і запобігаючи поширенню вогню (див. додаток б).

Також, є автоматичні розпилювачі дезінфікуючих засобів в готелі – це інноваційна технологія для забезпечення чистоти та безпеки гостей та персоналу. Ці розпилювачі автоматично розпиляють дезінфікуючі розчини в готельних номерах через певні проміжки часу або при виявленні забруднення.

Такі розпилювачі встановлені в таких зонах готелю, як вестибюль, в коридорах, ліфти, ресторан, спорт зал та інші приміщення. Також вони запрограмовані на автоматичне розпилення дезінфікуючого засобу через задані проміжки часу або спрацьовують за допомогою рухів та датчиків рівня забруднення.

Проте, автоматичні розпилювачі мають кілька переваг в готелі, дезінфікуючий засіб розпиляється рівномірно, забезпечуючи ефективну дезінфекцію великих площ та важкодоступних місць. Це запобігає поширенню вірусів, бактерій та інших патогенних мікроорганізмів у готельних номерах (див. додаток б).

Ще одним нововведенням в готелі є використання картки – ключ. Ці картки є важливим елементом для сучасних гостей готелю, їх ще називають «електронні картки», вони замінюють традиційні металеві ключі.

Картка – ключ використовується для отримання доступу до номеру гостя і надає багато переваг для розміщення та перебування гостей.

Зазвичай картка має форму пластикової картки, схожої на кредитну картку та вмістить вбудований чіп або радіочастотну ідентифікацію. Інформація про номер кімнати та інші додаткові дані зберігаються на цьому чіпі.

Для того, щоб скористатися цією картою, гості просто торкаються відповідного картрідера біля дверей своєї кімнати. Після цього система автоматично розпізнає гостя і дозволяє вхід у номер.

Такий інноваційний підхід дозволяє забезпечити безпеку та зручність для гостей (див. додаток б).

Для подальшого розвитку готельних послуг в Україні необхідно комплексне економічне та маркетингове дослідження. Це може базуватися на аналізі реальних показників і на сучасні напрями готельних підприємств.

Сучасні інновації потребують значного фінансування, але готельєри розуміють такі інвестиції. Розробка та впровадження таких інноваційних технологій може сприяти підвищенню якості обслуговування гостей, покращення конкурентоспроможності та також підвищує унікальність готельного підприємства.

Використання сучасних інноваційних технологій, як є екологічно чистими, безпечними та ресурсозберігаючими в готельному господарстві, дозволить підвищити конкурентоспроможність, задовольняти потреби клієнтів у якісних послугах та забезпечити сталий розвиток готельної галузі. [6]

2.3 Особливості розробки нововведення в ресторанному господарстві

Інновації у сфері ресторанної діяльності – це процес впровадження нових ідей, практик, продуктів та технологій для покращення роботи підприємств громадського харчування, задоволення потреб клієнтів та підвищення конкурентоспроможності.

Інновації у сфері ресторанного бізнесу допомагають рестораном залишатися конкурентоспроможними, також залучати нових клієнтів та задовольняти потреби сучасного споживача. Але успіх також вимагає ретельного планування, фінансування та управління.

Основними інноваціями в ресторанній діяльності є комп'ютерні та інформаційні технології, розроблені спеціально для ресторанного господарства. Ці технології значно спрощують, прискорюють та оптимізують рутинні та специфічні для бізнесу операції.

Інноваційні підходи в ресторанній індустрії можна віднести до будь – якої інновації, яка зачіпає сферу будь – яку сферу управління, наприклад: контроль якості, фінанси, людські ресурси, а не тільки використання передових ІТ – технологій чи запровадження нових послуг. [5]

Крім того, інноваційна політика, насамперед стає найбільш ефективною, коли різні типи інновацій впроваджуються одночасно. Цей процес може бути виражений як новими сервісними продуктами чи новими технологіями, так і окремими елементами їх впровадження, наприклад, новими підходам до ресторанного менеджменту та маркетингу.

Сфера послуг харчування, як вже і сказали, використовує передові технології для задоволення потреб відвідувачі та підвищення конкурентоспроможності. На рівні громади, як наслідок знизилась конкурентоспроможність із-за нехтування принципами та методами управління та використання застарілих стандартів надання послуг.

Інновації є стимулом для майбутнього розвитку ресторанної діяльності та дозволяючи компаніям утримувати високі позиції у своїх сегментах ринку і задовольняти глобальний попит на ресторанный послуги.

На сьогодні значна частина наукових досліджень приділяють створенню нових технологій, які сприяють гастрономічним інноваціям. Саме тому багато вчених стверджують, що ресторанный сектор має бути таким же інноваційним, як і будь – які інші сектори економіки, він повинен бути інноваційним для того, щоб вирішувати різні проблеми цієї галузі.

В умовах глобальної конкуренції готельні та ресторани бізнеси повинні застосовувати інноваційні підходи для залучення та утримання гостей.

Використовуючи різні передові технології, персоналізуючи послуги та впроваджуючи інноваційні маркетингові стратегії, підприємства можуть досягати позитивних змін у конкурентному середовищі.

Інновації можуть стосуватися різних аспектів роботи ресторану. До них входять: [15]

1. Меню та кулінарні інновації: Впровадження нових страв, інгредієнтів та методів приготування, які дозволяють ресторанам пропонувати унікальні і різноманітні страви.
2. Технологічні: Застосування технологій для процесів управління рестораном, замовлення страв та обслуговування відвідувачів. Сюди входять, онлайн – бронювання, мобільні додатки для замовлення їжі та інші нововведення.
3. Соціокультурні нововведення: Пристосування до соціокультурних та культурних тенденцій, таких як зростання інтересу до здорового харчування наприклад, вегетаріанство, веганство та інших харчових звичок.

4. Екологічні інновації: Розвиток екологічно стійких практик, таких як використання екологічно чистих продуктів, керування відходами та зменшення шкідливого впливу на навколишнє середовище.
5. Маркетингові інновації та рекламні концепції: використання нових маркетингових прийомів для залучення та утримання клієнтів, таких як використання соціальних мереж та створення привабливих рекламних компаній і спеціальних пропозицій.
6. Управління інноваціями та стратегіями зростання: Формулювання інноваційних стратегій розвитку та дієве управління інноваційним проектами.

Нововведення в ресторанній сфері класифікуються за такими ознаками:

1. За характером перетворення:
 - Продуктові інновації: пов'язані з розробленням нових страв, напоїв та інших продуктів у меню ресторанів.
 - Процесні інновації: зміни в приготуванні та подачі страв, управління ресурсами, обслуговуванні відвідувачів.
2. За цільовою аудиторією:
 - Інновації, які орієнтовані на клієнта: зміни для покращення клієнтського досвіду, такі як нове меню, атмосфера, сервіс, тощо.
 - Інновації для внутрішніх операцій: пов'язані з оптимізацією внутрішнього управління, процесів, фінансового капіталу та ін.
3. За предметом інновації:
 - Гастрономічні інновації: пов'язані з розробкою нових страв, експерименти зі смаками та стилями приготування.
 - Технологічні інновації: наприклад, автоматизація операцій, застосування онлайн – систем, мобільних додатків.
4. За обсягом змін:

- Інкрементні (поступові) інновації: зміни, які передбачають прогрес невеликим кроками, включаючи невеликі зміни в меню і в процес обслуговування.
- Радикальні інновації: глибокі та істотні зміни, такі як впровадження нової концепції ресторану чи інноваційної технології.

5. За стадіями впровадження:

- Планування та розробка : етапи розроблення та проектування інновацій.
- Реалізація інновацій: етап, на якому нова ідея або продукт впроваджується на практиці.
- Оцінка та удосконалення: стадія, на якій оцінюється ефективність інновацій та якщо потрібно вносяться необхідні для цього зміни.

Ця категоризація домагає краще зрозуміти розмаїття інновацій на підприємстві громадського харчування і є корисним при плануванні та реалізації інноваційних проектів.

Використання сучасних технологій можуть допомогти автоматизувати процеси управління рестораном, замовлення їжі та обслуговування клієнтів. Технологій в ресторанні виступають як розумні рушійні деталі, які полегшують роботу персоналу та покращують якість обслуговування.

Наприклад, застосування спеціального програмного забезпечення дозволяє автоматизувати процес прийому замовлень. Клієнт може зробити замовлення через мобільний додаток або на сайті ресторану, і ця інформація автоматично потрапляє до кухні та бару. Таким, чином не має потреби вручну передавати замовлення, тим самим зменшує ймовірність помилок та прискорює обробку замовлень.

