

УДК 338.488.2:640.4

DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V36\(2022\)-01](https://doi.org/10.31521/modecon.V36(2022)-01)

Банєва І. О., доктор економічних наук, професор, професор кафедри готельно-ресторанної справи та організації бізнесу, Миколаївський національний аграрний університет, м. Миколаїв, Україна

ORCID: 0000-0001-9524-2974

e-mail: irina-baneva@ukr.net

Величко О. В., кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту, Державний торговельно-економічний університет, м. Київ, Україна

ORCID: 0000-0001-6555-3691

e-mail: kalyzna1976@gmail.com

Сучасні підходи до організації готельно-ресторанного бізнесу

Анотація. У статті розкриті сучасні підходи до організації готельно-ресторанного бізнесу. Визначено, що на готельно-ресторанний бізнес в Україні та світі впливають базата факторів, серед яких, політична стабільність, корупція, якість та доступність навчання фахівців готельно-ресторанної справи, рівень професіоналізму персоналу. З'ясовано, що ключовим завданням у діяльності готельно-ресторанного бізнесу є правильна організація послуг постачання. Встановлено, що одним із найважливіших питань ефективного функціонування суб'єктів готельно-ресторанного бізнесу є наявність відповідної матеріально-технічної та фінансової бази. Виявлено, що на розвиток готельно-ресторанного бізнесу значною мірою впливають безпосередньо імідж закладу, який створює позитивне сприйняття готелю чи ресторану в баченні клієнтів. Визначено, що одним із сучасних підходів до організації готельно-ресторанного бізнесу є підвищення конкурентоспроможності діяльності на ринку послуг через соціальні мережі та власну сторінку. Встановлено, що підхід до організації готельно-ресторанного бізнесу, який базується на застосуванні інформаційних (цифрових технологій) дозволяє управляти всіма процесами, які відбуваються в діяльності. Виділено такі інноваційні технології, які виконують особливу роль в організації готельно-ресторанного бізнесу в умовах сьогодення, як: інноваційне управління енергією, прогнозне та інноваційне обслуговування, розумне зарезервоване місце для паркування, ключ від номера, інфрачервоний сканер, система безконтактних платежів, веб-чат-боти, голосове керування, Tech Lounges і цифрові конференц-зали, автоматизовані системи управління власністю, віртуальна та доповнена реальність. Визначено, що подальший розвиток організації готельно-ресторанного бізнесу включає не тільки аналіз, але й планування та прогнозування діяльності на майбутнє за відповідними етапами, починаючи з аналізу внутрішнього та зовнішнього середовища та визначення загальної стратегії діяльності.

Ключові слова: готельно-ресторанний бізнес; організація; розвиток; інноваційні технології.

Banyeva Iryna, Doctor of Economics, Professor, professor of the department of hotel and restaurant business and business organization, Mykolayiv National Agrarian University, Mykolayiv, Ukraine

Velychko Olena, PhD (Economics), Associate Professor of the Department of Management, State University of Trade and Economics, Kyiv, Ukraine

Modern Approaches to the Organization of the Hotel and Restaurant Business

Abstract. Introduction. The hotel and restaurant business is one of the main components of the service sector. Given the importance of the hotel and restaurant business as an important component of the country's economic development, the topicality of the topic of the article determines the search for approaches to the organization of this type of business.

Purpose. The purpose of the article is to reveal modern approaches to the organization of the hotel and restaurant business.

Results. It was determined that many factors affect the hotel and restaurant business in Ukraine and the world, including political stability, corruption, the quality and availability of training for hotel and restaurant specialists, and the level of professionalism of the staff. It was found that the key task in the hotel and restaurant business is the correct organization of supply services. It has been established that one of the most important issues for the effective functioning of hotel and restaurant business entities is the availability of the appropriate material, technical and financial base. It was found that the development of the hotel and restaurant business is directly influenced by the image of the establishment, which creates a positive perception of the hotel or restaurant in the eyes of customers. It was determined that one of the modern approaches to the organization of the hotel and restaurant business is to increase the competitiveness of activities in the service market through social networks and one's own page. It has been established that the approach to the organization of the hotel and restaurant business, which is based on the application of information (digital) technologies, allows you to manage all the processes that take place in the activity. Innovative technologies that play a special role in the organization of the hotel and restaurant business in today's conditions are highlighted, such as: innovative energy management, predictive and innovative service, smart reserved parking space, room key, infrared

