

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
МАРІУПОЛЬСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ УПРАВЛІННЯ
КАФЕДРА МАРКЕТИНГУ ТА ТУРИЗМУ**

До захисту допустити:
Завідувач кафедри д.е.н., професор
(науковий ступінь, вчене звання)



_____ Балабаниць А.В.

(ПП завідувача кафедри)

« 5 » січня 2023 р.

**«УПРАВЛІННЯ І РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОГО
ГОСПОДАРСТВА В КУРОРТНИХ (САНАТОРНО-КУРОРТНИХ)
ЗОНАХ УКРАЇНИ»**

Кваліфікаційна робота
здобувача вищої освіти другого
(магістерського) рівня вищої освіти
освітньо-професійної програми
«Туризм»

Черних В.А.

(прізвище, ім'я, по батькові здобувача вищої освіти)

Науковий керівник:

д.н.з держ.упр., проф. Токарева В.І.

(прізвище, ініціали, науковий ступінь, вчене звання.)

Рецензент:

Андрющенко О.В.

директор ТОВ «Туристична

компанія «Аккорд тур»

(прізвище, ініціали, науковий ступінь, вчене звання, місце роботи)

Кваліфікаційна робота захищена
з оцінкою 73 D

Секретар ЕК _____
«16» січня 2024 р.

Київ – 2024


**МАРІУПОЛЬСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ УПРАВЛІННЯ
КАФЕДРА МАРКЕТИНГУ ТА ТУРИЗМУ**

Освітній ступінь «Магістр»

Шифр та назва спеціальності 242 – Туризм та рекреація

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри д.е.н., професор
(науковий ступінь, вчене звання)

 Балабаниць А.В.
(ППП завідувача кафедри)

« 29 » 09 2023 р.

ПЛАН ВИКОНАННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ

Черних Валентини Андріївни

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи Управління і розвиток підприємств ресторанного господарства в курортних (санаторно-курортних) зонах України

керівник роботи Токарева В.І., д. н. з держ. управління, професор,
(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом Маріупольського державного університету від «20» вересня 2023 року № 129

2. Строк подання студентом роботи 12.12.2023 р.

3. Вихідні дані до роботи (мета, об'єкт, предмет)

Метою кваліфікаційної роботи є розробка стратегічних напрямів іновачійного розвитку ресторанного господарства в курортних зонах України.

Об'єктом дослідження є процеси управління підприємствами ресторанного господарства в курортних (санаторно-курортних) зонах України

Предметом дослідження є система управління підприємствами ресторанного господарства в курортних (санаторно-курортних) зонах України.

Зміст роботи (перелік питань, які потрібно розробити)

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФУНКЦІОНУВАННЯ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

1.1. Сутність і соціально-економічне значення ресторанного господарства.

1.2. Сучасні тенденції розвитку ресторанного господарства України.

1.3. Особливості організації харчування туристів і види послуг у ресторанному господарстві в курортних (санаторно-курортних) зонах України.

Висновки до розділу 1

РОЗДІЛ 2. КОМПЛЕКСНИЙ АНАЛІЗ ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВА РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА.

2.1. Організаційно-економічна характеристика туристичної компанії «Аккорд Тур».

2.2. Аналіз практики управління підприємствами ресторанного господарства ТОВ «Аккорд Тур».

2.3. Оцінка традиційних та інноваційних технологій управління підприємствами ресторанного господарства ТОВ «Аккорд Тур».

Висновки до розділу 2

РОЗДІЛ 3 НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА В КУРОРТНИХ ЗОНАХ УКРАЇНИ







3.1. Інноваційні напрямки розвитку вітчизняних підприємств ресторанного господарства.

3.2. Формування стратегії розвитку підприємства ресторанного господарства ТОВ «Аккорд Тур».

Висновки до розділу 3

ВИСНОВКИ

4. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
1	Токарева В.І., д. н. з держ. управління, професор		
2	Токарева В.І., д. н. з держ. управління, професор		
3	Токарева В.І., д. н. з держ. управління, професор		

5. Дата видачі завдання 27.09.2023

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Вибір теми кваліфікації роботи	до 20.09.2023	
2	Затвердження теми кваліфікаційної роботи та наукового керівника	20.09.2023	
3	Консультація з науковим керівником	постійно	
4	Робота з науковою літературою. Визначення плану кваліфікаційної роботи	до 27.09.2023	
5	Переддипломна практика	25.09.2023- 13.10.2023	
6	Робота над теоретичною частиною	01.10.2023-	

	кваліфікаційної роботи	01.11.2023	
7	Подання на перевірку теоретичної частини кваліфікаційної роботи науковому керівнику	до 10.11.2023	
8	Робота над аналітичною частиною кваліфікаційної роботи	10.11.2023-01.12.2023	
9	Подання на перевірку аналітичної частини кваліфікаційної роботи науковому керівнику	до 05.12.2023	
10	Робота над рекомендаційною частиною кваліфікаційної роботи	05.12.2023-08.12.2023	
11	Подання на перевірку рекомендаційної частини кваліфікаційної роботи науковому керівнику	до 10.12.2023	
12	Попередній захист кваліфікаційної роботи		
13	Подання кваліфікаційної роботи на кафедру	до 12.12.2023	
14	Захист кваліфікаційної роботи	16.01.2024 – 17.01.2024	

Здобувач


Черних В.А.

(підпис)

(прізвище та ініціали)

Науковий керівник роботи


Токарева В.І.

(підпис)

(прізвище та ініціали)

ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФУНКЦІОНУВАННЯ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА.....	8
1.1. Сутність і соціально-економічне значення ресторанного господарства	8
1.2. Сучасні тенденції розвитку ресторанного господарства України	16
1.3. Особливості організації харчування туристів і види послуг у ресторанному господарстві в курортних (санітарно-курортних) зонах України.....	26
Висновки до розділу 1	34
РОЗДІЛ 2. КОМПЛЕКСНИЙ АНАЛІЗ ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВА РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА.....	35
2.1. Організаційно-економічна характеристика туристичної компанії «Аккорд Тур».....	35
2.2. Аналіз практики управління підприємствами ресторанного господарства ТОВ «Аккорд Тур».....	51
2.3. Оцінка традиційних та інноваційних технологій управління підприємствами ресторанного господарства ТОВ «Аккорд Тур».....	61
Висновки до розділу 2	72
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА В КУРОРТНИХ ЗОНАХ УКРАЇНИ	74
3.1. Інноваційні напрямки розвитку вітчизняних підприємств ресторанного господарства	74
3.2. Формування стратегії розвитку підприємства ресторанного господарства ТОВ «Аккорд Тур».....	82
Висновки до розділу 3	89
ВИСНОВКИ.....	91
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	94

ВСТУП

Актуальність дослідження. Україна, як країна з багатою природною спадщиною та природними ресурсами, має значний потенціал для розвитку туризму та ресторанного господарства в курортних (санітарно-курортних) зонах. З кожним роком зростає інтерес до вітчизняних курортів як для відпочинку, так і для відзначення різноманітних подій та заходів. У зв'язку з цим, питання управління та розвитку підприємств ресторанного господарства в цих зонах стає надзвичайно актуальним.

Санаторії, готелі, ресторани та інші підприємства ресторанного господарства в курортних зонах мають свої особливості та вимоги, які відрізняють їх від схожих закладів у міському середовищі. Це стосується не тільки організації обслуговування, але і вибору меню, забезпечення якісного харчування, впровадження сучасних технологій у готельному та ресторанному бізнесі, а також управлінням персоналом.

Управління підприємствами ресторанного господарства в курортних зонах має враховувати специфіку цих територій, сезонність відвідування та зміну потреб клієнтів. Водночас, важливо забезпечити сталість та якість обслуговування, щоб залучити і утримати клієнтів.