Крім того, використання електронних меню дозволяє гостям зручно ознайомитися з асортиментом страв та напоїв, переглянути опис страви та інгредієнти, особливо це буде зручно для тих, хто має певні дієтологічні обмеження або алергії.

Також, ресторани можуть використовувати розумні системи для керування запасами. Наприклад, існують такі сенсори, які можуть моніторити кількість продуктів на складі і автоматично можна замовляти нові товари, коли запаси зменшуються до певного рівня. [18]

В ресторанній індустрії на даний час вже впроваджені сучасні інноваційні технології, які користуються популярністю серед клієнтів:

- різні методи доставки та їжа на виніс;
- зростання кількості споживачів за онлайн замовленнями;
- інтеграція за програмним забезпеченням ресторану;
- застосування робототехніки в ресторанах;
- соціальні медіа;
- віртуальні ресторани;
- QR – коди;
- розпізнавання обличь.

Сучасні ресторани завжди намагаються бути на першому місці та впроваджувати нові ідеї. Існує декілька видів інновацій, які використовуються в наш час: радикальні, ординарні, модифікаційні. [38]

Радикальні інновації – ця інновація означає, що вона змінює галузь виробництва та споживання, створює нові ринки та змінює взаємини між людьми. Наприклад, нанотехнології або молекулярна кулінарія – це є радикальні інновації, які впливають на спосіб приготування їжі (див. додаток в).

Ординаційні інновації – це інновації, які засновані на винайденні індивідуальних рішень. Вони вносять зміни в традиційні галузі діяльності. Наприклад використання роботів – офіціантів чи роботів, що готують їжу. Ця інновація полегшує роботу персоналу ресторану та такі ресторани стають привабливішими для клієнтів (див. додаток в).

Модифікаційні інновації передбачають використання раціоналізаторських пропозицій та забезпечують удосконалення традиційних продуктів, технологій,

методів управління тощо. Прикладами таких інновацій є розробка обладнання для прибирання приміщень громадського харчування, використання нових методів управління персоналом.

Також, існують і інші класифікації інновацій, вони є об'єктом еволюційної теорії: базисні інновації, покращенні інновації та псевдоінновації. [7,38]

Базові інновації - це інновації, які базуються на нових наукових відкриттях. Вони можуть радикально змінити спосіб, якими ми працюємо і живимо, створюючи нові галузі та започатковуючи нові технології. Базисні інновації в ресторанному господарстві можуть включати розробку нових способів приготування або використання передових технологій у обслуговуванні клієнтів.

Такі інновації вже існують наприклад, 3D – шоу і віртуальне меню в ресторанному бізнесі (див. додаток в)

Поліпшуючі інновації також враховують особливості різних галузей, ринків та їх сегментів. Наприклад ноутбук – це поліпшена версія персонального комп'ютера, яка була адаптована для мобільного використання.

Одним із прикладів поліпшуючих інновацій – використання планшетів або смартфонів офіціантами замість блокнота з олівцем. Це дозволяє їм зручно приймати замовлення та взаємодіяти з відвідувачами. Також на кухнях можуть використовувати екрани з замовленнями, що спрощує комунікацію з кухарями та офіціантами (див. додаток в).

Псевдоінновації – це як додаткові варіації на тему вже існуючих продуктів чи товарів. Це не справжні нововведення, а просто невеликі зміни в дизайні або функціональності товару, які не впливають на його основну структуру. Наприклад, вдосконалене обладнання на кухні.

Також можна розглянути інноваційні технології, які впровадили в готельно – ресторанний комплекс «Optima Collection Троїцька». [33]

Наприклад, в ресторанні є нововведення таке як перегляд меню через QR – код, це сучасний та ефективний метод цифрового представлення страв та напоїв.

QR – код (Quick Response Codes) – це двомірні штрих – коди, які можна використовувати за допомогою камери телефону або планшета, зі встановленим відповідним програмним забезпеченням.

Цей метод дозволяє ресторану позбутися традиційних паперових меню і має кілька важливих переваг. По – перше, цифрове меню можна легко змінювати в режимі реального часу, таким чином зменшуючи витрати на друкування паперового меню. По – друге, таке меню буде зручніше для відвідувача, тому що не потрібно чекати офіціанта поки він принесе друковане меню.

QR – код також дозволяють ресторану додавати додаткові функції до своїх цифрових меню (фотографії страв та напоїв, описи, склад). Це покращує взаємодію з клієнтами та підвищує їхню задоволеність. [27,47]

Ще однією інновацією в ресторані є оплата еквайрингом – це процес прийому безготівкових платежів від клієнтів за допомогою банківських карток та інших електронних способів оплати. Для використання електронних платежів у ресторані встановлюють спеціалізоване технічне обладнання, як платіжні термінали та POS – системи, вони мають бути інтегровані за програмним забезпеченням ресторану, для того, щоб автоматично обробляти та реєструвати платежі.

Одним із важливих аспектів еквайрингу є забезпечення безпечної оплати і конфіденційних даних відвідувачів. Ресторан дотримується стандартів безпеки платежів, такі як PCI DSS та забезпечують шифрування під час передачі даних.

В готельно – ресторанному комплексі «Optima Collection Троїцька», також є впровадження інноваційного підходу як електронна бронь місць в ресторані – це система, яка дозволяє гостям бронювати місця через інтернет, веб – сайт ресторану або мобільний додаток.

Система електронного резервування столиків робить доступним і зручним для відвідувачів. Бронювання можна здійснювати у будь – який час за допомогою смартфона, планшета чи комп'ютера. Електронні системи бронювання для

ресторану дають можливість управляти потоком відвідувачів та столиків. За допомогою спеціальних інструментів, адміністратор може легко відстежувати бронювання столів, також управляти доступністю та оптимізувати розподіл столів.

Також, система електронного резервування можуть автоматично підтверджувати бронювання і нагадувати гостям про нього через електронну пошту або по SMS. Ця система полегшує роботу персоналу та є зручним для клієнтів.

Застосування таких інноваційних технологій в ресторанному бізнесі, дозволяє бути більш ефективнішим, підвищувати рівень конкурентоспроможності на ринку, покращувати свої управлінські методи, вдосконалити якість ресторанного обслуговування. Проте, варто підприємцям все більш розробляти та впроваджувати інноваційні технології в ресторане господарство для того, щоб було більше відвідувачів та потенційних клієнтів.

РОЗДІЛ 3 ІННОВАЦІЇ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ КОМПЛЕКСІ

«OPTIMA COLLECTION»

3.1 Удосконалення управління номерами

Готельно – ресторанний бізнес є прибутковою галуззю, що весь час розвивається. У всьому світі готельно – ресторанна сфера є один із найпривабливіших для інвесторів. Успіх провідних світових готельно – ресторанних комплексів базується на забезпеченні високої якості обслуговування, швидкому оновленні, зниженні витрат та інтеграції зусиль працівників, що також пов'язано з впровадженням високоефективною системою управління. [7]

У процесі управлінської діяльності інформаційні системи стають більш важливим ресурсом, ніж енергетичні, трудові та фінансові ресурси. Методи обробки і використання інформації, а також технічні засоби, що дозволяють перетворити інформацію на важливий виробничий процес. Інформаційні системи включають використання інформаційних технологій.

Впровадження сучасних моделей управління, що відповідають вимогам міжнародних стандартів, зумовлене необхідністю надання якісних послуг клієнтам, так і забезпечення безпеки гостям та персоналу.

Управління номерами – це важливий процес готельного бізнесу, що вимагає уваги до всіх деталей, організаторських здібностей і високого рівня ефективності. Управління номерами охоплює широкий обсяг функцій, таких як бронювання номерів, обробка замовлень, підготовка номерів до прийому гостей (прибирання), та забезпечення комфорту під час проживання.

Управління номерами в готелі також включає управління доступністю номерів, планування, розподіл ресурсів, вирішення технічних проблем і забезпечення стандартів якості обслуговування. Відправною точкою управління

номерама є забезпечення високої задоволеності та лояльності клієнтів до готелю при максимальному використанні ресурсів готелю та мінімізацію витрат.

Управління номерами в готелі часто використовують спеціалізоване програмне забезпечення для автоматизації багатьох елементів процесу, підвищуючи операційну ефективність та точність. Водночас персонал готелю відіграє важливу роль у виконанні та координації всіх процесів, забезпечуючи надійність та постійне функціонування всього готелю.