¹Стаття надійшла до редакції: 20.12.2022

Received: 20 December 2022

scanner, contactless payment system, web chat -bots, voice control, Tech Lounges and digital conference rooms, automated property management systems, virtual and augmented reality.

Conclusions. It was determined that the further development of the organization of the hotel and restaurant business includes not only analysis, but also planning and forecasting of activities for the future at the appropriate stages, starting with the analysis of the internal and external environment and the determination of the general strategy of the activity.

Keywords: hotel and restaurant business; organization; development; innovative technologies.

JEL Classification: L83.

Постановка проблеми. Готельно-ресторанний бізнес є однією з основних складових сфери послуг. Попри зростання частки сфери послуг в економіці України, розвитку та сталому зростанню готельно-ресторанної індустрії заважає низка викликів. У XXI столітті готельно-ресторанний бізнес перетворюється на прибуткову та популярну галузь і поступово впроваджується як один з основних напрямів соціально-економічного розвитку України. Світовий досвід свідчить про актуальність розвитку готельно-ресторанного бізнесу на основі створення систем обслуговування, необхідних для якісного обслуговування клієнтів. З огляду на важливість готельно-ресторанного бізнесу як важливої складової економічного розвитку країни, актуальність тематики статті зумовлює пошук підходів до організації такого виду бізнесу.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблематичні аспекти ведення готельно-ресторанного бізнесу ґрунтуються на основі досліджень багатьох науковців, зокрема дослідження у цьому напрямі здійснюють Т. Ковальчук, Л. Лук'янець, Л. Лисюк, О. Мелень, Ю. Нікольчук, М. Пасічник, Н. Побережна, В. Постова, І. Стойко, Л. Стригуль, О. Терещук, В. Фостолович та інші.

Формулювання цілей дослідження. Метою статті є розкриття сучасних підходів до організації готельно-ресторанного бізнесу.

Основні результати дослідження. На готельно-ресторанний бізнес в Україні та світі впливають багато факторів, серед яких політична стабільність, корупція, якість та доступність навчання фахівців готельно-ресторанної справи, рівень професіоналізму персоналу. Ефективність, прогресивність та інноваційність готельно-ресторанного бізнесу залежить також від валютного курсу, рівня інфляції, інвестицій, податків, зборів, рівня оплати праці та купівельної спроможності населення.

Аналізуючи діяльність готельно-ресторанного бізнесу України, можна виділити такі ключові проблеми [1]: недосконалий розвиток інфраструктури, транспортних мереж, перепродаж та використання об'єктів із застарілим технологічним обладнанням, споживання шкідливої для навколишнього середовища сировини, порушення вимог щодо дотримання

технології процесів виробництва харчових продуктів, неефективна підготовка спеціалістів у цій галузі, висока вартість послуг.

Організація готельно-ресторанного бізнесу являє собою процес організації праці та надання послуг. Суб'єкти готельно-ресторанного бізнесу можуть мати різні організаційно-правові форми. Вибір конкретної організаційно-правової форми залежить від цілей, способу формування стартового капіталу, способу виробничо-господарської діяльності, форми і способу організації діяльності, корпоративного управління, нормативно-правової та технологічної бази, форми власності тощо.

Ключовим завданням у діяльності готельно-ресторанного бізнесу є правильна організація послуг постачання. Відсоток матеріальних витрат у цій сфері повинен коливатися в межах 30-50% від загальної вартості. Також має бути сформована чітка система закупівель, шляхом чого можна зменшити бюджет та загальні витрати організації готельно-ресторанного бізнесу.