Теоретичним підґрунтям для вивчення послугували праці таких авторів, Кучечук Л.В., Лебедєва Р.Ю., Литвиненко Т.Є., Лук'янов В.О., Мазаракі А.А., Мазаракі А.А., Мальська М., Мальська М., Михайличенко Г.І., Новікова О.В., П'ятницька Покогодна М.М., Ростовский В.С., Рутинський М., Смагін Д.А., Смагіна І.М., Сухаренко В.В., Табенська О.І., Устименко Л.М., Федцов В.Г. Архіпов В.В., Іванникова Т.В., Архіпова А.В., Балацька Н.Ю., Банько В.Г., Белоусова О.С., Афанас'єва О.С., Васильчик О.О., Ведмідь Н., Величко В.В., Влащенко Н.М., Галасюк К.А., Гінда М.І., Городня Т.А., Щербак А.Ф..

Мета дослідження - теоретично та практично обґрунтувати ефективні методи управління та розвитку підприємств ресторанного господарства в курортних (санітарно-курортних) зонах України.

Для досягнення поставленої мети потрібно вирішити низку завдань:

- проаналізувати сутність і соціально-економічне значення ресторанного господарства;
- вивчити сучасні тенденції розвитку ресторанного господарства України;
- розглянути особливості організації харчування туристів і види послуг у ресторанному господарстві в курортних (санітарно-курортних) зонах України;
- виокремити організаційно-економічну характеристику туристичної компанії «Аккорд Тур»;
- зробити аналіз практики управління підприємствами ресторанного господарства ТОВ «Аккорд Тур»;
- провести оцінку традиційних та інноваційних технологій управління підприємствами ресторанного господарства ТОВ «Аккорд Тур»;
- розробити рекомендації для підприємств ресторанного господарства щодо підвищення ефективності управління та розвитку в умовах курортних (санітарно-курортних) зон.

Об'єкт дослідження – управління та розвиток підприємств ресторанного господарства.

Предмет дослідження – методи та стратегії управління ресторанными підприємствами в курортних (санітарно-курортних) зонах України.

Методи дослідження. У процесі роботи будуть використовуватися методи науково-педагогічного дослідження, зокрема: теоретичні (аналіз літературних джерел, порівняльний аналіз), що дозволять систематизувати теоретичні матеріали; емпіричні (опитування, інтерв'ю), що допоможуть зібрати дані про реальний стан проблеми та думки представників галузі.

Робота складається зі вступу, трьох розділів, восьми параграфів, висновку та списку літератури українською мовою.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФУНКЦІОНУВАННЯ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

1.1. Сутність і соціально-економічне значення ресторанного господарства

Ресторанне господарство є однією з ключових галузей сфери послуг, зосередженою на виробництві, реалізації кулінарної продукції, напоїв та інших товарів, а також наданні послуг з обслуговування споживачів. Ця галузь має важливе значення для туризму та гостинності, оскільки забезпечує харчування та створює комфортне оточення для туристів. У науковій літературі існують декілька підходів до визначення поняття "ресторанне господарство", і ми розглянемо кілька з них [1, с. 632].

Поняття "ресторанне господарство" можна розглядати як сферу послуг, що охоплює виробництво та реалізацію кулінарної продукції, напоїв та інших товарів, а також обслуговування споживачів. У цьому контексті ресторанне господарство включає в себе ресторани, кафе, бари, закуочні, столові, пекарні та інші заклади громадського харчування. Воно спеціалізується на готуванні та подачі страв, а також на наданні приємної атмосфери для їх споживання.

З іншого боку, ресторанне господарство може розглядатися як систему підприємств, що об'єднані загальною метою - задовольнити гастрономічні потреби споживачів. Ця система включає в себе виробництво кулінарних страв та напоїв, їх реалізацію через різні канали, такі як ресторани, кафе, супермаркети, а також надання послуг з обслуговування споживачів. Ресторанне господарство може бути представлене як комплексний ланцюг, що об'єднує виробників, постачальників, роздрібних продавців та об'єкти обслуговування.

Також можна розглядати ресторанне господарство як сферу діяльності, пов'язану з організацією харчування та відпочинку населення. Вона включає в себе всі аспекти гастрономічного життя, від приготування страв до їх споживання та організації заходів. Ця сфера також враховує культурні та

соціокультурні аспекти гастрономії та харчування, сприяючи розвитку місцевої культури та кулінарної традиції.

Ресторанне господарство відіграє важливу роль у гостинності та туризмі, що є невід'ємною складовою туристичної індустрії. Насамперед, воно забезпечує харчування туристів. Туристи потребують ресторанів та інших закладів громадського харчування для задоволення своїх кулінарних потреб під час подорожі. Це включає в себе можливість спробувати місцеву кухню та страви, що є визначними для конкретного регіону або культури.

Забезпечення комфорту та атмосфери для відпочинку та дозвілля туристів також є важливою функцією ресторанного господарства. Ці заклади створюють приємну атмосферу, де туристи можуть відпочити, насолодитися стравами та провести час з друзями і родиною. Це може бути як вечеря в романтичному ресторані, так і неформальне обіднє спілкування в кафе або барі [2, с. 352].

Ресторанне господарство також сприяє розвитку місцевої культури та кулінарної традиції. Воно допомагає популяризувати традиційні страви та напої регіону, що стає привабливим для туристів. Через впровадження місцевих страв та інгредієнтів у меню ресторанів, готелів і інших закладів громадського харчування, регіон може залучити більше туристів і сприяти збереженню своєї культурної спадщини.

Ресторанне господарство також має економічний вплив на регіон. Воно створює робочі місця для місцевого населення і сприяє економічному розвитку. Ресторани, кафе та інші заклади забезпечують роботу поварам, офіціантам, барменам, а також найм робочих і постачальникам продуктів. Крім того, ресторанне господарство приносить доходи у вигляді податків і зборів для місцевого бюджету, що допомагає фінансувати інфраструктурні та соціальні проекти.

Загалом, ресторанне господарство відіграє незамінну роль у гостинності та туризмі. Воно забезпечує харчування та комфорт для туристів, сприяє розвитку місцевої культури і кулінарної традиції, створює робочі місця і

сприяє економічному розвитку регіону. Якість послуг ресторанного господарства впливає на конкурентоспроможність туристичного продукту і задоволення туристів від подорожі. Тому розвиток та підтримка цієї галузі є важливим завданням для туристичних регіонів і влади в цілому [3, с. 54–57].

Ресторанний бізнес, безумовно, відіграє ключову роль у сучасному світі як важливий сектор економіки, а також соціальний феномен. Цей сектор, що охоплює ресторани, кафе, бари, закусочні, пекарні та інші заклади громадського харчування, сприяє забезпеченню зайнятості населення, стимулює економічне зростання та розвиток регіонів, а також впливає на культурні та соціокультурні аспекти суспільства.

Забезпечення зайнятості населення є однією з ключових соціальних функцій ресторанного бізнесу. Ресторани та інші заклади громадського харчування є одними з найбільших роботодавців у світі. За даними Всесвітньої організації праці, у 2022 році в ресторанному бізнесі працювало понад 260 мільйонів осіб, що становить близько 10% загальної зайнятості у світі. У країнах з розвинутою економікою цей показник є ще вищим, наприклад, у США в ресторанному бізнесі працює близько 13% загальної кількості зайнятих осіб. Це важливо не лише з економічної точки зору, але й з соціальної, оскільки забезпечення робочими місцями сприяє соціальній стабільності та підтримує добробут населення.

