Міністерство освіти і науки України
Львівський національний університет імені Івана Франка

ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИЙ БІЗНЕС ТА ХАРЧОВІ ТЕХНОЛОГІЇ: СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ, ВИКЛИКИ, ІННОВАЦІЇ

ЗБІРНИК МАТЕРІАЛІВ
І-ої Всеукраїнської студентської
науково-практичної інтернет-конференції

ЛЬВІВ 2024

УДК [338.448.2:005.591.6](06)

Готельно-ресторанний бізнес та харчові технології: сучасні тенденції, виклики, інновації: Збірник матеріалів І-ої Всеукраїнської студентської науково-практичної інтернет-конференції (м. Львів, 15 травня 2024 року). – Львів : ЛНУ ім. Івана Франка, 2024. – 239 с.

Редакційна колегія: проректор з наук. роботи, академік НАН України, д-р хім. наук, проф. Р. Є. Гладишевський (голова, ЛНУ ім. І. Франка); декан геогр. ф-ту, к. геогр. наук, доц. В. І. Біланюк (співголова, ЛНУ ім. І. Франка), завідувач кафедри готельно-ресторанної справи та харчових технологій, к. геогр. наук, доц. І. Г. Пандяк (відповідальний редактор, ЛНУ ім. І. Франка), д-р. тех. наук, проф. Г. О. Сімахіна (НУХТ), д-р. с-г. наук, проф. М. Я. Бомба (ЛНУ ім. І. Франка), д-р. тех. наук, проф. І. М. Ощипок (ЛНУ ім. І. Франка), к. тех. наук, доц. О. Б. Маслійчук (секретар, ЛНУ ім. І. Франка), д-р. ф., асист. І. М. Чайка (відп. секретар, ЛНУ ім. І. Франка), к. екон. наук, доц. Г. В. Кушнірук (ЛНУ ім. І. Франка), к. тех. наук, доц. С. В. Майкова (ЛНУ ім. І. Франка), к. хім. наук, доц. Л. О. Федина (ЛНУ ім. І. Франка).

Відповідальна за випуск – д-р. філософії, асистент Чайка І. М.

Друкується згідно рішення Вченої ради географічного факультету Львівського національного університету імені Івана Франка. Протокол № 5 від 22 травня 2024 року.

Всеукраїнська студентська науково-практична інтернет-конференція організована з метою популяризації наукових розробок, координації наукової співпраці між освітньо-науковими інституціями, розвитку наукової діяльності студентів, сприяння формуванню молодих науковців, обміну досвідом, покращення навчального процесу у закладах освіти.

Конференція об’єднала наукову спільноту, студентів провідних вищих навчальних закладів України з питань розвитку готельно-ресторанного бізнесу та харчових технологій в Україні та світі.

Для наукових працівників, викладачів, аспірантів, магістрів та бакалаврів вищих навчальних закладів спеціальностей "Готельно-ресторанна справа" та "Харчові технології".

Автори опублікованих матеріалів відповідають за зміст і мовно-стилістичне подання інформації. Текст подано з незначною технічною корекцією зі збереженням авторського стилю.

Адреса редакційної колегії:
79008 Львів, вул. Лесі Українки, 39
Львівський національний університет
імені Івана Франка, географічний факультет
© ЛНУ ім. І. Франка, 2024
© Автори статей, 2024

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

1.ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИЙ БІЗНЕС УКРАЇНИ ТА СВІТУ: ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ *9*

Мар'яна Дорожівська, Ольга Маслійчук
ВПРОВАДЖЕННЯ СУЧАСНИХ ІННОВАЦІЙНИХ ТРЕНДІВ В СФЕРІ HORECA *9*

Вікторія Смик, Юлія Дорош
ДІЯЛЬНІСТЬ ГОТЕЛЬНОГО БРЕНДУ «VITA PARK» НА РИНКУ ГОСТИННОСТІ УКРАЇНИ *12*

Олег Шоп'як, Ольга Вівчарук
СВІТОВИЙ ДОСВІД ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА *16*

Юлія Юрчик, Ірина Чайка
СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА ФРАНЦУЗЬКОГО СЕРЕДЗЕМНОМОР'Я *20*

Ірина Войцехівська, Галина Кушнірук
СТРАТЕГІЧНИЙ БРЕНДИНГ МІЖНАРОДНОЇ ГОТЕЛЬНОЇ МЕРЕЖІ ACCOR GROUP *23*