Однак, щоб протистояти жорсткій конкуренції, необхідно не тільки знати структуру та характеристики ведення готельно-ресторанного бізнесу, а й вивчати нові тенденції, інтереси та потреби клієнтів, які змінюються з часом. Але навіть цього іноді недостатньо. Практика показує, що готельно-ресторанний бізнес вдало пристосувався до умов пандемічної ситуації. У багатьох закладах пропонувалась послуга доставлення їжі, яку можна замовляти онлайн.

На сьогодні одним із найважливіших питань ефективного функціонування суб'єктів готельно-ресторанного бізнесу є наявність відповідної матеріально-технічної та фінансової бази. Матеріально-технічна основа повинна включати сукупність усіх засобів і предметів праці, що використовуються для створення та надання готельно-ресторанних послуг. Основним фактором якості післяпродажного обслуговування є матеріально-технологічна база. На даний час джерелом фінансування готельно-ресторанного бізнесу є переважно власні кошти. Якщо немає власних коштів, готельно-ресторанний бізнес може вдатися до державного фінансування або позик, однак сьогодні це дуже складно [2].

Розвиток готельно-ресторанної індустрії в Україні є досить перспективним завдяки сприятливим умовам і багатим ресурсам дозволя, але все ще існує багато проблем у законодавчій базі та нестабільній економічній та політичній ситуації в країні. Тому

ключовими питаннями до ефективної організації готельно-ресторанного бізнесу залишаються стабілізація надзвичайного стану, налагодження економічної та політичної ситуації, оновлення та вдосконалення законодавчої бази регулювання готельно-ресторанної діяльності.

Також варто зауважити, що на розвиток готельно-ресторанного бізнесу значною мірою впливають безпосередньо імідж закладу, який створює позитивне сприйняття готелю чи ресторану у баченні клієнтів. Імідж готелю або ресторану зазвичай складається з місця розташування закладу, ціни на номери, ціни в меню, послуг і зручностей, що надаються, зовнішнього сприйняття і внутрішньої атмосфери, а також рівня кваліфікації персоналу, що обслуговує [3].

Головною особливістю формування іміджу суб'єктів готельно-ресторанного бізнесу є залежність сприйняття від туристичних дестинацій, у яких вони розташовані. Цей підхід полягає в присвоєнні іміджу кожному готелю або закладу ресторану іміджу всього курорту. Споживачів цікавить не тільки туристична привабливість місцевості, але і абсолютно не пов'язані між собою аспекти, такі як, наприклад, психічні особливості населення, рівень економічного розвитку або політична ситуація. Ці аспекти можуть певним чином впливати на внутрішні характеристики клієнтів щодо вибору готелю або ресторану.

Важливою частиною формування іміджу суб'єктів готельно-ресторанної індустрії є її присутність і представленість в соціальних мережах. Кожен з об'єктів готельно-ресторанної індустрії, а також сфери обслуговування та розваг намагається на своїй сторінці в соціальних мережах представити максимум можливостей і надати якомога більше інформації про себе. Вважається, що перед тим, як відвідати певну компанію, сучасний клієнт спочатку дізнається про спектр послуг, їх якість та можливості обслуговування на сайті компанії. Особлива увага також звертається на відгуки колишніх клієнтів. Чим більше можливостей і доступу до послуг в режимі онлайн-спілкування, тим більшу кількість потенційних клієнтів може залучити компанія. Через соціальні мережі розглядається рішення споживачів відвідати заклад. Тому одним із сучасних підходів до організації готельно-ресторанного бізнесу є підвищення конкурентоспроможності діяльності на ринку послуг через соціальні мережі та власну сторінку.

Наприклад, можна поширювати інформацію, ведучи сторінку в Facebook або Instagram. Однак, це не дає виключення отримання негативного відгуку. Проте щось для того, щоб бізнес не мав негативних відгуків все-таки зробити можна. Наприклад, постійно оновлювати інформацію на сторінці, пропонувати нові послуги. Це, своєю чергою, дасть можливість підвищити лояльність клієнтів навіть за наявних негативних відгуків. Тому, щоб за будь-яких обставин утримати клієнтів, слід бути активними користувачами в популярних соціальних мережах і максимально

популяризувати свої послуги, щоб виділити себе з поміж конкурентів [4].