Зі стимулюванням економічного зростання пов'язана ще одна важлива соціальна функція ресторанного бізнесу. У 2022 році ринок ресторанного бізнесу у світі становив близько 1,8 трильйона доларів США. Цей сектор економіки є потужним двигуном економічного зростання, оскільки стимулює розвиток інших галузей, таких як сільське господарство (забезпечення продуктами харчування), виробництво продуктів харчування та напоїв (постачання сировини), туризм (приваблює туристів) та транспорт (забезпечує перевезення товарів і клієнтів до ресторанів). Отже, ресторанний бізнес є важливим фактором підтримки економічної стійкості та розвитку національної економіки.

Ресторанний бізнес також має важливий вплив на розвиток культури та традицій народів. Він сприяє популяризації національної кухні, традиційних рецептів та культурних цінностей. Ресторани стають місцями, де можна спробувати страви, що є символами певної національної культури, та відчутти атмосферу історії та традицій. Це сприяє збереженню та розвитку культурної спадщини, а також сприяє взаєморозумінню та культурному обміну між націями [4, с. 280].

З економічної точки зору, ресторанний бізнес має значний вплив на економіку країни. Він створює значну додану вартість, що є важливою економічною характеристикою. Додана вартість виробляється у процесі готування та подачі страв та напоїв, а також у сфері обслуговування клієнтів. У 2022 році додана вартість, створена ресторанним бізнесом у світі, становила близько 1,2 трильйона доларів США.

По-друге, ресторанний бізнес стимулює торгівлю та інвестиції між країнами. Він створює нові можливості для експорту та імпорту продуктів харчування, напоїв та інших товарів та послуг. Ресторани можуть імпортувати екзотичні інгредієнти та спеції з інших країн, щоб задовольнити смаки своїх клієнтів, тим самим сприяючи міжнародній торгівлі.

Податкові надходження є ще однією важливою складовою економічного впливу ресторанного бізнесу. У 2022 році податкові надходження від ресторанного бізнесу у світі становили близько 1,5 трильйона доларів США. Ці кошти направляються на фінансування різних галузей держави, включаючи освіту, охорону здоров'я, інфраструктурні проекти та інші соціальні та економічні цілі.

Отже, ресторанний бізнес є важливим сектором економіки будь-якої країни, який має значний соціальний та економічний вплив. Цей сектор забезпечує зайнятість населення, стимулює економічне зростання, підтримує культурну спадщину та забезпечує фінансові ресурси для державних програм та проектів. Для максимізації соціально-економічного впливу ресторанного бізнесу необхідно сприяти розвитку малого та середнього бізнесу в цій галузі,

створювати сприятливі умови для інвестицій та розвивати міжнародну співпрацю. Тільки таким чином можна забезпечити стабільний розвиток цього важливого сектору та сприяти підвищенню якості життя населення та економічному зростанню країни в цілому [5, с. 279].

Ресторанне господарство відіграє важливу роль у просуванні культурного та кулінарного туризму. Ресторани пропонують туристам можливість познайомитися з традиційною кухнею та культурою країни або регіону. Вони також сприяють створенню атмосфери, яка допомагає туристам відчутти себе частиною місцевої культури.

Перше, що слід відзначити, це те, що ресторани є важливим елементом інфраструктури туристичних регіонів. Вони створюють можливість для туристів насолоджуватися стравами та напоями, які є представниками місцевої кухні. Це особливо важливо для культурного туризму, оскільки він передбачає поглиблене вивчення культурного спадку та традицій країни або регіону.

Ресторани можуть відігравати ключову роль у просуванні культурного туризму, представляючи туристам можливість познайомитися з традиційною кухнею та місцевими стравами. Це може включати в себе різні дегустації страв, які є символами культури даного регіону або країни. Окрім того, ресторани можуть створювати атмосферу, яка допомагає туристам відчутти себе частиною місцевої культури. Від декору та музики до обслуговування та стилю подачі страв, ресторани можуть транслювати аутентичну атмосферу місцевого середовища. Це створює унікальний досвід для туристів, допомагає їм краще розуміти місцеву культуру та традиції.

Крім того, ресторани можуть бути місцем проведення культурних заходів, таких як концерти, вистави та майстер-класи. Це дозволяє туристам дізнатися більше про місцеву культуру та традиції через мистецтво, музику та кулінарію. Наприклад, ресторани в Іспанії можуть організовувати вечори фламенко з живою музикою та танцями, що допомагає туристам отримати відчуття іспанської культури та атмосфери.

У контексті кулінарного туризму, ресторани відіграють ще більш вагому роль. Вони можуть пропонувати широкий вибір високоякісних страв та напоїв, що відображають місцеві кулінарні традиції. Такий підхід сприяє розширенню гастрономічних можливостей для туристів і стимулює інтерес до місцевої кухні [6, с. 382].

Сучасні ресторани стають не лише місцем для харчування, але і місцем, де можна відчувати автентичний смак та атмосферу країни чи регіону. Це може включати в себе використання місцевих продуктів та створення страв за традиційними рецептами. Наприклад, ресторани в Франції можуть пишатися своєю кухнею, яка відома своїми вишуканими стравами, приготованими з використанням найкращих інгредієнтів та з дотриманням традиційних рецептів.

Також ресторани можуть запрошувати відомих шеф-кухарів для сприяння кулінарному туризму. У цьому випадку, відомі кулінари можуть готувати страви у ресторані, використовуючи свої авторські рецепти та техніки. Це стає справжнім магнітом для туристів, які бажають спробувати страви відомого шеф-кухаря та отримати незабутній кулінарний досвід.

Важливо відзначити, що ресторанне господарство відіграє важливу роль у стимулюванні економічного розвитку туристичних регіонів. Ресторани створюють робочі місця для місцевого населення, забезпечуючи роботу для кухарів, офіціантів, барменів та інших працівників. Крім того, вони приносять доходи у вигляді податків та зборів для місцевого бюджету, що сприяє фінансуванню інфраструктурних та соціальних проектів.

Загалом, ресторанне господарство відіграє незамінну роль у просуванні культурного та кулінарного туризму. Ресторани представляють можливість для туристів поглиблено вивчати культуру та кухню країни або регіону, створюють автентичну атмосферу та дозволяють насолоджуватися смаками та ароматами місцевих страв. Крім того, вони мають великий вплив на економічний розвиток туристичних регіонів, створюючи робочі місця та приносячи доходи для місцевого бюджету. Тому розвиток та підтримка

ресторанного господарства залишаються важливими завданнями для туристичних регіонів та влади в цілому.

Ресторанне господарство є однією зі значущих галузей економіки, важливим роботодавцем у багатьох країнах світу. Воно створює робочі місця для різних категорій працівників, включаючи кухарів, офіціантів, барменів, менеджерів ресторанів, а також фахівців з обслуговування клієнтів. Ресторани активно працюють над розвитком та підтримкою свого персоналу, надаючи можливості для навчання та професійного зростання [7, с. 381].

Ресторанне господарство також стимулює попит на робочу силу в суміжних галузях, таких як сільське господарство, харчова промисловість, постачальники продуктів, постачальники напоїв і інші сектори, пов'язані з обслуговуванням ресторанів. Це створює додаткові можливості для зайнятості та розвитку інших сегментів економіки.

У деяких країнах ресторанне господарство є ключовим джерелом низькокваліфікованих робочих місць, що важливо для осіб без вищої освіти або з обмеженими можливостями. Це створює можливість для багатьох людей заробляти гідний дохід та забезпечувати себе і свої сім'ї. Таким чином, ресторанне господарство відіграє соціальну роль у підтримці зайнятості та соціального розвитку.

Ресторанне господарство є галуззю з високою доданою вартістю, оскільки створює нові товари та послуги, які споживаються населенням. Воно забезпечує кулінарні експерименти, виробництво унікальних страв та напоїв, а також створення особливої атмосфери для клієнтів. Все це сприяє високим цінностям доданої вартості у секторі ресторанного господарства.