Готель «Optima Collection Троїцька» - це сучасний бізнес – готель, який пропонує комфорт перебування гостей в номерах та надає якісні послуги та обслуговування. [33]

В готелі є 6 категорій номерів:

- Класик SINGLE;
- Класик;
- Стандарт;
- Суперіор;
- Люкс Бізнес;
- Люкс Людовік.

Всі номери оснащені сучасним обладнанням, затишний інтер'єр, меблі з натуральних матеріалів, в деяких номерах є балкони з гарним краєвидом – це створено для гарного відпочинку та для комфортного перебування гостей в готелі.

Загальні вимоги в номерах, яких дотримується бізнес готель «Optima Collection Троїцька»:

- Підготовлений каталог послуг, які пропонує готель, з інформацією, що може зацікавити гостей (наприклад, години роботи, способи оплати рахунків, перелік телеканалів, місцеві визначні пам'ятки, напруга в електромережі, WI – FI, політика щодо куріння);

- Якщо продукт або послуга не є безкоштовною, то на неї вказані ціни (наприклад, преїскурант, міні - бар);
- В кожному номері є шляхи евакуації, розташування аварійних виходів, місцезнаходження найближчих засобів пожежогасіння та інформація про основні правила поведінки в надзвичайних ситуація, також є місце для перебування під час тривоги (підземний паркінг);
- Є одна розетка в кімнаті, яка не використовується для інших приладів, як і у житловій кімнаті так і у ванній;
- Письмові та усні інструкції щодо користуванням приладами;
- Ліжка повинні бути з матрацами, подушками, теплими покривалами та ковдрами, ліжка та матраци повинні бути в гарному стані. Постільну білизну (простирадла, наволочки та підковдри) необхідно змінювати для кожного гостя;
- Також додаткові ковдри повинні бути у наявності у шафі або надаються персоналом, додаткові ковдри повинні зберігатися таким чином, щоб вони завжди були чистими та в гарному стані.

В готелі здійснюється управління номерами за програмною системою PMS (Property Management System), ця система спеціально розроблена для готелів, вона дозволяє керувати всіма аспектами готелю, включаючи бронювання, облік клієнтів, збору даних, обробку платежів та інших операцій, які є в готелі. (див. додаток г)

Багато бізнес – процесів , які раніше вимагали багато часу та уваги персоналу можуть бути автоматизовані за допомогою цієї програми, це дозволить зосередитися на інших питаннях готелю для того, щоб збільшити доходи. Оскільки ця програма доступна онлайн, можна керувати нею на відстані. [12]

PMS – система для готелю використовується для автоматизації бізнес – процесів та функцій, таких як:

- Портъє;

- Резервація;
- Управління номерами та номерним фондом;
- Управління цінами;
- Зберігання історії проживання гостей;
- Звітність.

Центральним елементом PMS – системи управління номерами та готелем є шахівниця, що складається з календаря та номерів.

Наприклад, візуальне управління заповнюваності готелю дозволяє швидко утримувати інформацію про наявність вільних номерів і бронювати номери на певний період часу. Також можливе бронювання номерів по прибуттю у готелю, двох або більше гостей можна об'єднати одночасно.

Інтегрована панель «Щоденні завдання», дозволяє в будь – який час слідкувати за ситуаціями в готелі, наприклад заплановані заїзди та виїзди гостей, скільки проживаючих є в готелі, також можна відслідкувати помилки, які були допущені порт'є.

Важливим елементом використання системи PMS в готелі є усунення людських помилок шляхом автоматизації рутинних завдань, нагадувань, підказок і зручних покрокових форм.

В цій програмі готель може керувати всіма процесами готелю, можна редагувати номерний фонд, додавати тарифи, продовжувати сезони, додавати послуги в номери та шукати гостей по номеру телефону або по прізвищам. PMS для готелю дозволяє встановити спеціальні умови для гостей з дітьми, доставки ліжок, пільгові тарифи, обмеження для кожної категорії номерів в онлайн – продажах, закриття певних номерів, наприклад на технічне обслуговування та інше.

Система програмного забезпечення PMS дозволяє зручно керувати тарифами та змінювати ціни в будь – якій категорії. Потім ця інформація миттєво завантажується в канал бронювання та на сайт готелю в дані про вільні номери.

Послідовність всіх дій та історія зареєстрованих змін дозволяє контролювати все, що відбувається в системі, скасовані бронювання або повернення коштів завжди можна побачити. Різноманітні звіти збирають інформацію про готель (демографічні дані, фінансові звіти, перевірка персоналу, оцінка загальної ефективності роботи готелю). Статистику і традиційні звіти дозволяють побачити результати роботи готелю за певний період часу і порівняти їх за попередніми періодами.

Переваги цієї системи для готелю «Optima Collection Троїцька»:

- Універсальні системи та інтеграція з іншими сервісами;
- Надійність, захист та безпека даних;
- Гнучкість налаштування та увага до індивідуальних особливостей готелю;
- Простий, зручний та інтуїтивний інтерфейс;
- Всі транзакції зареєстровані;
- Безкоштовне оновлення;
- Технічна підтримка.

Для удосконалення управління номерами можна запропонувати систему інтерактивного керування голосом у номерах.

Готельна галузь одна із найперспективніших секторів для економічного майбутнього України, і в умовах конкуренції необхідно впроваджувати нові тенденції та інновації, які дозволять підвищити рівень обслуговування, автоматизувати певні процеси в готелі та збільшити обсяг нових і постійних клієнтів, таким чином підвищити доходи підприємства – ось чому систему інтерактивного керування голосом можна запропонувати та впровадити в готельний комплекс «Optima Collection Троїцька».

Голосове управління в готельних номерах – це різновид технології розпізнавання мови. Пристрої, такі як смарт – колонки, можна використовувати для розуміння мови гостей, що дозволить розумним пристроям керувати і виконувати команди. Наприклад, увімкнення та вимкнення світла, управління

шторами в кімнаті, замовлення їжі у номер та регулювання температури в номері.[43]

Оперативність дуже важлива в готельному сервісі і важливо мати можливість миттєво реагувати на потреби гостей. Тому система інтерактивного керування голосом може створити затишну обстановку для гостей та якісний сервіс 24 години да добу.

Також система управління голосом важлива для іноземних туристів. Іноземні туристи можуть насолоджуватися більш комфортним проживанням в готелі, а персонал може працювати більш злагоджено.

З впровадженням цієї технології в готель «Optima Collection Троїцька», вони зможуть підвищити свою конкурентоспроможність на ринку. Проте, використання сучасних та передових технологій є гарною рекламою для готелю, адже гості які вже відвідали раніше цей готель з цією функцією поділяться своїми позитивними враженням з друзями та колегами, що так само будуть хотіти зупинитися в цьому готелі.

Переваги голосового управління для готелю «Optima Collection Троїцька»:

- Персоналізація;
- 24 годинна підтримка гостей;
- Збір відгуків та корисних ідей;
- Інноваційність;
- Доступність та усунення мовних бар'єрів;
- Покращений тайм – менеджмент персоналу;
- Створення позитивного клієнтського досвіду;
- Функції аналізу та звітності.

Система управління голосом в готельних номерах полегшують доступ до номерів для людей з обмеженими можливостями. Вони можуть отримати доступ за допомогою голосу, таким чином усуваючи необхідність відвідувати рецепцію та ресторан.

Також можна подавати спеціальні команди для автоматичного налаштування декількох смарт – пристроїв. Наприклад, команда «Доброго ранку» - відкриває штори в номері та вмикає світло і відтворює веселу фонову музику. Команда «На добраніч», навпаки вимикає світло та закриває штори і знижує чи підвищує температуру в кімнаті відповідно до параметрів, заданих гостем заздалегідь, це дуже зручно та швидко, і не треба говорити багато команд тому, що система налаштовується одним – двома словами.

Основними перевагами впровадження голосового керування в управління готелем є:

- Продаж страв з меню ресторану в номери;
- Продаж інших додаткових послуг, наприклад хімчистка одягу, тренажерний зал та інше;
- Економія часу персоналу при інформуванні гостей про ці послуги; підвищення статусу готелю та його привабливості, а це є забезпечення додаткового доходу для підприємства.