Як показує досвід, на сьогодні суттєво зростає інтерес споживачів до екскурсійних послуг, які надають суб'єкти готельного бізнесу. З огляду на те, суб'єкти готельного бізнесу повинні постійно розширювати перелік додаткових послуг для підвищення конкурентоспроможності та задоволеності клієнтів, а організація екскурсійних програм може бути одним із факторів підвищення інтересу споживачів до закладів гостинності. Проте ці послуги мають відповідати сучасним вимогам та мати значні відмінності від послуг конкурентів [5].

З інтеграцією цифрових технологій у бізнес-системи змінився підхід до організації та ведення бізнесу у всіх сферах діяльності, зокрема і до сфери готельно-ресторанного бізнесу. Швидкість адаптації корпоративних структур до умов цифрової трансформації визначає рівень конкурентоспроможності таких бізнес-одиниць. Завдяки інтеграції сучасної автоматизованої системи управління усі сервісні операції, наявні в корпоративній структурі суб'єктів готельно-ресторанного бізнесу, об'єднуються в єдиний виробничий процес з метою надання кожному клієнту комплексних послуг з урахуванням побажань. Такий підхід до організації бізнесу дозволяє управляти всіма процесами, які відбуваються у діяльності [4].

У сучасних умовах розвитку ринку послуг все більшого значення набуває інноваційна діяльність суб'єктів готельно-ресторанного бізнесу. Це пояснюється тим, що сучасний бізнес прагне опанувати нові виробничі технології та тенденції управління з метою модернізації та вдосконалення діяльності в цілому. Переважна більшість сучасних суб'єктів готельно-ресторанного бізнесу значною мірою покладаються на обчислювальні, телекомунікаційні та інші системи. За цих обставин необхідні життєздатні, комплексні та сучасні інноваційні стратегії, щоб максимізувати переваги таких інновацій, з одного боку, і уникнути руйнування чи ослаблення цих систем через їхні серйозні недоліки, з іншого.

У готельно-ресторанній індустрії на сьогодні стрімко розвиваються інновації з метою охоплення всіх технічних аспектів надання послуг і залучення клієнтів із акцентом зробити їх постійними споживачами послуг. Ці завдання неможливо розв'язати без інноваційних рішень.

Щоб залишатися конкурентоспроможними, суб'єкти готельно-ресторанного бізнесу працюють над оптимізацією роботи, скороченням витрат на електроенергію та наданням клієнтам послуг на найвищому рівні. Для виконання цих завдань потрібно використовувати нові технології.

Інноваційні технології, які найближчим часом змінять готельно-ресторанну індустрію, дуже доречні. Серед них доцільно виділити такі технології, які виконують особливу роль в організації готельно-

ресторанного бізнесу в умовах сьогодення, як [5; 6; 7; 8; 9]:

1. Інноваційне управління енергією. Інноваційні термостати та датчики присутності можуть відстежувати коливання присутності та реагувати на них. Подібним чином інтелектуальна система управління енергією використовує складні алгоритми машинного навчання для постійного аналізу термодинаміки, місцевих погодних умов і пікових навантажень для оптимізації споживання енергії в режимі реального часу протягом року.

2. Прогнозне та інноваційне обслуговування. Подібно до того, як інноваційні енергетичні системи дозволяють власникам готелів і ресторанів контролювати та оптимізувати використання енергії, інноваційні засоби технічного обслуговування використовують дані датчиків для виявлення пошкоджень на ранній стадії та попередження персоналу, що обслуговує до того, як проблеми стануть значно більшими.

3. Розумне зарезервоване місце для паркування. Готелі та ресторани можуть використовувати інтелектуальні датчики та інноваційні програмні додатки, які можуть резервувати паркувальні місця для гостей до їх відвідування та приймати їх після прибуття. Це дозволяє готелям і ресторанам заощаджувати витрати на оплату праці, пов'язані з ручним керуванням паркуванням, і гарантувати, що гості почуватимуться комфортно з моменту реєстрації в готелі або входу в ресторан.