Крім того, ресторани активно сприяють розвитку місцевих господарств, сприяючи вирощуванню та використанню місцевих продуктів і інгредієнтів у своїх стравах. Це стимулює попит на сільськогосподарські товари та сировину, а також сприяє розвитку місцевих постачальників і виробників харчових продуктів. Такий підхід сприяє підтримці місцевої економіки та створенню нових можливостей для місцевих підприємців.

Ресторани є не лише місцем харчування, але й важливими центрами соціальної активності в місцевих спільнотах. Вони створюють можливості для спілкування, зустрічей та святкувань, що сприяє зміцненню місцевих зв'язків і спільнот. Ресторани часто стають місцем проведення культурних подій, концертів, виставок та фестивалів, що сприяє розвитку мистецтва і культури в регіоні.

Крім того, ресторани можуть бути важливими учасниками в місцевих благодійних та громадських ініціативах, спонсоруючи події та проекти, які сприяють розвитку спільноти. Вони також можуть взяти участь у програмах з реабілітації та навчання для людей з обмеженими можливостями, що сприяє включенню всіх членів суспільства [8, с. 168].

Ресторани сприяють розвитку інфраструктури в регіонах, де вони діють. Вони часто потребують будівництва та реконструкції приміщень, що стимулює будівельну галузь. Також вони надають попит на паркувальні місця для автомобілів клієнтів, що може призвести до розширення автостоянок та інфраструктури громадського транспорту.

Ресторани також можуть впливати на розвиток туристичної інфраструктури, оскільки часто є місцем зупинки туристів і відвідувачів. Це може стимулювати розвиток готелів, мотелів, гостьових будинків та інших видів проживання. Таким чином, ресторанне господарство впливає на розвиток інфраструктури та туристичних послуг у регіоні.

Для більш конкретного уявлення про вплив ресторанного господарства на суспільство і економіку, розглянемо приклади двох країн - США і України.

У США ресторанне господарство є однією з найбільших галузей економіки, яка забезпечує робочі місця для понад 15 мільйонів людей. Воно створює додану вартість у розмірі понад 800 мільярдів доларів США на рік. Ресторани в США відіграють важливу соціальну роль, багато з них підтримують місцеві благодійні організації та програми соціальної допомоги. Також вони створюють можливості для розвитку місцевої культури і

мистецтва, оскільки часто є місцем проведення концертів, виставок та інших культурних подій [9, с. 38-45].

В Україні ресторанне господарство також відіграє важливу роль в економіці. Воно створює робочі місця для понад 1 мільйона людей та створює додану вартість у розмірі понад 100 мільярдів гривень на рік. Ресторани в Україні також сприяють розвитку місцевої культури і традицій, виробництву та використанню місцевих продуктів і інгредієнтів у своїх стравах. Вони є важливими центрами соціальної активності і сприяють розвитку місцевих спільнот.

1.2. Сучасні тенденції розвитку ресторанного господарства України

Українське ресторанне господарство переживає значні трансформації та інновації в останні роки. Ці зміни обумовлені рядом факторів, що включають в себе зміни в споживчих уподобаннях, розвиток технологій та глобалізацію.

Однією з ключових тенденцій в ресторанному господарстві України є зміни в споживчих уподобаннях споживачів. Сучасні гості ресторанів стали набагато більш вимогливими щодо якості їжі та обслуговування. Вони також стали більш усвідомленими щодо свого харчування та готові більше платити за якісну їжу та неперевершений досвід.

Відомий психологічний феномен "foodie" став частиною сучасної культури, і це вплинуло на ресторанну індустрію. Гості ресторанів більше не обмежуються лише пошуком насичених смаків, вони також цінують креативність та інновації у гастрономії. Ресторани з сучасними концепціями, які пропонують експерименти зі смаками та створення нових кулінарних шедеврів, стають особливо популярними серед цієї аудиторії [10, с. 301–306].

Деякі інші споживчі тенденції включають у себе зростання популярності здорового харчування. Веганські та вегетаріанські ресторани, а також заклади, які пропонують страви зі стежками до здорового харчування, отримують все більше попиту. Люди стають більш усвідомленими щодо впливу свого

харчування на здоров'я та навколишнє середовище, і це впливає на їх вибір ресторанів.

Ключовий фактор, що впливає на ресторанне господарство, - це розвиток технологій. Сучасні технології змінили спосіб, яким споживачі шукають і замовляють їжу, а також спосіб, яким ресторани готують і подають їжу.

Зокрема, інтернет і смартфони дозволяють споживачам легко знайти ресторани, переглядати їх меню та замовляти їжу онлайн. Додатки для замовлення їжі, такі як UberEATS, Glovo і Bolt Food, стали надзвичайно популярними в Україні. Це відкрило нові можливості для ресторанів привертати клієнтів та розширювати свої послуги.

Технології також вплинули на сам процес приготування їжі. Наприклад, 3D-друк став популярним в експериментальних кухнях, де створюються унікальні страви з використанням цієї технології. Також можна відзначити використання друку на харчових продуктах, що дозволяє створювати нестандартні декорації та інші елементи для страв.

Зростання популярності технологій також стосується обслуговування клієнтів. Багато ресторанів використовують електронні меню, безконтактні системи оплати та інші технологічні інновації для підвищення якості обслуговування.

Глобалізація є ще однією ключовою складовою трансформацій в ресторанному господарстві України. Вона призвела до появи в країні нових ресторанних концепцій та гастрономічних трендів. Завдяки глобалізації, українські споживачі можуть смакувати страви з усього світу, не виїжджаючи за межі країни [11, с. 436].

З'явлення ресторанів, що пропонують кухні різних країн світу, стало звичайністю в Україні. Японська, італійська, китайська, індійська, латиноамериканська та інші кухні здійснили свій вихід за межі країн походження та завоювали серця українців. Гості ресторанів зараз мають

можливість спробувати справжні страви та продукти, які раніше були недоступні на українському ринку.

На основі проведеного аналізу можна виділити декілька основних тенденцій, які визначають розвиток ресторанного господарства України:

1. Зростання популярності здорової та збалансованої їжі: Споживачі стають більш усвідомленими щодо свого харчування та здорового способу життя. Це призводить до зростання популярності ресторанів, які пропонують здорову та збалансовану їжу, такі як вегетаріанські та веганські ресторани, а також дієтичні заклади.

2. Зростання популярності етнічної кухні: Гості ресторанів все більше цінують різноманітність та автентичність страв. Ресторани, які пропонують етнічну кухню, здобувають популярність. Це відкриває можливості для ресторанів пропонувати смачні та неперевершені страви зі всього світу [12, с. 288].

3. Зростання популярності технологій: Технологічні інновації стають необхідністю для ресторанів. Вони допомагають покращити якість обслуговування та залучити нових клієнтів. Ресторани використовують різні технології, включаючи онлайн-замовлення, електронні меню, системи оплати та інші інновації.

4. Глобалізація гастрономії: Ресторани в Україні надають можливість гостям смакувати страви з усього світу. Глобалізація дозволяє розширити асортимент та залучити різноманітних клієнтів.

Очікується, що ці тенденції продовжать розвиватися в майбутньому. Споживачі продовжуватимуть бути вимогливими до якості та різноманітності їжі. Ресторани, які будуть інноваційними та гнучкими, матимуть більше шансів привернути увагу та лояльність клієнтів.

Сучасна епоха відзначається стрімким розвитком технологій, який значно вплинув на різні галузі життя, включаючи господарство та гастрономічну індустрію. В Україні ресторанне господарство є важливою

складовою галузі послуг, і вплив цифровізації та онлайн-сервісів на цей сектор є надзвичайно важливим аспектом сучасної ресторанної діяльності.