Також, це інноваційне впровадження отримує переваги для адміністрації готелю:

- Оновлення послуг та підвищення престижу готелю;
- Економія електроенергії та води (оскільки ця система знаходиться в економному режимі, коли немає гостей в номері);

Переваги та можливості для гостей:

- Підвищує комфорт проживання в готелі, оскільки послуги готелю можна замовити голосом;
- Керування цією системою здійснюється будь – якою мовою;
- Швидкі відповіді на питання щодо надання послуг;
- Голосове замовлення їжі в номер;
- Керування освітлення;
- Управління температурою;

- Кондиціонерами.

Ще можна запропонувати таку інновацію в управління номерами для готельного комплексу «Optima Collection Троїцька», як парогенератор.

Підтримання чистоти в туалетах, в ванних кімнатах та в номерах готелю, покращує мікроклімат та і продовжує термін служби сантехніки. При вологому прибиранні використовують різні миючі засоби, які не тільки видаляють бруд, але в роз'їдають шкіру рук, слизові оболонки очей та органів дихання. Недоліком такого типу прибирання є також можливість хімічних опіків, алергії та інших побічних ефектів.

Отож є альтернатива, яка замінить звичайне прибирання та покращить повітря в номерах – це парогенератор, через те що, парогенератор не використовує жодних хімічних засобів для миття, він очищає лише струменем пари. Дія пари достатньо ефективна, щоб розчинити всі види бруду, жиру та вапняного нальоту, також струмінь пари видаляє бруд з важко доступних місць і залишає будь – яку поверхню чистою та блискучою. Температура пари дуже висока, щоб вбити хвороботворні бактерії та мікроорганізми, а також допоможе усунути ріст грибків та плісняви.[6]

Тому, таке впровадження буде досить гарною ідеєю для удосконалення номерами в готелі «Optima Collection Троїцька», це також спростить роботу для служби хаускіпінгу.

Для удосконалення готелю «Optima Collection Троїцька», ще одним варіантом є впровадження такої інновації, як автоматизована система керування та диспетчеризації готелю «SCADA». Це комплексне програмне забезпечення, його використовують для управління інженерними системами в будівлі готелю.[2]

Система призначена для керування складними інженерними системами в готелі, таких як:

- Контроль та моніторинг систем поверхневого та фасадного освітлення;

- Контроль та моніторинг систем кондиціонування повітря;
- Контроль та моніторинг систем вентиляції;
- Контроль та моніторинг систем опалення;
- Моніторинг датчиків затоплення;
- Моніторинг системи електропостачання.

За цією програмою «SCADA» можна слідкувати за всіма системами через комп'ютер, збирати дані з різних пристроїв, оператори можуть аналізувати та керувати процесами в готелі. В свою чергу, система «SCADA» надає інтерфейс, це дозволяє операторам побачити данні у вигляді графіків та діаграм, що є зручним для керування готелем. Також, можна побачити які є поломки і вжити до них необхідні заходи.

Така система допоможе підвищити рівень безпеки, енергоефективність та знизити витрати на експлуатацію.

Тож, можна сказати, що такі інноваційні впровадження для удосконалення готелю «Optima Collection Троїцька» будуть дуже актуальними та корисними в управлінні номерами, для того, щоб стабільно стояти на конкурентному ринку, поліпшити якість обслуговування та зробити проживання гостей більш комфортним.

3.2 Електронний маркетинг та комунікація, пропозиції щодо розвитку

Мета маркетингових комунікації полягає не лише в інформуванні та підтримці процесів оперативного та стратегічного розвитку. На сьогодні маркетингові комунікації слугують способом інформування думки та ставлення цільової аудиторії до підприємства, їх товарів та послуг, формуючи певне ставлення до пропозиції ще до здійснення покупки. Тому роль маркетингових комунікації все більш зростає в суспільстві та в готельному господарстві.

Комунікації допомагають виділитися на конкурентному середовищі, впливати на свідомість цільової аудиторії і забезпечувати довгострокову вигідну взаємодію.

У сучасних умовах розвитку готельної індустрії стикаються з невизначеністю та з мінливим середовищем. У цьому контексті підприємствам необхідно шукати та створювати ефективну систему управління маркетинговою та комунікаційною діяльністю своїх готельних підприємств, яка сприятиме їхньому розвитку, забезпечить ефективну взаємодію з зацікавленими сторонами та зі споживачами, сформує позитивний імідж готелю та підвищить його конкурентоспроможність.[3]

Потенціал маркетингових комунікації є ключовим компонентом маркетингової політики, необхідний для того, щоб готельне підприємство могло використовувати наявні ресурси у відповідь на ринкові умови для отримання конкретних переваг. Цю здатність важко відтворити, але вона дозволяє ефективно використовувати організаційні ресурси, такі як координація, технічні та розумові здібності.

Політика маркетингової комунікації – це багатообіцяючий напрямок діяльності бізнесу, спрямований на забезпечення взаємодії з усіма органами маркетингової діяльності з метою задоволення потреб споживачів і отримання прибутку. [4]

Однак, якщо не створити правильну маркетингову та комунікаційну політику, то навіть найкращі готелі продукти та послуги за найпривабливішими цінами не зможуть досягти високого рівня конкурентоспроможності та бажаних результатів.

Характерною рисою сучасного ринку є насиченість ринкового простору інформацією, яка стає все більш важливою та цінною. За таких обставин процес формування споживчих запитів і переваг та здійснення маркетингового впливу на них значно ускладнився.

Тому ефективна маркетингова політика повинна ґрунтуватися на інноваційному підході, надавати споживачам умови торгівлі, конкурентні характеристики, а також якісні послуги, які пропонуються.

Електронний маркетинг в готельному підприємстві – це система управління та організації діяльності пов'язана з розробкою, створенням та просуванням і продажу послуг, спрямована на задоволення потреб споживачів і забезпечення досягнення цілей, поставлених керівництвом компанії.

Ефективний електронний маркетинг та маркетингова політика в готелі визначає задоволення потреб гостей та надання високого рівня послуг з одночасною максимізацією прибутку.

Для комунікаційної політики є більш ефективний спосіб комунікації – це Інтернет. Реклама в Інтернеті є більш актуальною для підприємства готельного бізнесу ніж флаєра, брошури, каталоги, телевізійна та радіо – реклама, тому що, ці способи реклами для готелю немає широкого розповсюдження. А отже, просування послуг чи продукції готелю через Інтернет є важливим елементом для готельного бізнесу. [30,40,50]

Основною метою інтернет – маркетингу – це максимально ефективно впливати на потенційну цільову аудиторію сайту. Використання інструментів інтернет – маркетингу та адаптація складових маркетингової політики дозволить підприємствам індустрії гостинності, підвищити ефективність продуктової,

цінової, збутової та комунікаційної політики, збільшити обсяг бронювань, підвищити продуктивність персоналу, вдосконалити системи обслуговування та знизити витрати на певні категорії, а також підвищити конкурентоспроможність.[23]

До загальних компонентів інтернет – маркетингу належать:

- Веб – сайти;
- Пошукова оптимізація;
- Інтернет реклама;
- Маркетинг у соціальних мережах;
- Мобільний маркетинг;
- Маркетинг електронною поштою.

Також веб – сайти готелю є ключовою роллю для просування своїх послуг для споживачів. Чим краще буде зроблений веб – сайт, тим більше він буде привертати нових клієнтів для бронювання номерів.

Розробка, функціонування та оновлення інформації на веб – сайті є необхідною умовою успішного розвитку та ефективної роботи підприємств готельної сфери.

Споживачі хочуть якомога дізнатися більше про товар чи послугу, а тому потребують попереднього аналізу інформації, наданої на різних веб – сайтах. Тому веб – сайт повинен бути не тільки послідовно побудований, але й цікавим з точки зору дизайну, має бути інформативним і найголовніше зрозумілим для перших відвідувачів.

Готельний комплекс «Optima Collection Троїцька» використовує Інтернет для комунікації зі своїми клієнтами. Також, на прикладі цього готеля можна проаналізувати його веб – сайт для надання послуг та обслуговування.

На веб – сайті готелю є вся актуальна інформація щодо основних послуг та додаткових послуг, а також умови їх надання. Є вся інформація про їх місце знаходження, номери телефонів адміністраторів, електронна пошта готелю на

яку можна написати та дізнатися послуги та уточнити ціни на номери і забронювати номер. Також на сайті показані зміни цін на номери та послуги, і це є дуже важливим для споживачів. [33]

Можна подивитися віртуальний тур про номери, він базується на серії панорамних фотографій з'єднаних між собою точками переходу, за допомогою кнопок керування споживач може наблизити або віддалити фотографії або перейти до інших фото. Це є гарною функцією, для того, щоб клієнт зміг подивитися, що є в номері та обрати для себе найкращий варіант для проживання.