4. Ключ від номера. Сьогодні все більше готелів дозволяють отримати доступ до номерів через додаток для смартфона. Це зменшує вартість друку пластикових карток-ключів і усуває проблеми із заміною карток-ключів, які можна розмагнітити або втратити.

5. Інфрачервоний сканер. Інфрачервоні сканери зводять до мінімуму збої, пов'язані з прибиранням (поширена скарга клієнтів). Завдяки інфрачервоному сканеру прибиральники знають, коли є гості, і можуть повернутися пізніше, щоб прибрати, коли номер звільниться. Сканер також допомагає готелю економити енергію, автоматично вимикаючи світло та кондиціонер, коли в кімнаті немає людей.

6. Система безконтактних платежів. Через побоювання щодо COVID-19 багато людей бронюють номери в готелях навіть після масової вакцинації. Згідно зі статистичними даними опитувань споживачів, безконтактні платежі очолюють список дій, які індустрія гостинності може зробити, щоб люди почувалися комфортніше в готелях.

7. Веб-чат-боти. Веб-чат-боти стали обов'язковими для кожного суб'єкта готельно-ресторанного бізнесу. Чат-боти дозволяють цілодобово відповідати на загальні запитання клієнтів і пересилати складні питання консультанту. Гості отримують відповіді швидше, а персонал може отримати довідкову інформацію в першому чаті.

8. Голосове керування. Завдяки нещодавньому розвитку технології розпізнавання голосу все більше людей використовують голосовий пошук і онлайн-помічників, таких як Alexa від Amazon, Siri від Apple, Bixby від Android і Google Assistant. Кімнати з голосовим керуванням дозволяють клієнтам уникати контакту з об'єктами, наприклад з вимикачами світла. Голосове керування також корисне для сліпих, хворих на артрит та інших клієнтів з обмеженими можливостями. Мандрівники, які прибувають після далекого перельоту, також можуть попросити голосового помічника в номері налити вина, прийняти ванну або включити потокове відео.

9. Tech Lounges і цифрові конференц-зали Оскільки все більше компаній пропонують варіанти домашнього офісу, а багато працівників починають кар'єру фри лансерів і стають цифровими кочівниками, попит на технічні лаунжі та інші коворкінги значно зріс. Щоб конкурувати на сучасному ринку, готельні та ресторани комплекси повинні використовувати цифрові кімнати для проведення корпоративних заходів.

10. Автоматизовані системи управління власністю Оновлені системи управління власністю (PMS) повинні включати апаратне та програмне забезпечення, яке дозволяє готелям і ресторанам автоматизувати завдання управління. Удосконалена технологія PMS допомагає компаніям із кількома сайтами краще інтегруватися, дозволяючи гостям використовувати одну програму для взаємодії з декількома брендами готелів і ресторанів, що належать одній компанії.

11. Віртуальна та доповнена реальність. Віртуальна реальність надає потенційним гостям 360-градусне відео номерів та інших об'єктів готелю та ресторану. Доповнена реальність дозволяє гостям створювати власні середовища, наприклад перетворювати стіни на ліси, пляжні заходи сонця або відкритий космос. Застосування цих технологій може мати ключове значення для того, щоб переконати потенційних гостей забронювати місце у готелі й не надати перевагу конкурентам.

Разом з тим, на сьогодні широко поширена ІТ-оптимізація організації роботи готелю, яка містить в собі впровадження системи електронної взаємодії з клієнтами, що не виключає пряме спілкування працівників рецепції з клієнтами, оскільки багато туристів вважають за краще спілкуватися з реальними людьми, а не автоматизованою системою [10].

