

АЗС із повноцінним меню (суп, гаряче, салати, класика стріт-фуду, десерти, а також власні фірмові страви) активно розвиваються в Україні та за її межами.

Як правило, це заправні станції, що не входять у великі мережі, що базуються в історичних локаціях або мають приміщення, що підходять для розгортання такого формату. А він вимагає справжньої кухні, з дотриманням усіх санітарних норм, складської зони, залу з посадкою від 20 столів (інакше нерентабельно) та віконцем на видачу замовлень «з собою» (take away).

Наприклад, АЗС із кафе-рестораном Root Down у Денвері, штат Колорадо. Власники викупили приміщення однієї з найстаріших АЗС у штаті (атмосфера), провели ремонт (сучасний комфорт), встановивши компоненти сучасної АЗС, а також виділили зону під ресторан, виконавши його в дизайні під 50-ті роки 20 століття. Меню орієнтоване на глобальні хіти, від тайських супів до колумбійських м'ясних страв, американських бургерів та мексиканських чилі і навіть справжнього ризотто.

Дуже велике питання, за чим, насамперед, приїжджають туди гості – поїсти і провести вечір (а заразом заправитися) чи заправитися, і – який сюрприз – повноцінно поведеряти у чудовій атмосфері? При такому форматі виділити домінанту продажів вже не так просто, і в цьому суть подібних проектів – з АЗС стати культовим місцем за своєю природою, де заправка авто є важливим, але не базовим елементом бізнес-моделі.

Список використаних джерел

1. Чи може бути ресторанний бізнес драйвером росту для АЗК? : веб-сайт. URL: <https://www.okko.ua/chi-mozhe-restoranniy-biznes-buti-drayverom-rostu-dlya-azk-intervyu-z-kerivnikom-departamentu-restoran>
2. Паливо для машин та їх людей : веб-сайт. URL: <https://nv.ua/ukr/project/toplivo-dlya-mashin-i-ih-lyude-40005827.html>
3. Кухня на автозаправочній станції : веб-сайт. URL: <https://profitex.ua/business-for-sale/business-for-sales-kitchen/kuxnya-na-zapravochnoj-stancii-azs/>

РЕСТОРАННЕ ГОСПОДАРСТВО ЯК СКЛАДОВА ЧАСТИНА ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ

О. А. Степанова, доктор культурології, професор,
А. О. Ковтонюк, студент

Київський національний університет технологій та дизайну

Ключові слова: ресторанне господарство, готельний бізнес.

Ресторанне господарство в сучасних умовах являє собою сферу, що легко піддається впливу зовнішніх факторів. До негативних факторів зовнішнього впливу сьогодні можна додати війну в Україні, світову пандемію Covid-19, це надало усій сфері ресторанного господарства нищівного удару протягом останніх років. Зазначене загостило актуальність дослідження обраної тематики та розроблення можливих рекомендацій щодо відновлення роботи підприємств готельно-ресторанного бізнесу як важливого чинника соціально-економічного розвитку країни.

В Україні та світі проблемам ресторанного господарства присвячено багато наукових напрацювань, де в основі управління в галузі гостинності дослідники підкреслюють високу ефективність професійних знань персоналу та сервісну складову. Роль ресторанного господарства, основні проблеми, умови та чинники розвитку як розглядаються багатьма вітчизняними так і зарубіжними вченими, та в міру плинності часу, потребують подальшого вивчення.

Як зазначає Максимюк С.О., готельно-ресторанне господарство є одним із видів економічної діяльності, що окрім великих готельних ланцюгів, належить до малого та середнього підприємництва, котрий безпосередньо або опосередковано створює нові робочі місця й стає важливим засобом поповнення бюджету різних рівнів [4].

Дж. Шоул акцентує увагу на тому, що «сервіс, а точніше його рівень якості, – це стратегія, і стратегія настільки ж потужна, як маркетинг, і настільки ж ефективна, як високоякісний продукт. Здатність компанії заробляти гроші залежить від враження, яке всі її співробітники справляють на клієнтів. Це враження створюється якістю та ефективністю товару або послуги, які продає компанія, точністю, надійністю і швидкістю обслуговування, а також ставленням до клієнта» [7].

Згідно з ДСТУ 4281:2004 ресторанне господарство – це вид економічної діяльності суб'єктів господарської діяльності щодо надавання послуг стосовно задоволення потреб споживачів у харчуванні з організуванням дозвілля або без нього. Ресторан – це заклад ресторанного господарства з різноманітним асортиментом продукції власного виробництва і закупних товарів, високим рівнем обслуговування і комфорту у поєднанні з організуванням відпочинку і дозвілля споживачів [1].