Також на сайті впроваджена система онлайн – бронювання, це є гарною ідеєю для того, щоб заощаджувати час та зусилля як для споживача так і для готелю. Адже онлайн – бронювання дозволяє бронювати номери в будь – який час, у цьому випадку готельне підприємство може збільшити кількість клієнтів своїх послуг і без необхідності не витратити свій час та ресурси на спілкування.

На веб – сайті готелю «Optima Collection Троїцька» є акційні пропозиції щодо відпочинку, вони є актуальним практично у весь час та поділяються вони на:

- Сімейний відпочинок;
- Діти;
- Релакс та краса;
- Оздоровлення.

Готельний комплекс «Optima Collection» є по всій Україні і тому можна через веб – сайт обрати акційну пропозицію яка сподобалась та забронювати номери в будь – якому місті, які пропонує готель «Optima Collection Троїцька».

Спеціально для постійних клієнтів готелі «Optima» розбили три програми лояльності, які можна побачити на сайті, які задовольняють потреби навіть найвибагливіших клієнтів: Optima Club, Optima Priority Guest і Optima Corporate Guest.

Кожна програма лояльності пропонує особливі умови і максимальну вигоду не тільки для туристів, які обирають готелі мережі місцем свого відпочинку, а й для корпоративних клієнтів, які цінують оперативність оформлення і легкість у використанні.

Ще на веб – сайті готелю представлені подарункові сертифікати, можна обрати на яку суму буде здійснений сертифікат, його колір, також подарунковий сертифікат можна відправити електронною поштою.

Також, ще на сайті представлений розділ «Відгуки», відвідувачі цього готелю можуть написати про переваги та недоліки готелю та їхнього проживання в ньому. Проте, в відгуках можна поставити відмітки та оцінки на них, вони поділяються на:

- Чистота;
- Комфорт;
- Харчування;
- Обслуговування.

Тому веб – сайт є необхідною умовою для гарного функціонування «Optima Collection Троїцька», для того, щоб зростала кількість гостей, збільшувались попити на послуги, було краще обслуговування та злагоджена комунікація.

А щодо пропозицій розвитку «Optima Collection Троїцька», я би запропонувала просувати готель через соціальні медіа. Наприклад, Facebook та Instagram залишаються важливим маркетинговим каналом для готелів. Тому що, там не має обмежень на кількості символів у дописі чи розміру відео.

Крім того, після злиття Facebook та Instagram з'явилася можливість створювати платні кампанії та просувати їх між двома каналами.

У Facebook та Instagram можна публікувати фотографії інтер'єру та екстер'єру готелю, виставляти історії та проводити прямі трансляції, що допоможе клієнтам дізнатися більше про готель, також розповідати та просувати спеціальні пропозиції та акції. [31]

За допомогою використання цих соціальних мереж можна заохочувати споживачів ставати мітки місцезнаходження та позначати готель на фотографіях та відео в обмін на винагороду, це може підвищити цікавість потенційних споживачів.

Ще готельєри можуть ділитися своїми порадами, щодо подорожей, місцевою кухнею, майбутніми подіями в готелі та пропозиціями з приводу знижок та акцій, через мережу Instagram.

Проте, ще для удосконалення та розвитку готелю «Optima Collection Троїцька», можна запропонувати впровадження чат – боту.

Чат – бот може розв’язати декілька важливих питань – це комунікація с гостями в зручному режимі, система бронювання, оповіщення, консьєрж - сервіс. Також, чат – бот є ефективним інструментом для маркетингу готельного бізнесу.

Частіше чат – боти у готельному бізнесі мають такі функції:

- взаємодія с клієнтами;
- можливість забронювати номер в онлайн режимі;
- дізнатися час заселення та виселення;
- передивитися локацію готелю та отримувати відповіді на базові запитання.

Додаткові можливості які надає чат – бот – це приватний кабінет клієнта в якому він може керувати послугами або звернутися до приватного менеджера, вони можуть відповідати на питання гостей, щодо послуг готелю, розкладу роботи ресторану та бару, рекомендації щодо місць для відвідування розваг та подій в районі готелю та чат – бот забезпечує підтримку цілодобово для споживачів.

Такі пропозиції для розвитку готелю «Optima Collection Троїцька» будуть дуже доречними, тому що, зможуть привернути увагу та привабити більше потенційних клієнтів.

3.3 Удосконалення послуг для відвідувачів

Індустрія гостинності в Україні під впливом часу перетворюється на справжню сферу послуг. Готелі призначенні для тимчасового проживання, але перетворилися на справжні туристичні комплекси, які надають широкий спектр послуг.

В конкурентному ринку гостинності прагнення компаній до максимізації прибутку та зростаюча платоспроможність споживачів послуг спонукають готельні підприємства розширювати обсяг додаткових послуг, які не обмежуються лише розміщенням та харчуванням.

На прикладі готельного комплексу «Optima Collection Троїцька» можна проаналізувати основні та додаткові послуги, які надаються споживачам.[33]

Дві основні послуги які надаються в готелі - проживання та харчування. Проживання є визначальною послугою для того, щоб бізнес можна було класифікувати як готельний. Послуги з розміщення діє за таким графіком, заїзд – 14:00, виїзд – до 12:00. Крім надання номеру, сюди входять супутні послуги – це надання та зміна постільної білизни, забезпечення рушниками та засобами особистої гігієни, користування телевізором та іншими електронними приладами. Все це входить у вартість проживання згідно договору.

Харчування здійснюється в просторому та комфортному ресторані та барі, яке знаходиться на території готелю.

До додаткових послуг в готелі відносяться:

1. Конференц зал – це кімната де проводяться ділові зустрічі, в конференц залі є проектор, друкування документів, мікрофон, фліпчарт.
2. Кава – брейк (кава – перерва) – це короткотривала подія, яка проводиться на перерві для бізнес – конференцій, гості можуть поїсти смачні страви та випити чаю або кави.

3. Кейтеринг – це послуга виїзного харчування та обслуговування на будь – які події або заходи.
4. Room serves – це доставка їжі та напоїв у номер, замовлення можна здійснити через адміністратора.
5. Міні – бар – це невеликий холодильник у номері, він наповнений напоями та солодощами.
6. Пральня – можна попрати та попрасувати речі, вона оснащена сучасним обладнанням та в пральні використовують якісну хімію.
7. Салон краси - при готелі працює салон краси, де можна зробити зачіску, манікюр, педикюр, а також масаж.
8. Розміщення в номері з тваринами – в готелі є послуга проживання з тваринами, у власника повинен бути ветеринарний паспорт на тварину (поселення може бути з тваринами не великого розміру).
9. Трансфер – гості можуть замовити трансфер від аеропорту або вокзалу, щоб швидко дістатися до готелю.
10. Тренажерний зал – це місце для, тих хто піклується про своє здоров'я, тренажерний зал оснащений сучасним обладнанням і є всі умови для комфортного перебування в залі.
11. Підземний паркінг – це підземна стоянка, яка розміщена під готелем, таким чином автомобіль буде надійно захищений, адже підземний паркінг охороняється та є камери спостереження.

Галузь готельного господарства набуває швидких темпів розвитку. Щоб встояти на ринку та втримати позиції необхідно знаходити нові варіанти надання послуг. Це надасть для готелю «Optima Collection Троїцька» успішно існувати на ринку і підвищити прибуток.

Щодо пропозицій, можна запропонувати такі додаткові послуги для готелю:

- Аніматори;

- Дитяча ігрова зона;
- Оренда ноутбука та аксесуарів;
- Оренда автомобіля або оренда автомобіля з водієм.

1. Аніматор – це людина свято, той, хто запалює та розважає публіку і дітей. Вони створюють святковий настрій, який наповнений сміхом, радістю та сюрпризами. Це може бути день народження, визначна подія або дата, а також тематичний та корпоративний захід. Аніматори – промоутери роздають листівки, рекламні буклети, флаєри, проводять дегустації і закликають до участі в акціях відвідувачів. Їх яскравий образ привертає увагу, тим самим приносячи прибуток підприємству.