Назарій Качараба, Наталія Дністрянська
ЧИ ВІДПОВІДАЄ РІВЕНЬ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ СТРИЙСЬКОЇ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ГРОМАДИ ПОТРЕБАМ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ? *28*

Iryna Mylyanovska, Dariia Kichura
GASTRONOMIC TRENDS OF UKRAINE *30*

2. МЕНЕДЖМЕНТ ТА МАРКЕТИНГ В ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ *36*

Софія Яцунова, Галина Яцунова
ЗАСТОСУВАННЯ ЗАДАЧ МАТЕМАТИЧНОГО ПРОГРАМУВАННЯ У ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ *36*

Юлія Золотарьова , Ольга Вівчарук
ЗАСТОСУВАННЯ НОВИХ МЕТОДІВ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ У ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА *40*

Діана Розум, Оксана Паук
КОМУНІКАЦІЯ – ОСНОВА ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ *43*

Анастасія Костюк, Світлана Майкова
МОДЕЛЮВАННЯ ВИРОБНИЧО-ТОРГІВЕЛЬНОЇ СТРУКТУРИ ЗАКЛАДУ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА *46*

Тарас Вербило , Ольга Вівчарук
НАУКОВІ ПІДХОДИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ У ПІДПРИЄМСТВАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА *50*

Ксенія Нечипуренко, Ігор Пандяк
РЕПУТАЦІЙНИЙ МАРКЕТИНГ МЕРЕЖІ ГОТЕЛІВ "RIBAS HOTEL GROUP" *53*

Катерина Волошина,Ольга Вівчарук
РОЗРОБКА БІЗНЕС-ІДЕЙ ПОКРАЩЕННЯ ПОСЛУГ У ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА *58*

СТРАТЕГІЧНИЙ БРЕНДИНГ МІЖНАРОДНОЇ ГОТЕЛЬНОЇ МЕРЕЖІ ACCOR GROUP

Ірина Войцехівська
здобувачка освітнього рівня «Магістр» спеціальності «Готельно-ресторанна справа»

Галина Кушнірук
кандидатка економічних наук, доцентка
Львівський національний університет імені Івана Франка

Актуальність теми дослідження. Стратегія розвитку готельних підприємств має пряме відношення до розвитку бренду, його популяризації на ринку, а також безпосередньо брендингу. Завдяки розробленій стратегії бренд просувається, а сама стратегія розвитку є документом, який регулює процес брендингу та допомагає обирати чітко визначені управлінські та маркетингові рішення.

Метою дослідження є вивчення тенденцій стратегічного брендингу міжнародної готельної мережі Accor Group, аналіз портфоліо готельних брендів компанії та позиціонування брендів ibis та ibis Styles в Україні.

Виклад основного матеріалу. Вивчаючи сутність бренду, варто відзначити, що більшість науковців розглядають його двобічно: з одного боку, як ім'я або символ, що ідентифікують продукт, який має беззаперечні конкурентні переваги, а з іншого – як комплекс об'єктивно-віртуальних параметрів, що поєднує реальні характеристики продукту та його суб'єктивний відбиток у свідомості споживачів разом з генерованими за допомогою інструментів маркетингу віртуальними перевагами та цінностями [1].

Брендинг – це ряд заздалегідь спланованих та пов'язаних між собою заходів щодо створення позитивного іміджу бренду, особливо на початкових етапах. Також брендинг може бути спрямований на підтримку і підвищення позицій на ринку вже існуючого бренду [2]. Основною метою брендингу є створення унікального, а головне – сильного образу того чи іншого бренду.

Однією з найбільш представлених в Україні готельних мереж є глобальна французька компанія Accor Group, яка володіє, керує та надає франшизи готелям, курортам та закладам для відпочинку. Компанія Accor була заснована у 1963 році Полем Дубрулем та Жераром Пеліссоном у Парижі._У 1974 році у Франції у місті Бордо був відкритий перший готель Ibis [3].

Сьогодні Accor Group представлена у 110 країнах, управляє понад 40 брендами, володіє 5600 готелями. Номерний фонд готельної мережі становить 822000 кімнат [3]. Щорічне зростання кількості номерів складає 3,1%. Зростання було стабільним протягом багатьох років, наприклад, у період з 2019 по 2020 рік Accor Group також зросла приблизно на 3% [4].