Гакова М.В. вважає, що ресторанне господарство – це мистецтво досягнення цілей діяльності з позиції процесу впливу на персонал задля високих стандартів обслуговування, передбачення запитів гостя (клієнта) шляхом клієнтоорієнтованого сервісу, який повинен перевершити очікування гостя (клієнта), результатом якого є повторні відвідування закладу, а економічним результатом має бути прибуток підприємства [3].

Готельно-ресторанне господарство, згідно з чинною класифікацією видів економічної діяльності (КВЕД) України, ідентифікується як «тимчасове розміщування й організація харчування». Для розуміння сутності та специфіки треба проаналізувати підходи у науковому світі до цієї діяльності. Вченими нині у світовій науковій літературі представлено два основні підходи до визначення належності готельно-ресторанного господарства, яке виражено в співвідношенні індустрії туризму та індустрії гостинності. [4].

Існує багато дискусійних аспектів щодо співвідношення індустрії гостинності та індустрії туризму, тому у сучасній літературі існують різні наукові думки про термінологічний підхід до визначення належності готельно-ресторанних послуг. Треба зазначити, що невизначеність термінів гальмує вирішення як теоретичних, так і практичних завдань з управління підприємствами готельно-ресторанного господарства, а існування розбіжностей в дефініціях основних понять спричиняє недосконалість цих звітностей підприємницької діяльності, що знижує якість оцінок і прогнозів стану готельно-ресторанного господарства. Вчені по-різному обґрунтовують чинники цієї категорії.

Підсумовуючи викладене, слід зазначити, що діяльність ресторанного господарства як складової частини готельного бізнесу є системою взаємопов'язаних компонентів, що взаємодіють між собою в процесі господарської діяльності. Суб'єкти і об'єкти цієї системи діють в рамках правового поля з урахуванням умов зовнішнього середовища. На макрорівні суб'єктом регулювання у сфері гостинності є держава, що визначає механізм реалізації сервісної політики через заходи державного управління та регуляторну політику. На мікрорівні суб'єктами регулювання ринкових відносин є підприємства готельно-ресторанного господарства, а об'єктами – структура управління, якість продукту та послуг, якість обслуговування.

Список використаних джерел

1. ДСТУ 4281:2004. Заклади ресторанного господарства. Класифікація [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://dbn.at.ua/load/normativy/dstu/5-1-0-939>
2. Валінкевич, Н., & Чигир, А. (2024). Теоретичні аспекти інформаційно-комунікаційного забезпечення бізнес-процесів суб'єктів малого підприємництва. Економіка та суспільство, (59). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-59-114>
3. Гакова М.В. Управління підприємствами готельно-ресторанного господарства: сутність та специфіка. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Випуск 13, частина 1. 2017. С. 55-60.
4. Максимюк С.О. Організаційний механізм економічної безпеки на прикладі підприємств індустрії гостинності. Актуальні проблеми економіки і

торгівлі в сучасних умовах євроінтеграції : матеріали наукової конференції. Львів : ЛТЕУ, 2017. С. 428–430.

5. Миронова М.І., Миронов Ю.Б. Показники ефективності діяльності підприємств індустрії гостинності. Сучасні технології менеджменту, інформаційне, фінансове та облікове забезпечення розвитку економіки в умовах євроінтеграції : матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції. Черкаси : Східноєвропейський університет економіки і менеджменту, 2020. С. 517–520.

6. Федорченко Н.В., Камінська Н.С. Надання туристичних та готельних послуг в Україні. Перспективи розвитку туризму в Україні : збірник статей до ювілею В. К. Федорченка / Відп. Ред. Федорченко Н. В.; Мініч І. М. Тернопіль : Підручники і посібники, 2019. С. 67-77.

7. Шоул Дж. Первокласный сервис как конкурентное преимущество / Дж. Шоул [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://lib.rin.ru/book/pervoklassnyj-servis-kak-konkurentnoe-preimuschestvo_dzhon-shoul/text

УДК 338.48

ІННОВАЦІЇ ТА НОВІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ У ПОСТВОЄННИЙ ПЕРІОД

О. А. Степанова, доктор культурології, професор,
В. В. Слободянюк, студент

Київський національний університет технологій та дизайну

Ключові слова: інновації в туризмі, штучний інтелект, блокчейн-технологія, Інтернет речей.

В умовах сьогоденні впровадження інновацій та інноваційних технологій в туризмі відіграє визначальну роль у забезпеченні зручності, безпеки та задоволення потреб туристів. Швидкі технологічні зміни перетворюють способи, якими люди планують, бронюють та відвідують місця по всьому світу.

Інновації у сфері туризму створюють нові можливості для вдосконалення досвіду подорожей, включаючи персоналізовані програми маршрутів, використання розширеної та віртуальної реальності, а застосування блокчейн-технологій забезпечує безпеку та достовірність угод і транзакцій. Таким чином, інновації в туризмі не лише покращують якість та зручність подорожей, але й сприяють створенню більш стійкого, якісно нового туристичного середовища для всіх [1, с. 242].