ІТ-оптимізація організацій готельного бізнесу або іншими словами CRM – Customer Interaction Management System – це бізнес-інформаційна система, розроблена для автоматизації стратегії CRM компанії, зокрема шляхом збору інформації про клієнтів і зберігання, створення та вдосконалення записів про відносини з клієнтами для підвищення рівня надання послуг, оптимізації маркетингу та покращення обслуговування клієнтів. CRM-системи дозволяють аналізувати стратегії поведінки та показують

ефективність бізнес-підрозділів готельного господарства. Основним завданням сфери гостинності є створення конкурентної переваги та підвищення конкурентоспроможності, створення стабільної клієнтської бази через уміння знаходити власних клієнтів, шукати та створювати нові шляхи розвитку та постійно оновлювати власну політику з урахуванням динамічного розвитку ринку готельних послуг.

Варто зауважити, що на сучасному етапі становлення міжнародних готельних операторів на українському ринку готельних послуг спостерігається стабільна динаміка експансії міжнародних готельних брендів. Готельні оператори, які вийшли на внутрішній ринок або лише вважають його потенційно

привабливим, бачать Україну як перспективну країну для розвитку бренду та географічного розширення.

Висновки. Подальший розвиток організації готельно-ресторанного бізнесу включає не тільки аналіз, але й планування та прогнозування діяльності на майбутнє за відповідними етапами, починаючи з аналізу внутрішнього та зовнішнього середовища та визначення загальної стратегії діяльності. Також доцільно у контексті організації звертати увагу на сучасні вимоги, власні можливості, бізнес-стратегії та концепції розвитку. При цьому варто починати з оновлення послуг відповідно до вимог ринку, потім покращувати техніко-економічний рівень, якість і конкурентоспроможність послуг суб'єктів готельно-ресторанного бізнесу.

Література:

1. Ковальчук Т. Г. Перспективи розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні в умовах глобалізації світового господарства. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2019. Вип. 23(1). С. 126–130.
2. Мелень О. В., Стригуль Л. С., Побережна Н. М. Організація готельно-ресторанного бізнесу та його роль в сучасній економіці країни. 2018. URL : http://repository.kpi.kharkov.ua/bitstream/KhPI-Press/39685/1/Melen_Orhan_hot_rest_biznesu_2018.pdf (дата звернення : 24.11.2022 р.).
3. Постова В. В., Лук'янець А. В. Особливості формування та підтримка іміджу підприємств готельно-ресторанного бізнесу. *Підприємництво та інновації*. 2020. №14. С. 63-67. URL : <https://doi.org/10.37320/2415-3583/14.12> (дата звернення : 24.11.2022 р.).
4. Фостолович В. Digital-технології як сучасні інструменти системи управління у підприємствах індустрії гостинності. *Економіка. Управління. Інновації*. 2022. №1 (30). URL : [https://doi.org/10.35433/ISSN2410-3748-2022-1\(30\)-14](https://doi.org/10.35433/ISSN2410-3748-2022-1(30)-14) (дата звернення : 24.11.2022 р.).
5. Лисюк Т., Терещук О., Пасичник М. Інноваційні технології у готельно-ресторанному господарстві. *Економіка та суспільство*. 2022. №40. URL : <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-40-11> (дата звернення : 24.11.2022 р.).
6. Tai Y. F., Wang Y. C., Luo C. C. Technology-or human-related service innovation? Enhancing customer satisfaction, delight, and loyalty in the hospitality industry. *Service Business*. 2021. №15(4). Pp. 667-694. URL : <https://doi.org/10.1007/s11628-021-00461-w> (дата звернення : 25.11.2022 р.).
7. Sharma A., Shin H., Santa-Maria M. J., Nicolau J. L. Hotels' COVID-19 innovation and performance. *Annals of Tourism Research*. 2021. №88, 103180. URL : <https://doi.org/10.1016/j.annals.2021.103180> (дата звернення : 25.11.2022 р.).
8. Blöcher K., Alt R. AI and robotics in the European restaurant sector : Assessing potentials for process innovation in a high-contact service industry. *Electronic Markets*. 2021. №31(3). Pp. 529-551. URL : <https://doi.org/10.1007/s12525-020-00443-2> (дата звернення : 24.11.2022 р.).
9. Stroumpoulis A., Kopanaki E., Oikonomou M. The Impact of Blockchain Technology on Food Waste Management in the Hospitality Industry. *ENTRENOVA - ENTERPRISE RESEARCH INNOVATION*. 2022. №7(1). Pp. 419–428. URL : <https://doi.org/10.54820/CQRJ6465> (дата звернення : 25.11.2022 р.).
10. Стойко І. І. Формування конкурентоспроможності готельного бізнесу. Інновації: аспекти управління, виробництва, сфери обслуговування : матеріали VIII Всеукраїнської науково-практичної конференції пам'яті почесного професора ТНТУ, академіка НАН України Чумаченка Миколи Григоровича, 2019. С. 72-73.