Наприклад, можна зробити оголошення, що кожної п'ятниці місяця будуть запрошені актори – аніматори, які будуть розважати дітей, які проживають в готелі, а отже це буде приносити прибуток підприємству.

2. Можна відкрити дитячу ігрову зону. Це може бути кімната – це інтерактивне та цікаве приміщення з м'яким меблями, м'яким іграшками та настільними іграми. В затишному просторі яскравих іграшок діти зможе обрати собі заняття для душі. На столиках можуть бути розмальовки як для дівчат, так і для хлопчиків. Діти також можуть зайнятися ліпкою повітряного пластиліну.

Персонал готелю завжди дбає про безпеку та комфорт дітей, це цікаве рішення яке дозволяє батьками отримати більше вільного часу для відпочинку, а дітям весело проводити час.

3. Ноутбук – це невід'ємна частина життя будь – якої людини. В готелі зупиняються багато ділових та творчих людей, які ведуть справи користуючись ноутбуком. Але бувають різні випадки коли людина забула зарядний пристрій або зламався, чи забула ноутбук, тому актуальною послугою в готелі буде включити прокат ноутбука і аксесуарів. За такою послугою можна звернутися до адміністратора, щоб дізнатися ціну та час користування.

4. Оренда автомобіля – це вигідне вкладення коштів. Приватне авто дає можливість брати автомобіль в будь – який час. Це вигідно для тих, хто багато часу проводить в роз’їздах і за день відвідує декілька зустрічей в різних районах містах.

В місто багато приїжджають людей, які не знають міста, тому послуга оренда автомобіля з водієм є також гарною пропозицією. Водії відмінно знають місто, об’їзні шляхи, тому швидко доставлять клієнта до його пункту призначення. Така послуга доступна як фізичним особам, так і юридичним

Оренда автомобіля без водія – доступна включно фізичним особам, згідно договору клієнт отримує авто в приватне користування від орендатора при готелі. В документі прописано строк користування та тариф.

Отже послуга оренди авто є швидкий спосіб пересування по місту, та також буде приносити прибуток для готелю і буде користуватися попитом

Такі додаткові послуги для готелю «Optima Collection Троїцька» будуть доречними та зможуть привернути більшу увагу гостей та створити позитивний досвід, стати більш конкурентоспроможними, виділятися серед інших готелів, а також підвищити репутацію готелю та збільшити доходи.

ВИСНОВКИ

В кваліфікаційній роботі було розглянуто багато різних питань, що стосуються інновацій та технологій та їх впровадження в готельно – ресторанну сферу, тому що, наш світ розвивається дуже швидко, тому для економічного розвитку країни необхідно впроваджувати нові інновації.

Отже, з проаналізованого матеріалу, можна зроби такі висновки:

1. Для того, щоб зрозуміти, що таке «інновація», були проаналізовані дослідження вчених, які тлумачили цей термін по різному. Але перший вчений хто вжив цей термін в своїй роботі, під назвою « Теорія економічного розвитку » був Йозеф Шумпетер. Він називав «інновацію» як «нову комбінацію» - це означає, що нововведення потрібні для того, щоб впроваджувати нові засоби виробництва та в різні організаційні системи.

Також досліджено, що інновації мають життєвий цикл, тому що, всі винаходи та їх впровадження в будь – яку сферу мають обмежений термін придатності, це може бути продукт або послуга, які вже використовуються на ринку, є чотири фази життєвого циклу (представленні в Розділі 1).

2. Для гарного функціонування підприємницької діяльності необхідною складовою є втілення інновацій, тобто інноваційний процес. Метою інноваційного процесу є підвищення ефективності підприємницької діяльності, шляхом оновлення обладнання, технологій, товарів, елементів управління та інших складових організаційної системи. Інноваційний процес визначається як низка послідовних дій від одержуваних теоретичних знань, до використання споживачами продукту, створено на основі нових знань.

Крім інноваційного процесу в підприємницької діяльності, також відіграє роль науково – технічний прогрес, він застосовується для підвищення ефективності виробництва. Загалом, результатом інноваційної діяльності є

підвищення конкурентоспроможності виробленої продукції та її успішна реалізація на національному та міжнародному ринках.

3. Інноваційна діяльність розглядається, як один із головних елементів національної економіки, це є важливим для економічних ринкових відносин.

Інноваційна діяльність розглядається як діяльність, спрямована на розширення та вдосконалення якості та технології товарів чи послуг.

Із проаналізованих статей Закону України «Про інноваційну діяльність» та «Про інвестиційну діяльність», можна сказати, що інноваційна діяльність має чітке правове регулювання.

Головним чинником інноваційної діяльності на підприємстві є розробка нових видів продукції або методів її виробництва, постачання та збуту. Інноваційна діяльність підвищує адаптивність підприємств до зовнішнього середовища, збільшує можливості виходу підприємств на нові товарні ринки та створює умови для довгострокової незмінності.

4. Розвиток готельно – ресторанного бізнесу пов'язаний з покращенням економічної ситуації в країні та позитивно впливає на розвиток міжнародних відносин, ця галузь постійно розвивається і на неї припадає значна частка зайнятості та валового внутрішнього продукту в національній економіці.

Але готельно – ресторанний бізнес як і всі інші підприємства, постраждали від економічної кризи в країні.

Перша криза через яку знизився розвиток цієї сфери, це була пандемія COVID – 19. Друга криза в країні була внаслідок російського вторгнення в Україну. Ця криза особливо проявляється у зменшенні кількості іноземних туристів, відмові внутрішніх туристів відвідувати певні регіони та скорочення інвестицій і розвитку.

Для того, щоб готельно – ресторанний бізнес розвивався під час криз, були запропоновані такі інновації для подальшого розвитку:

- Реінжиніринг;

- Краудсорсинг;
- Бенчмаркінг;
- Антикризоровий менеджмент;
- Системи управління якістю.

5. Технології в готельній індустрії швидко розвиваються. Це пов'язано з тим, що основним завданням готельного бізнесу є залучення більшого числа клієнтів. У ринкових умовах виконати це завдання без застосування інноваційних технологій не можливо, тому були розглянуті інновації в готельному господарстві, які допоможуть отримати конкурентні переваги на ринку.

Інноваційні процеси в готельному бізнесі, які можна розділити на такі види:

- Інновації продукту;
- Сервісні інновації.

Також був проведений аналіз готельного комплексу «Optima Collection Троїцька» і було виявлено використання таких інновацій, як:

- автоматичні системи водяного пожежогасіння;
- автоматичні розпилювачі дезінфікуючих засобів;
- використання картки – ключ.

Застосування інноваційних технологій в готелі забезпечує безпеку та економію ресурсів.

6. Інновації в ресторанній галузі домагають ресторанам залишатися конкурентоспроможними, залучати нових відвідувачів, та задовольняти потреби споживачів. Але успіх також вимагає старанного планування, фінансування та управління.

Для того, щоб підприємства могли мати позитивні зміни треба використовувати різноманітні технології, удосконалення послуг та впроваджувати інноваційні маркетингові стратегії.

Були проаналізовані різні види інновацій, які впровадженні в ресторанну діяльність та є популярними серед споживачів (див. Розділ 2).

На прикладі готельно – ресторанного комплексу «Optima Collection Троїцька» вони застосовують такі інноваційні технології як :

- QR – код меню;
- оплата еквайрингом;
- електронна бронь місць в ресторані.

Можна сказати, що використання сучасних технологій домагає автоматизувати процеси управління рестораном, підвищити якість обслуговування клієнтів. Ресторанні технології служать інтелектуальним компонентом, який спрощує роботу персоналу і підвищує якість обслуговування.

7. Із проаналізованих джерел, маємо сказати, що управління номерами в готелі включає в себе управління доступністю номерів, планування, розподіл ресурсів, вирішення технічних проблем і забезпечення стандартів якості обслуговування.

Також було виявлено, що управління номерами в готелі «Optima Collection Троїцька» здійснюється за такою програмою як PMS (Property Management System), ця система дозволяє керувати всіма елементами готелю, включаючи бронювання, облік клієнтів, збору даних, обробку платежів та інших операцій, які є в готелі.

Для удосконалення готелю «Optima Collection Троїцька», запропоновано впровадження інноваційної технології, такої як голосове управління в готельних номерах. Ще однією інновацією яку можна впровадити в готель є парогенератор – це очисник який використовує лише струмінь пару, що є зручним у використанні для служби хаускіпінгу. Також ще одним варіантом для вдосконалення готелю є автоматизована система керування та диспетчеризації готелю «SCADA», його використовують для управління інженерними системами в будівлі готелю.