Загалом, у портфоліо Accor Group – 54 бренди, 44 із них належить до готельної індустрії, які поділяються на категорії: Luxury, Premium, Midscale, Economy (рис. 1).

Рис. 1. Бренди глобальної готельної мережі Accor Group [5]

В Україні компанія Accor Group представляє п’ять готельних брендів різних цінових категорій [6]:

- Economy – ibis (готелі Ibis Kyiv Railway Station, Ibis Kyiv City Center, Ibis Lviv Center; та ibis Styles (готель Ibis Styles Lviv Center));
- Midscale – Mercure (готель Mercure Kyiv Congress) та Adagio (готель Adagio Kyiv Beresteiska);
- Premium – MGallery (готель Hotel de Paris, Odesa);
- Luxury – Fairmont (готель Fairmont Grand Hotel Kyiv).

Для прикладу, бренд ibis Styles представляє 607 готелів у 50 країнах світу, з номерним фондом 64765 кімнат. Кожен ibis Styles має унікальну та натхненну тему, висвітлену в дизайні готелю. Ідеальне місце для фотографій спонукає гостей робити креативні фотографії, що підкреслюють тему готелю, і ділитися ними в соціальних мережах. Бренд ibis складається із 1266 готелів, а номерний фонд становить 158696 кімнат [3].

В Україні на кінець 2023 року представлено 4 готельних підприємства, які працюють під брендом ibis та є представниками компанії Accor Group: Ibis Styles Lviv Center, Ibis Lviv center, Ibis Kyiv City Center, Ibis Kyiv Railway station [7]. Зокрема, у Львові розташований Ibis Styles Lviv Center – готель, який націлений на створення особливої атмосфери для своїх гостей. Готель має номери: стандарт, люкс, а також номери для людей з обмеженими можливостями. Номерний фонд

становить 77 номерів. Серед найпопулярніших зручностей у готелях пропонуються такі послуги: безкоштовний Wi-Fi, трансфер, обслуговування номерів, ресторан, приватна автостоянка. У готелі Ibis Lviv Center є просторе лобі з вітальною зоною для прийому гостей та баром у форматі 24/7. Ресторан 74 Urbanfood, вітрина з напоями Grab&GO, затишна зона бібліотеки та куточок для роботи за комп'ютером, настільний футбол для спортивних фанів – усе створює відчуття комфорту та легку атмосферу.

Ibis Styles – найпреміальніший бренд у економ сегменті мережі Accor. Концепція бренду – це креативність та яскравість у дизайн, індивідуальність, різноманітність та оригінальність у стилі. Унікальна тематика кожного готелю під брендом ibis Styles втілюється у концепції інтер'єру, що також прослідковується у кожній кімнаті. Зазвичай концепт готелю характерний для локації міста. У готелі Ibis Styles Lviv Center втілений дизайн з елементами національного колориту унікальної архітектури Львова.

Бренд ibis – це кращий готельний продукт за доступною ціною. Ibis втілює перспективний сучасний дизайн – стильний та зручний, проте більше стандартизований у дизайн-концепції (у порівнянні з ibis Styles). Підхід до обслуговування – це відчуття дому далеко від дому.

Наприкінці 2022р. у Львові відкрився ще один готель Ibis Lviv Center (Ibis Red) від французької мережі Accor. Його унікальність полягає в поєднанні класичного набору сервісу з форматом соціального хабу, щоб гості почувалися затишно не лише у власних кімнатах, а й у будь-якій зоні готелю.

Готелі Ibis Styles Lviv Center та Ibis Lviv Center – це дуже зручні, стильні та затишні готелі. Основною перевагою їх є те, що вони знаходяться недалеко від центру. Рецепція працює цілодобово. Кожний гість для готелю є особливий. Рецепція завжди допомагає у вирішенні будь-яких питань: «Які відвідати заклади, визначні пам'ятки, музеї, як викликати таксі». Готелі Ibis керуються таким кредом «Якщо гість прийшов у поганому настрої, то потрібно зробити так, щоб гість виселяючись з готелю був з відмінним настроєм і мав бажання повертатись знову і знову».