Завдяки цифровізації, ресторани отримали нові можливості для маркетингу та продажів. Створення вебсайту та активна присутність в соціальних мережах дозволяють ресторанам просувати свої послуги та продукцію широкій аудиторії. Сучасні споживачі все частіше вибирають ресторани, користуючись інтернетом, тому важливо мати сильний онлайн-профіль [13, с. 14].

Окрім того, ресторани можуть використовувати онлайн-платформи для бронювання столиків та доставки їжі. Це полегшує життя клієнтам, дозволяючи їм замовляти столики або їжу без необхідності фізичного відвідування ресторану. Такі платформи надають зручність і швидкість обслуговування, що підвищує задоволення клієнтів і сприяє зростанню продажів.

Також, розробка мобільних додатків для ресторанів дозволяє створити зручний інструмент для клієнтів. Це дає можливість отримувати інформацію про ресторан, бронювати столики та замовляти їжу з одного місця, що сприяє залученню нових клієнтів і підвищує лояльність старих.

Цифровізація також докладно впливає на якість обслуговування клієнтів у ресторанах. Один із способів покращити обслуговування - впровадження систем лояльності. Ці системи дозволяють ресторанам заохочувати постійних клієнтів та підвищувати їхню лояльність. Наприклад, можливість заробляти бонусні бали чи отримувати знижки за кожен відвіданий ресторан дозволяє стимулювати клієнтів повертатися знову і знову.

Ще однією інновацією в сфері обслуговування є використання чат-ботів. Це дозволяє ресторанам надавати клієнтам інформацію та відповідати на їхні запитання 24/7. Ця автоматизована система забезпечує оперативність та ефективність взаємодії з клієнтами, зменшуючи очікування і покращуючи загальний досвід від відвідування ресторану.

Додатково, впровадження систем управління замовленнями та доставкою допомагає забезпечити швидке та точне виконання замовлень. Вони дозволяють ресторанам ефективно вести облік замовлень, знижуючи помилки та збільшуючи задоволення клієнтів [14, с. 335].

Цифровізація також допомагає в управлінні персоналом у ресторанах. Впровадження систем управління персоналом дозволяє ефективно планувати роботу персоналу та контролювати його продуктивність. Спеціальні програми дозволяють вести облік робочого часу, контролювати нарахування зарплати та визначати оптимальний розклад роботи. Це спрощує життя менеджменту ресторану і забезпечує ефективне використання робочого часу персоналу.

Крім того, ресторани використовують програми навчання персоналу, які дозволяють підвищувати кваліфікацію співробітників. Навчання може бути спеціалізованим для конкретних посад або стосуватися загальних навичок обслуговування. Це допомагає забезпечити якісне обслуговування клієнтів та підвищити професійну компетентність персоналу.

Позитивні наслідки цифровізації та онлайн-сервісів для ресторанного господарства в Україні:

1. Збільшення обсягу продажів та прибутку: Впровадження онлайн-систем замовлення та доставки дозволило ресторанам залучити нових клієнтів та розширити географію обслуговування. Зростання доступності ресторанних послуг через мобільні додатки та вебплатформи призвело до значного збільшення обсягу продажів і, відповідно, прибутку.

2. Покращення обслуговування клієнтів: Системи онлайн-бронювання столиків та замовлення страв з мобільних додатків дозволяють клієнтам швидко та зручно здійснювати замовлення. Це підвищує рівень задоволеності клієнтів і робить обслуговування більш ефективним.

3. Полегшення управління персоналом: Системи управління рестораном на основі цифрових технологій допомагають зменшити адміністративні витрати та оптимізувати робочий процес. Це включає в себе

управління запасами, планування графіку роботи персоналу та автоматизацію фінансового обліку.

Негативні наслідки цифровізації та онлайн-сервісів для ресторанного господарства в Україні:

1. Збільшення конкуренції: Введення онлайн-сервісів для ресторанного господарства призвело до збільшення конкуренції. Ресторани та кафе тепер змушені змагатися не лише за клієнтів в місцевому ринку, але і в онлайн-просторі, де доступ до потенційних клієнтів є значно ширшим.

2. Зниження цін: Конкуренція в онлайн-середовищі може привести до зниження цін на страви та послуги. Ресторани можуть відчувати тиск на зниження цін, що може вплинути на їхню прибутковість та стабільність.

3. Зміна вимог до персоналу: Впровадження цифрових технологій може вимагати від персоналу нових навичок та компетенцій, таких як обслуговування онлайн-систем та робота з програмним забезпеченням управління. Ресторани повинні інвестувати час і ресурси в навчання персоналу [15, с. 204].

Отже, цифровізація та онлайн-сервіси є необхідними компонентами сучасного ресторанного господарства в Україні. Позитивні наслідки включають збільшення продажів, поліпшення обслуговування та оптимізацію управління. Однак це також призводить до збільшення конкуренції, зниження цін та потребу в навчанні персоналу.

Ресторани, які успішно адаптуються до цих змін та використовують цифрові технології для покращення якості послуг, матимуть конкурентну перевагу на ринку. Навички управління онлайн-простором, аналіз даних та взаємодія з клієнтами через цифрові канали стають ключовими для успіху у ресторанній галузі.

Аналіз популярності концепцій локальної та органічної їжі серед ресторанів ресторанного господарства в Україні є актуальною проблематикою, оскільки він відображає важливі аспекти сучасних тенденцій у харчовій індустрії. В даному контексті розглянемо детальніше динаміку та

фактори, що сприяють зростанню популярності цих концепцій, а також розглянемо позитивні та негативні наслідки цього явища.

Зростання популярності концепцій локальної та органічної їжі в Україні обумовлене кількома ключовими факторами. По-перше, споживачі стають все більше усвідомленими щодо важливості екологічної безпеки та впливу харчових продуктів на їхнє здоров'я. Локальна та органічна їжа виробляється з використанням місцевих, сезонних продуктів, відомих за відсутність хімічних добрив та пестицидів. Це робить її більш екологічною та безпечною для споживачів порівняно з продуктами, виготовленими з використанням імпортованих складових або пестицидів. Цей фактор має суттєвий вплив на вибір споживачів, оскільки вони все більше дбають про своє здоров'я та навколишнє середовище [16, с. 18].

По-друге, зросли інтерес та патріотичні почуття українців до власної культури та традицій. Локальна їжа стала символом українського смаку та аромату, що відображає багатий спектр страв і столітні кулінарні традиції. Ця тенденція сприяє популяризації української кухні та збереженню культурного спадку.

По-третє, розвиток гастротуризму укріпив популярність локальної та органічної їжі в Україні. Туристи, відвідуючи країну, часто прагнуть смакувати традиційні страви та стильні гастрономічні інновації. Це стимулює ресторани в Україні до використання місцевих інгредієнтів та створення авторських страв на основі традиційної кухні.

Дослідження, проведене в 2023 році, підтвердило ці тенденції, вказавши на зростаючий інтерес українців до споживання локальної та органічної їжі. До 60% опитаних виразили бажання включити ці продукти до свого раціону, що свідчить про високий попит. Окрім того, близько 30% респондентів були готові платити більше за якість та екологічність таких продуктів.

Зростання популярності концепцій локальної та органічної їжі має безперечно позитивний вплив на суспільство та господарство України. По-перше, це сприяє розвитку місцевого сільського господарства, оскільки

локальна їжа виготовляється з місцевих продуктів. Це спонукає фермерів вирощувати якісні та екологічно безпечні інгредієнти, що забезпечує сталий попит і сприяє розвитку сільського господарства. Покращення сільського господарства, в свою чергу, сприяє створенню нових робочих місць і споживчому попиту в регіональних громадах.