8. Для готельних підприємств, включаючи «Optima Collection Троїцька» важливим елементом є маркетингові комунікації та електронний маркетинг. На

даний час маркетингові комунікації діють як спосіб інформування цільової аудиторії про думки і ставлення компанії, товарів і послуг.

Електронний маркетинг в готельному середовищі, як виявилось є системою управління і організації, вона пов'язана з розробкою, створенням, просування послуг чи товарів на задоволення потреб споживачів.

До загальних елементів інтернет (електронного) – маркетингу належать:

- Веб – сайти;
- Пошукова оптимізація;
- Інтернет реклама;
- Маркетинг у соціальних мережах;
- Мобільний маркетинг;
- Маркетинг електронною поштою.

Готельний комплекс «Optima Collection Троїцька» використовує Інтернет для комунікації зі своїми клієнтами. Також, було проаналізовано його веб – сайт для надання послуг та обслуговування.

Щодо розвитку , запропоновано просувати готель через соціальні мережі, просування може здійснюватися через Facebook та Instagram. За допомогою використання цих соціальних мереж можна заохочувати споживачів відвідати цей готель. Ще однією пропозицією стосовно готелю, це впровадити чат – бот. Чат – бот може виконувати різні функції , можна задавати будь – які питання стосовно послуг та обслуговування.

9. В конкурентному ринку готельної діяльності прагнення компаній до максимізації прибутку є розширення обсягу додаткових послуг, які не обмежуються лише розміщенням та харчуванням.

Із проаналізованого веб – сайту готелю «Optima Collection Троїцька» я виявила, що є основні та додаткові послуги. Основні - це розміщення та харчування. А додаткових послуг відносяться: конференц – зали, кава – перерва,

кейтеринг, пральня, міні – бар, трансфер, салон краси, тренажерний зал, розміщення в номері з тваринами та підземний паркінг.

Для того, щоб вистояти на ринку та втримати позиції необхідно знаходити нові варіанти надання послуг. Для готелю «Optima Collection Троїцька», запропоновано додати ще такі послуги:

- Аніматори;
- Дитяча ігрова зона;
- Оренда ноутбука та аксесуарів;
- Оренда автомобіля або оренда автомобіля з водієм.

Такі додаткові послуги для готелю «Optima Collection Троїцька» будуть доречними та зможуть привернути більшу увагу гостей та створити позитивний досвід.

СПИСОК ВИКОРАСТАНИХ ПОСИЛАНЬ

1. Адаменко, О. А. Концептуальні засади інноваційного розвитку підприємств. 2010.С. 5-10.
2. Автоматизація для готелів та диспетчеризація. URL: <https://aqteck.com.ua/ua/projects/avtomatyzovana-systema-keruvannja-ta-dyspetcheryzacji-gotelju>
3. Богдан Н. М., Писаревський І. М., Іванова О. М., Покогодна М. М. Інноваційні комунікаційні інструменти маркетингової діяльності підприємств туристського та готельного бізнесу. 2022 .С. 138-142.
4. Бас В. О. Управління комунікаційною діяльністю підприємств готельно-ресторанного господарства. Вісник студентського наукового товариства «ВАТРА» Вінницького торговельно-економічного інституту КНТЕУ. Вінниця: Редакційно-видавничий, 2021.С.16-20.
5. Бутенко А. Ю., Бліщ Р. О. Інновації у ресторанному бізнесі. Матеріали ІV Міжнародної науково-практичної конференції. Інновації в управлінні асортиментом, якістю та безпекою товарів і послуг. Львів: Растр-7. 2016.
6. Влащенко Н. М . Інноваційні технології у готельному господарстві : навч. посібник. Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. 2023. С 80-81.
7. Влащенко Н. М Інноваційні технології у ресторанному, готельному господарстві та туризмі : навч. посібник, Харків. нац. ун-т міськ. госпва ім. О. М. Бекетова., 2018. С.373
8. Джинджоян В.В., Тесленко Т.В., Горб К.М. Інноваційні технології в туризмі та гостинності : навчальний посібник. Дніпро: ДГУ, 2022. С. 21-47.
9. Дьяченко М. Використання інноваційних технологій в готельному господарстві. 2019.С. 819-820.
10. Давидова О. Ю. Інноваційні технології у готельному бізнесі. 2020.С.77-78.

11. Жеребецька Х. Р. Інноваційні технології та напрямки розвитку індустрії гостинності в Україні. Львів : ЛНУП., 2024.С. 98

12. Заневська Л.Г. Системи управління готелем. ЛДУФК ім. Івана Боберського. URL:

[file:///D:/MODsMCRAFT/%D0%9B%D0%B5%D0%BA%D1%86%D1%96%D1%8F_3_%D0%A1%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B5%D0%BC%D0%B8_%D1%83%D0%BF%D1%80%D0%B0%D0%B2%D0%BB%D1%96%D0%BD%D0%BD%D1%8F_%D0%B3%D0%BE%D1%82%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%BC%20\(1\).pdf](file:///D:/MODsMCRAFT/%D0%9B%D0%B5%D0%BA%D1%86%D1%96%D1%8F_3_%D0%A1%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B5%D0%BC%D0%B8_%D1%83%D0%BF%D1%80%D0%B0%D0%B2%D0%BB%D1%96%D0%BD%D0%BD%D1%8F_%D0%B3%D0%BE%D1%82%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%BC%20(1).pdf)

13. Іжевський В. В. Економічна суть інновації та інноваційної діяльності підприємств. Науковий вісник НЛТУ України, 20(3), 2010.С. 121-127.

14. Ілляшенко С. М. Управління інноваційним розвитком : навч.посібник / С. М. Ілляшенко. – [2-ге вид., перероб. і допов.]. Суми :Університетська книга, 2015. С. 324.

15. Іваник, Н. М. (2023). Впровадження інноваційних проєктів на підприємствах готельно-ресторанного бізнесу (на прикладі кафе «Вайб»)Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя.2023. С.

16. Квасницька, Р. С., Ардашкіна, Н. С. Особливості інноваційної діяльності підприємств у сучасних умовах. Вісник Хмельницького національного університету, 2009, 6: 247-251.

17. Колодійчук А. В., Пісний В. М., Семчук Ж. В. Сутність інновацій, структура та основні етапи інноваційного процесу. Науковий вісник НЛТУ України, 19(9), 2009. С.191-195.

18. Клапчук М. В., Біян В. І., Брухлій Б. В. Інноваційні технології в ресторанному господарстві. Карпатський край. 2015. № 1(2). С. 92–99.

19. Капліна, Т. В., Столярчук, В. М., Малюк, Л. П., Капліна, А. С. Інноваційні технології в готельному господарстві: основи I-66 теорії. теорії : навчальний посібник, Полтава : ПУЕТ,2018. С. 10-147.
20. Коваленко Н. О. Інноваційні напрямки розвитку індустрії гостинності в Україні. Європейські перспективи, (7), 2015.С. 174-174.
21. Клапчук В. М., Білоус Л. Й. Управління якістю продукції і послуг у готельно-ресторанному господарстві. 2013. С.84-117.
22. Крупніцький, С. І. Управління якістю послуг підприємств готельного господарства. 2018. С. 8-33.
23. Кирилюк, І. М. Застосування інтернет-маркетингу у готельному бізнесі. 2018.С. 40-43.
24. Маслюківська А. Інноваційна теорія Йозефа Шумпетера: від класичного визначення поняття інновація до сучасного розуміння інноваційних ідей. Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка, (4), 2013.С. 59-61.
25. Manov M.,Karolop O. Проблеми розвитку готельно-ресторанного бізнесу в період подолання кризи. Ресторанний і готельний консалтинг. Інновації, 2018, 1: 31-40.
26. Мальська М. П., Бригілевич, Г. М. Розвиток готельно-ресторанного бізнесу в сучасних умовах. Львівський національний університет імені Івана Франка.Черкаси 2023.С. 31-33.
27. Матеріали X Всеукраїнської науково-практичної конференції, «Інноваційні технології в готельно-ресторанному бізнесі», К.: НУХТ, 2021. С. 154-163.
28. Микитюк, П. П., Сенів, Б. Г. Інноваційна діяльність: навч. посібник, Київ. 2009. С. 7 -17.
29. Мендела І. Створення сучасної системи управління у готельно-ресторанному бізнесі. 2011. С. 57-58.