References:

1. Kovalchuk, T. Gh. (2019). Prospects for the development of the hotel and restaurant business in Ukraine in the conditions of globalization of the world economy. *Naukovyj visnyk Uzhghorodskogho nacionaljnogho universytetu*. Serija: Mizhnarodni ekonomichni vidnosyny ta svitove ghospodarstvo. 23(1), 126-130 [in Ukrainian].
2. Melenj, O. V., Stryghulj, L S., & Poberezhna, N. M. (2018). Organization of the hotel and restaurant business and its role in the modern economy of the country. Retrieved from http://repository.kpi.kharkov.ua/bitstream/KhPI-Press/39685/1/Melen_Orhan_hot_rest_biznesu_2018.pdf [in Ukrainian].
3. Postova, V. V., & Luk'janecj, A. V. (2020). Peculiarities of image formation and maintenance of hotel and restaurant business enterprises. *Pidpryjemnyctvo ta innovaciji*, 14, 63-67. doi: <https://doi.org/10.37320/2415-3583/14.12> [in Ukrainian].
4. Fostolovych, V. (2022). Digital technologies as modern tools of the management system in enterprises of the hospitality industry. *Ekonomika. Upravlinnja. Innovaciji*, 1 (30). doi: [https://doi.org/10.35433/ISSN2410-3748-2022-1\(30\)-14](https://doi.org/10.35433/ISSN2410-3748-2022-1(30)-14) [in Ukrainian].
5. Lysjuk, T., Tereshhuk, O., & Pasichnyk, M. (2022). Innovative technologies in the hotel and restaurant industry. *Ekonomika ta suspiljstvo*, 40. doi: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-40-11> [in Ukrainian].
6. Tai, Y. F., Wang, Y. C., & Luo, C. C. (2021). Technology-or human-related service innovation? Enhancing customer satisfaction, delight, and loyalty in the hospitality industry. *Service Business*, 15(4), 667-694. doi: <https://doi.org/10.1007/s11628-021-00461-w> [in Ukrainian].

7. Sharma, A., Shin, H., Santa-María, M. J., & Nicolau, J. L. (2021). Hotels' COVID-19 innovation and performance. *Annals of Tourism Research*, 88, 103180. doi: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2021.103180>
 8. Blöcher, K., Alt, R. (2021). AI and robotics in the European restaurant sector: Assessing potentials for process innovation in a high-contact service industry. *Electronic Markets*, 31(3), 529-551. doi: <https://doi.org/10.1007/s12525-020-00443-2>
 9. Stroumpoulis, A., Kopanaki, E., & Oikonomou, M. (2022). The Impact of Blockchain Technology on Food Waste Management in the Hospitality Industry. *ENTRENOVA - ENTerprise REsearch InNOVAtion*, 7(1), 419–428. doi: <https://doi.org/10.54820/CQRJ6465>
 10. Stojko, I.I. (2019). Formation of competitiveness of hotel business. *Innovaciji: aspekty upravlinnja, vyrobnyctva, sfery obslughovuvannja: materialy VIII Vseukrajinsjkoji naukovo-praktyčnoji konferenciji pam'jati pochesnogho profesora TNTU, akademika NAN Ukrajinjy Chumachenka Mykoly Ghryghorovycha*, 72-73 [in Ukrainian].
-



Ця робота ліцензована Creative Commons Attribution 4.0 International License