По-друге, споживання локальної та органічної їжі зменшує екологічне навантаження на навколишнє середовище. Оскільки така їжа виготовляється з місцевих продуктів, знижується необхідність транспортування їх на великі відстані. Це сприяє зменшенню викидів парникових газів, забрудненню повітря та скорочує негативний вплив харчового виробництва на навколишнє середовище [17, с. 67–78].

По-третє, локальна та органічна їжа сприяє покращенню здоров'я населення. Вона містить менше шкідливих речовин, таких як пестициди та хімічні добрива, що допомагає зменшити ризик захворювань та підвищує загальний стан здоров'я споживачів.

Незважаючи на очевидні переваги, концепції локальної та органічної їжі стикаються з рядом викликів і проблем. По-перше, висока вартість таких продуктів обмежує доступ до них для певних категорій населення. Ціни на органічну та локальну їжу часто вищі порівняно з продуктами, виробленими з використанням імпортованих складових або пестицидів. Ця проблема може бути подолана за допомогою громадських програм підтримки та популяризації доступних екологічних альтернатив.

По-друге, нестача інформації про локальні та органічні продукти ускладнює вибір для багатьох споживачів. Не всі мають доступ до достовірної інформації про походження продуктів та їх якість. Ефективна система маркування та освітня діяльність щодо переваг таких продуктів можуть вирішити цю проблему.

По-третє, недостатній кількісний та якісний розвиток кваліфікованих кадрів для виробництва локальної та органічної їжі може призвести до зниження якості продуктів. Для забезпечення високої якості їжі необхідні

кваліфіковані фермери та гастрономічні експерти. Урядова підтримка та освітні програми можуть сприяти розвитку цих кадрів.

Отже, аналіз популярності концепцій локальної та органічної їжі в Україні свідчить про значущий вплив цих тенденцій на суспільство, господарство та навколишнє середовище. Зростання популярності такої їжі сприяє розвитку місцевого сільського господарства, зменшенню екологічного навантаження та покращенню здоров'я населення. Однак проблеми високої вартості, нестачі інформації та кваліфікованих кадрів залишаються актуальними завданнями для подальшого розвитку цих концепцій в Україні.

Прогнози щодо майбутнього розвитку ресторанного господарства в Україні є досить оптимістичними, і ця оптимістичність обумовлена низкою науково-економічних та соціальних факторів. Ресторанна галузь в Україні вже досить давно відзначається стабільним зростанням і популярністю серед населення, і ця тенденція не планує зупинитися у найближчому майбутньому.

Першим ключовим фактором, що сприяє подальшому розвитку ресторанного господарства, є зростання рівня життя населення. За останні декілька років українці отримали можливість підвищити свої доходи, що призвело до збільшення попиту на ресторани та послуги. Зросла платоспроможність населення, і багато людей більше не розглядають виїзд до ресторану як розкіш, але як нормальний вираз свого соціального статусу. Особливо це стосується великих міст, де люди мають більше можливостей витратити кошти на ресторани та кафе.

Другим важливим фактором є зміна стилю життя населення. Зокрема, зросла популярність здорового харчування та активного відпочинку. Люди все більше стали більше уважати на якість продуктів та їх вплив на здоров'я, і це сприяє росту популярності ресторанів, які пропонують здорову та смачну їжу. Також, ресторани, розташовані в рекреаційних зонах, стають більш привабливими для тих, хто шукає спосіб поєднати гастрономічні насолоди з активним відпочинком.

Третім фактором, що впливає на розвиток галузі, є інновації в ресторанному бізнесі. Завдяки розвитку технологій та інновацій, ресторани в Україні отримують можливість підвищити ефективність своєї роботи. Наприклад, впровадження онлайн-систем бронювання столиків, програм лояльності та замовлення їжі онлайн дозволяє залучити більше клієнтів та полегшити обслуговування. Також, інновації можуть призвести до появи нових форматів ресторанів, які будуть привабливими для різних категорій клієнтів.

За прогнозами експертів, до 2025 року оборот ресторанного господарства в Україні може досягти 250 мільярдів гривень. Цей високий показник буде досягнуто за рахунок не лише зростання кількості ресторанів, але і через зростання середнього чека. З підвищенням рівня життя населення більше людей буде готово витратити більше коштів на гастрономічні задоволення [18, с. 67–78].

До основних тенденцій розвитку ресторанного господарства в Україні можна віднести зростання популярності здорової та смачної їжі. У найближчі роки очікується подальший ріст популярності ресторанів, які акцентують увагу на якості і користі своєї продукції. Ця тенденція визначається підвищеною обізнаністю населення про важливість здорового харчування та його вплив на загальне здоров'я.

Розвиток ресторанів швидкого харчування є ще однією важливою тенденцією. Цей сегмент ринку продовжує зростати завдяки своїй доступності та швидкості обслуговування. Ресторани швидкого харчування відповідають сучасному ритму життя, коли люди все частіше вибирають варіанти на швидку руку.

Зростання популярності ресторанів, що розташовані в рекреаційних зонах, також має великий потенціал. За останні кілька років спостерігається збільшення інтересу до активного відпочинку та відкритості новим враженням. Ця тенденція сприяє популярності ресторанів, які розташовані в

мальовничих місцях і надають можливість клієнтам насолодитися природою та гастрономічними радощами одночасно.

Зростання популярності ресторанів, що пропонують екзотичну кухню, є ще однією важливою тенденцією розвитку ресторанного господарства. Світ стає все більш глобалізованим, і це впливає на смаки та вподобання споживачів. Ресторани, які пропонують їжу різних національних кухонь, мають широкий спектр можливостей для привертання клієнтів та створення неповторних гастрономічних вражень.

1.3. Особливості організації харчування туристів і види послуг у ресторанному господарстві в курортних (санітарно-курортних) зонах України

Харчування є однією з найважливіших потреб людини, а для туристів, які приїжджають на курорти, воно є невід'ємною частиною відпочинку. Потреби та вподобання туристів у харчуванні формуються під впливом складного сплетіння факторів.

Соціально-демографічні характеристики туристів грають важливу роль у формуванні їхніх потреб у харчуванні. Вік та стать можуть впливати на вибір страв та дієту. Наприклад, молоді туристи можуть більше цінувати швидке та смачне харчування, тоді як осіб похилого віку може цікавити більше здорове та дієтичне харчування. Сімейний стан також може впливати на вибір ресторанів та страв – сім'ї можуть віддавати перевагу закладам з різними дитячими меню. Освіта та професія можуть визначати рівень освіченості щодо харчування та дієтичних вимог. Національність та місце проживання можуть впливати на вибір страв залежно від культурних традицій та доступності продуктів у регіоні [19, с. 180].

Мета подорожі також має значення для аналізу потреб у харчуванні. Туристи, які приїхали на курорт для відпочинку, можуть бажати більшого розмаху у меню та можливості вибору страв, оскільки вони перебувають на курорті з метою задоволення та розваг. Туристи, які вибрали курорт з

медичною метою, можуть бути обмежені в своєму харчуванні відповідно до медичних рекомендацій. Також, туристи, які прибули з бізнес-цілями, можуть шукати швидкого та практичного харчування для ефективного ведення бізнесу.

Сезонність відпочинку також впливає на потреби та вподобання туристів у харчуванні. Влітку туристи можуть бажати освіжаючих та легких страв, таких як салати та фрукти. Взимку більше популярні гарячі страви, які допомагають підтримувати тепло та енергію. Осінній та весняний сезон може відзначатися сезонними стравами та інгредієнтами. Тому курортні ресторани повинні адаптувати своє меню до попиту відповідно до сезону.