Міжнародна компанія має свою програму лояльності, при бронюванні номеру з офіційного сайту, наприклад, знижка до 10% від першого бронювання у більш, ніж 3000 готелях. Залежно від кількості проведених ночей або зароблених балів, статус змінюється, щоб мати можливість отримати ще більше переваг. Готелі мережі Accor Group є pet friendly – можна проживати з тваринками за додаткову оплату.

Accor Group запускає рекламну кампанію, щоб підкреслити всі досягнення та переваги, які пропонує готель. Гаслом мережі Accor «Life without limitless» («Життя без обмежень»). Також мережа Accor акцентує свої основні переваги на високій якості обслуговування, стильному дизайні та бездоганному комфорті. Гарантія

задоволення від Accor Group стає обіцянкою, яка визначає готель як неймовірне місце для відпочинку та робочих подорожей.

Крім того, мережа Accor Group ставить перед собою завдання зменшення негативного впливу на навколишнє середовище, а також прагне створити сприятливі умови для гостей, які цінують екологічну відповідальність та сталий спосіб життя. Зокрема, готель Ibis Lviv Center керується принципом мінімізації впливу на навколишнє середовище та використання природних ресурсів, що втілюється у наступних ініціативах:

1. Зменшення використання електроенергії через встановлення в гостьових кімнатах карткоприймачів, встановлення датчиків світла у гостьових коридорах.
2. Встановлення регуляторів температури (вимкнення обігріву та охолодження, якщо кімната вільна від гостя).
3. Заохочення до відмови прибирання та заміни постільної білизни і рушників у кімнатах гостей під час проживання для економії використання води, засобів прибирання, людської праці через інформаційні хенгери, що розміщенні у кімнатах і можливості отримати винагородні бали учасника програми лояльності через відмову від прибирання.
4. Використання тільки сертифікованих засобів прибирання, чітко рекомендованих готельним оператором.
5. Здійснення сортування сміття, заохочення до цієї ініціативи гостей через встановлення смітників у лобі.

Готель Ibis Styles Lviv center вже має відзнаку «Green key», а Ibis Lviv Center на даний момент подав заявку на сертифікацію. Програма «Green key» спрямована на впровадження екологічного менеджменту як складової корпоративної соціальної відповідальності та екологічної освіти.

Висновки. Таким чином, дослідження та практичний досвід показують, що успішність готельного бізнесу базується на стратегії готельного бренду, спрямованого на формування відданості споживача. У сучасних умовах розвитку готельного бізнесу недостатньо просто створити якісний товар або послугу, а необхідно задіяти інструменти і методики для розвитку і підтримки готельного бренду.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Салімон, О.М., Миколайчук, І.П., Расулова, А.М. (2020). Стратегічний розвиток брендингу суб'єктів готельного бізнесу. *Інтелект XXI*, (2), 195-202. https://doi.org/10.32782/2415-8801/2020-2.37
2. Бренд і брендінг? URL: https://ideadigital.agency/blog/shho-take-brend-ta-brending/ (дата звернення: 08.04.2024) Accor Group. URL: https://group.accor.com/en/brands/ (дата звернення: 08.04.2024)
3. Accor Group. URL: https://group.accor.com/en/brands/ (дата звернення: 08.04.2024)

4. ТОП 10 найбільших готельних мереж у світі. URL: https://dip.org.ua/goteli/top-10-najbilshix-gotelnix-merezh-u-sviti/ (дата звернення: 09.04.2024)

5. Accor Live Limitless. URL: https://s-leclub.accorhotels.com/first-connexion-email.action?lang=en (дата звернення: 09.04.2024)

6. Кушнірук Г.В., Дорош Ю.С. *Сучасні тенденції та стратегії відновлення індустрії гостинності після COVID-19 та карантинних обмежень*: монографія [Електронний ресурс] / Г.О. Горіна, Г.А. Богатирьова, Ю.С. Дорош, Р.І. Дудченко, Г.В. Кушнірук та ін.; наук. ред. Г.О. Горіна. Кривий Ріг : Вид. ДонНУЕТ, 2023. 143 с. URL: http:/elibrary.donnuet.edu.ua/2746/

7. Кушнірук, Г. В., & Дорош, Ю. С. (2022). Позиціонування брендів міжнародних готельних мереж на ринку гостинності України. *Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі*, (7), 16-23. https://doi.org/10.32782/tourismhospcee-7-2