30. Магалецький, А. В. Комунікаційна політика як ефективний інструмент підвищення конкурентоспроможності підприємств готельного господарства. Ефективна економіка, 2010, (11).

31. Мирошник, Ю., Абрамова, А., Пушка, О. Використання можливостей соціальних мереж в індустрії гостинності. Економіка та суспільство, (38). 2022.

32. Навольська Н. В. Бенчмаркінг як інструмент підвищення ефективності діяльності підприємств. Причорноморські економічні студії, 2016, 6: 79-82.

33. Optima Collection Троїцька. URL: <https://optimahotels.com.ua/uk/hotels/collection-troitska/covorking/>

34. Прядко І. В. Концептуальні основи дослідження сутності поняття «інновація». Технологический аудит и резервы производства, 2(2 (16)), 2014. С.21-26.

35. Про інноваційну діяльність : Закон України від 04.07.2002 р. № 37-IV : станом на 31 берез. 2023 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15#>

36. Про інвестиційну діяльність: Закон України від 26.02.2002 р. № 41-IV : станом на 10 жовт. 2022 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1560-12#Text>

37. Полінкевич О. SMM-просування інноваційних послуг у готельно-ресторанному бізнесі в умовах COVID-19. Ресторанний і готельний консалтинг. Інновації, 2021. 4.2: С.206-222.

38. Пантюхіна, В. О. Інноваційні технології в готельному бізнесі. Миколаїв 2023.С. 7-12.

39. Поворознюк І. Управління якістю послуг на підприємствах індустрії гостинності під час кризи. Економіка та суспільство, 2022. (42).

40. Рогова, Н. В., Рибаківа, С. С., Жукова, А. Комунікації як ефективний інструмент підвищення конкурентоспроможності підприємств готельного господарства України. 2018.

41. Савицька, Н., Пахуча, Е., Віннік, П. Сучасні тенденції управління маркетинговими комунікаціями. Молодий вчений, (11 (123)), 2023.С.140-145.

42. Сойма С., Білоусько Т., Вдовічена О. Цифровізація антикризового менеджменту підприємства в умовах війни. Економіка та суспільство, (44). 2022.
43. Сильчук, Т. А., Лахно, А. І. Система інтерактивного голосового управління готельним номером. 2022.(69) С. 19-22.
44. Свідло, К. В., Соколенко, А. С., Писаревський, М. І. Інноваційні ресторани технології: конспект лекцій для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти всіх форм навчання зі спеціальності 241–Готельно-ресторанна справа. 2022. С. 9-38.
45. Характеристика етапів та моделей інноваційного процесу. URL: https://pidru4niki.com/83659/investuvannya/harakteristika_etapiv_modeley_innovatsiynogo_protseesu
46. Чаркіна Т. Ю., Марценюк Л. В., Пікуліна, О. В. Стратегічні напрями управління готельно-ресторанним бізнесом в умовах кризи. 2021.С. 20-23.
47. Черномазюк, А. Г. Інновації у сфері готельно-ресторанного бізнесу. ХНУ 2014. С. 269-271.
48. Язлюк Б.,Бутов А., Костецький В .Теоретичні основи сутності й змісту інновацій та інноваційної діяльності. Галицький економічний вісник. (економіка та управління національним господарством). 2012.С. 53-58.
49. Ярмолюк, Д. І. Проблеми та перспективи організації сервісних процесів готелю. Програмний комітет, 51. С. 51-54.
50. Янковська, Г. В. Електронні комунікації в діяльності підприємств готельного господарства. Вісник Хмельницького національного університету, (1), 2012.С. 15-21.

ДОДАТОК А



(Еко – готелі)

URL: https://anga.ua/files/anga/reg_images/2_turystychna_baza_taor-2072.jpg



URL: <http://vsviti.com.ua/wp-content/uploads/2015/08/244.jpg>

ДОДОТОК Б



(автоматична система пожежогасіння)

URL: <https://rci-c.com/wp-content/uploads/2017/07/1-1.jpg>



(автоматична система дезінфікуючих засобів)

URL: <https://aveal.com.ua/images/products.3449.1.s.jpg>



(картка - ключ)

URL: https://chip-ua.com/wp-content/uploads/6e009bd6f410d3e8f4898cfb6cbdb58a_1440x-1024x640.jpg

ДОДАТОК В



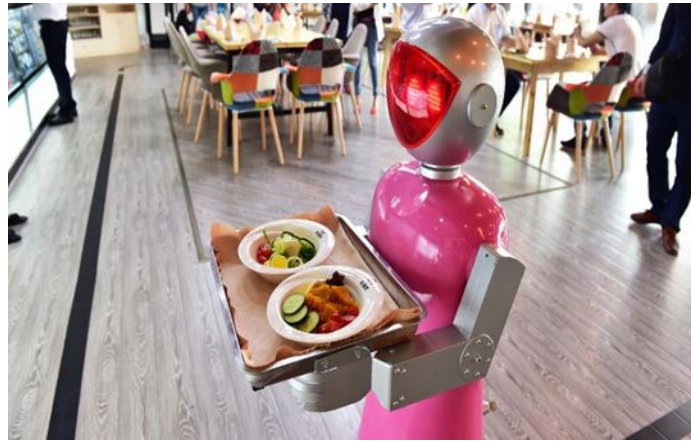
(нанотехнології в ресторанні)

URL: <https://harchi.info/sites/default/files/1666-Sagaya-restaurant.jpg>



(молекулярна кухня)

URL: https://www.kommersant.uk/uploads/ckeditor/pictures/1254/content_1.jpg



(робот – офіціант)

URL:

http://robotrends.ru/images/2022/520131/20200602_Kunshan_Pangolin_Robot_China.640x1200.jpg



(робот який готує їжу)

URL: https://mors.in.ua/uploads/posts/2021-02/thumbs/1612730666_moley_robotics_05.jpg



(3D – шоу в ресторанні)

URL: <https://event.ru/wp-content/uploads/2019/12/1-1.jpg>



(віртуальне меню за допомогою QR – коду)

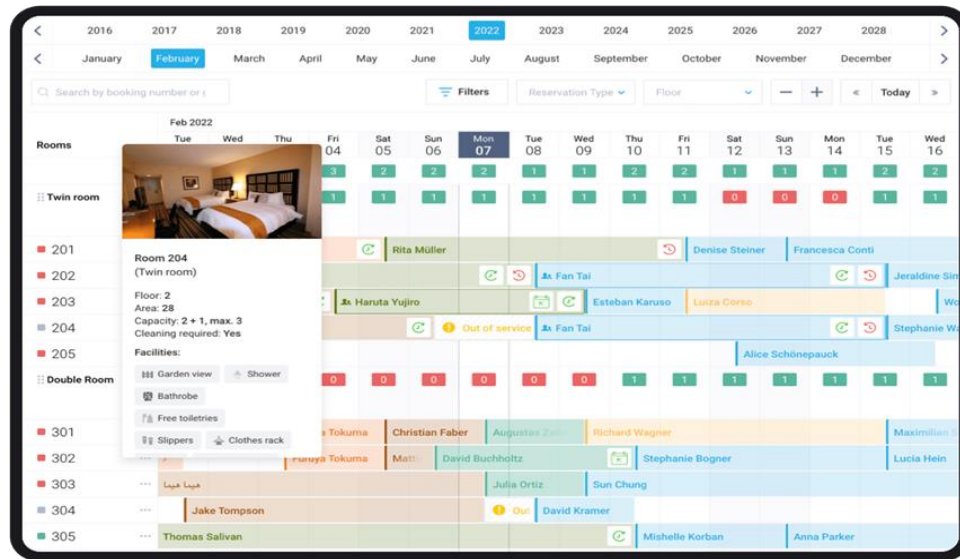
URL: <https://me-menu.com/public/static/qr-img-prew.jpg>



(сервіс R_keeper, який відстежує замовлення і передає на кухню)

URL: <https://online-kassa.ru/wp-content/uploads/2022/03/skjhejwhjk43-768x426.webp>

ДОДАТОК Г



(програмна система PMS (Property Management System))

URL: <https://hf-live-new.s3.eu-central-1.amazonaws.com/static-pages/6b436a6f77281c0cb51716873c185a39672eda2e/3f3fc556c2089433c6446b464336a3de59d4241c.png>