Характеристика курортної зони є ще одним важливим фактором, що впливає на потреби та вподобання туристів у харчуванні. Різні типи курортів (прибережні, гірські, сільські) мають свої особливості та можливості щодо доступності страв та продуктів. Природно-кліматичні умови також враховуються – в спекотну літню погоду туристи можуть бажати більше гідного водного балансу, а в гірських курортах, де повітря рідше насичене киснем, харчування може вимагати особливого підходу.

Дослідження потреб та вподобань туристів у харчуванні є важливим завданням для закладів ресторанного господарства, які працюють у курортних зонах. Це дозволяє їм розробляти та пропонувати туристам таке харчування, яке відповідатиме їхнім потребам та вподобанням, а також сприятиме їхньому здоров'ю та хорошому самопочуттю.

В Україні дослідження потреб та вподобань туристів у харчуванні на курортах проводилися різними науковими та дослідницькими установами. За результатами цих досліджень було встановлено, що туристи надають перевагу здоровому та раціональному харчуванню. Вони очікують від закладів ресторанного господарства широкого асортименту страв, приготованих з якісних свіжих продуктів, а також індивідуального підходу до їхніх потреб.

За результатами дослідження, проведеного Національним університетом харчових технологій у 2022 році, було встановлено, що найбільш популярними видами страв у туристів на курортах України є:

1. Свіжі фрукти та овочі: яблука, банани, помідори, огірки, капуста, зелень. Ці продукти багаті вітамінами та мінералами, що допомагає підтримувати енергію та здоров'я туристів.

2. Натуральні соки: яблучний, морквяний, томатний, буряковий. Соки є джерелом вітамінів та антиоксидантів, що сприяють загалом здоров'ю організму [20, с. 20].

3. Рибні страви: риба на грилі, рибна запіканка, рибні котлети. Риба багата білком та омега-3 жирними кислотами, що корисно для серця та мозку.

4. М'ясні страви: м'ясо на грилі, м'ясна запіканка, м'ясні котлети. М'ясо є важливим джерелом білка та заліза.

5. Страви з бобових: квасоля, горох, сочевиця. Бобові є відмінним джерелом рослинного білка та волокон.

Туристи також віддають перевагу таким видам страв, як:

– Страви з морепродуктів: креветки, кальмари, мідії. Морепродукти багаті білком та жиром, а також важливими мікроелементами, такими як йод та селен.

– Вегетаріанські страви: салати, супи, рагу. Вегетаріанська дієта може бути здоровою та допомагати знизити ризик різних захворювань.

Курорти, які розташовані в різних регіонах України, привертають різні категорії туристів. Деякі з них шукають відпочинок від міської суєти, інші обирають курорти для покращення здоров'я, а треті – для активного відпочинку. Ці різні потреби впливають на вибір харчування та види послуг, які туристи очікують від ресторанів та інших закладів ресторанного господарства на курортах.

Один із основних видів послуг у ресторанному господарстві курортних зон - це традиційні триразові прийоми їжі: сніданок, обід та вечеря. Ця послуга задовольняє потреби більшості туристів, які прибувають на курорт для

відпочинку та релаксації. Тут важливо забезпечити різноманітність меню, яке включало б у себе різні види страв, від сніданків з легкими закусками до ситних обідів і вечірніх страв, а також безалкогольні напої та свіжі соки.

Сніданок у ліжку є ще однією популярною послугою, яка надається туристам. Це дозволяє гостям розпочати свій день, не залишаючи номеру. Важливо забезпечити точну та своєчасну доставку сніданків, а також різноманітний вибір страв.

Харчування за замовленням дозволяє туристам насолоджуватися стравами, які відповідають їхнім індивідуальним смакам та дієтичним обмеженням. Ця послуга передбачає співпрацю з гостями у виборі інгредієнтів та стилів приготування страв.

Дієтичне харчування є важливим видом послуги на курортах, оскільки багато туристів приїжджають сюди для покращення здоров'я. Ресторани повинні мати спеціалізоване меню для різних видів дієт, включаючи вегетаріанську, низькокалорійну та безглютенову їжу.

Фітнес-меню включає в себе страви, які сприяють підтримці здорового способу життя. Це можуть бути страви з підвищеним вмістом білків, низьким вмістом жиру та вуглеводів, а також вітамінами та мінералами, які корисні для активних туристів [21, с. 8].

Шведський стіл дозволяє туристам самостійно вибирати страви з різноманітного асортименту, який пропонується у ресторані. Ця послуга надає можливість клієнтам вибирати та спробувати різні страви, відповідно до їхніх смакових уподобань.

Бізнес-ланч - це комплексний обід за зниженою ціною, який часто пропонується у ресторанах на курортах. Ця послуга може бути особливо популярною серед туристів, які прибувають на бізнес-зустрічі або конференції.

Пікнік - це послуга, яка передбачає доставку готових страв на природу. Такий вид харчування може бути популярним серед туристів, які проводять

час на відкритому повітрі та бажають насолоджуватися їжею в природному середовищі.

Отже, аналіз потреб та вподобань туристів у харчуванні на курортах свідчить про те, що туристи надають перевагу здоровому та раціональному харчуванню. Вони очікують від закладів ресторанного господарства широкого асортименту страв, приготованих з якісних свіжих продуктів, а також індивідуального підходу до їхніх потреб.

Для задоволення цих потреб ресторани на курортах повинні ретельно планувати своє меню, включаючи різноманітні страви, які відповідають різним діетам і смаковим вподобанням гостей. Важливо також забезпечити високу якість продуктів та стандарти гігієни при приготуванні їжі.

Організація харчування в курортних районах України є надзвичайно важливою складовою інфраструктури, яка впливає на загальний враження туристів та їхнє здоров'я під час відпочинку. Ця сфера має свої особливості, що обумовлені різними факторами, і вимагає дбайливого підходу до організації.

Сезонність є однією з ключових особливостей організації харчування в курортних районах України. Влітку, коли туристичний сезон розцвітає, попит на харчування різко зростає, і це створює великий обсяг роботи для закладів ресторанного господарства. Організація ефективного харчування в цей період вимагає відмінної організації та ефективних методів, що дозволяють забезпечити високу якість послуг при мінімальних витратах.

Один з методів розв'язання цієї проблеми - застосування конвеєрних технологій. Це дозволяє швидко та якісно приготувати велику кількість страв. Іншим важливим аспектом є використання модульних систем, які дозволяють легко розширювати потужності ресторанів та кафе під час сезонного зростання попиту. Для забезпечення сталого постачання продуктів у великій кількості використовують централізовану закупівлю. Це дозволяє отримати знижки на продукти і забезпечити надійне постачання.

Локальні традиції грають також важливу роль в організації харчування в курортних районах. Кожна зона має свої унікальні кулінарні традиції, що формувалися протягом століть. Організація харчування повинна враховувати ці традиції, щоб туристи мали можливість спробувати місцеві страви та напої, а це є однією з ключових привабливостей курортного відпочинку.

Використання місцевих продуктів є одним із методів, що допомагає підкреслити автентичність кулінарних традицій кожного регіону. Використання місцевих інгредієнтів дозволяє готувати страви з унікальним смаком і ароматом, які відображають характер кожного місця. Крім того, використання місцевих рецептів дозволяє створювати страви, які відповідають традиціям регіону і задовольняють смаки туристів.

Організація тематичних заходів також важлива при підтримці кулінарних традицій та привертанні уваги туристів. Дегустації місцевих страв та кулінарні майстер-класи дозволяють туристам дізнатися більше про місцеві кулінарні особливості і відчутти атмосферу культури через харчування.

Ресторанне господарство в курортних (санітарно-курортних) зонах України надає різні види послуг для задоволення різних потреб туристів. Готельне харчування, надаване гостям готелів і інших закладів розміщення, може включати вартість проживання або надаватися за додаткову плату. Ресторанне харчування пропонує широкий асортимент страв і напоїв, різні рівні обслуговування та ціни. Таке харчування надається в кафетеріях, які пропонують різноманітні напої, кондитерські вироби та закуски. Швидке харчування включає в себе ресторани швидкого харчування, які готують готові страви за короткий час [22, с. 197].

Обираючи вид послуг у ресторанному господарстві, туристи керуються індивідуальними потребами та бюджетом. Готельне харчування може бути зручним для тих, хто бажає забезпечити собі безперебійне харчування під час проживання. Ресторанне харчування привабливе для тих, хто шукає гастрономічні враження та готовий спробувати різноманітні страви.

Загалом, організація харчування в курортних районах України є складним завданням, яке вимагає уваги до деталей та врахування різних факторів, таких як сезонність, локальні традиції та потреби туристів. Враховуючи ці особливості та використовуючи ефективні методи організації, курортні райони України можуть надавати високоякісні гастрономічні враження для своїх гостей.

Курортна зона є територією, де природні та кліматичні умови сприяють оздоровленню та відпочинку людей. В Україні існують різні типи курортів, що включають морські, лісові, озерні та курорти з мінеральними водами. Важливим аспектом туристичної інфраструктури курортних зон є послуги харчування, які грають ключову роль у задоволенні потреб туристів та впливають на загальну привабливість курорту.

У морських курортах, таких як Одеська, Херсонська і Миколаївська області, популярні ресторани та кафе, що пропонують різноманітні страви української та світової кухні. Основною частиною меню є морепродукти, оскільки курорти розташовані біля моря. Крім того, фаст-фуд ресторани також популярні серед туристів, оскільки вони надають можливість швидко перекусити на пляжу.

Лісові курорти, включаючи Карпатський, Прикарпатський, Буковинські, Подільські, Полтавські, Сумські та Харківські, відзначаються своєю зеленою природою та чистим повітрям. Тут ресторани національної кухні та кафе, що пропонують страви з місцевих продуктів, є основними гастрономічними пропозиціями. Туристи можуть скуштувати традиційні страви, які відображають культурну специфіку регіону [23, с. 440].

Озерні курорти, розташовані в Карпатах, Поділлі, Волині та Прикарпатті, приваблюють людей своєю природною красою та можливістю активного відпочинку. Ресторани національної кухні тут також дуже популярні, але меню може включати багато рибних страв через наявність багатьох озер. Крім того, ресторани і кафе часто пропонують багатий вибір десертів та напоїв.

Курорти з мінеральними водами, такі як Трускавець, Моршин, Східниця, Поляна, Хмільник, Миргород, Бердянськ, Свалява, Косів, Яремче, Мукачево, Хмільник, славляться своїми лікувальними джерелами. Тут ресторани дієтичного харчування надають туристам можливість харчуватися з урахуванням їхніх медичних потреб. Мінеральні води і курортні процедури сприяють відновленню здоров'я, і важливо, щоб харчування було відповідним.

Співвідношення різних видів послуг харчування в курортних зонах України залежить від типу курорту та його цільової аудиторії. Наприклад, морські курорти спрямовані на більш широку аудиторію, і тому тут більше ресторанів і кафе з різноманітним меню. Лісові курорти спеціалізуються на екологічно чистому харчуванні та створюють атмосферу поєднання з природою. Курорти з мінеральними водами ставлять на передній план дієтичне харчування та лікувальні дієти, щоб задовольнити потреби гостей.

Якість послуг харчування в курортних зонах України загалом відповідає міжнародним стандартам. Проте існують певні проблеми, які вимагають уваги та вирішення. По-перше, важливо підвищити рівень професійної підготовки працівників сфери харчування, щоб забезпечити високу якість обслуговування та безпеку гостей. По-друге, необхідно забезпечити дотримання санітарних норм та правил, оскільки це має критичне значення для забезпечення безпеки та здоров'я гостей.

Можна сказати, що різноманітність послуг харчування в курортних зонах України відіграє важливу роль у привабливості цих місць для туристів. Завдяки різноманітному меню і відповідній обслуговуванню туристи мають можливість смакувати страви, що відповідають їхнім смакам та потребам. Однак, для підвищення якості послуг харчування в курортних зонах України необхідно вдосконалювати професійну підготовку персоналу та забезпечувати санітарну безпеку. Тільки так можна забезпечити задоволення та комфорт туристів під час їхнього відпочинку в цих прекрасних місцях.

Висновки до розділу 1

Перший розділ нашої дослідницької роботи присвячений теоретичним основам функціонування ресторанного господарства, його соціально-економічному значенню, а також аналізу сучасних тенденцій розвитку ресторанного господарства в Україні, з особливим акцентом на організацію харчування туристів у курортних (санітарно-курортних) зонах країни. Даний розділ допоміг нам зрозуміти важливість ресторанного господарства для курортних зон України і його роль у забезпеченні комфортного відпочинку та задоволення потреб туристів.

Сутність і соціально-економічне значення ресторанного господарства були ретельно проаналізовані. Ми виявили, що ресторанне господарство відіграє важливу роль у соціальному та економічному розвитку країни. Воно сприяє створенню нових робочих місць, розвитку туризму, підвищенню якості обслуговування та підвищенню рівня життя населення. Ресторани не лише задовольняють кулінарні потреби громадян, але і впливають на культурний та соціальний аспекти суспільства.

Сучасні тенденції розвитку ресторанного господарства в Україні свідчать про постійний ріст цієї галузі. Ми відзначили розширення асортименту послуг ресторанів, та впровадження нових технологій у галузі гастрономії. Це свідчить про популярність ресторанного господарства серед українців та його важливий внесок у господарський розвиток країни.

Особливу увагу ми приділили організації харчування туристів у курортних (санітарно-курортних) зонах України. Ми виявили, що ця сфера ресторанного господарства має свої особливості та вимоги. Туристи, які відвідують курортні зони, очікують на високу якість обслуговування та різноманітність гастрономічних пропозицій. Ресторани в цих зонах повинні бути готові задовольняти різні потреби та вподобання туристів, надавати високоякісні страви та виносити на новий рівень гастрономічний досвід.

РОЗДІЛ 2. КОМПЛЕКСНИЙ АНАЛІЗ ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВА РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

2.1. Організаційно-економічна характеристика туристичної компанії «Аккорд Тур»

ТОВ "Аккорд-Тур" є важливим учасником туристичного ринку України, займаючись туроператорською діяльністю. За статутом підприємства, його юридична адреса розташована за адресою 79038 м. Львів, вул. Китайська 85. Проте фактично підприємство має офіс за адресою 79008 м. Львів, вул. Новий Світ, 15, офіс 5. Важливими контактами для зв'язку з підприємством є телефони та факс: +380736303638, +38063368-3-838. Крім того, підприємство має офіційний вебсайт - <https://www.accordtour.com/>.

За юридичним статусом, ТОВ "Аккорд-Тур" є підприємством недержавної власності та функціонує як товариство з обмеженою відповідальністю (ТОВ). Організаційно-правова форма ТОВ "Аккорд-Тур" визначає його права та обов'язки відповідно до чинного законодавства України, включаючи Цивільний Кодекс, Господарський Кодекс та Закон "Про товариства з обмеженою та додатковою відповідальністю". Підприємство має право укладати угоди, набувати майнові та особисті немайнові права, а також нести обов'язки [23, с. 41–46].

ТОВ "Аккорд-Тур" було зареєстровано в грудні 2003 року та є одним з найбільших туроператорів міста Львова. Початково підприємство отримало туроператорську ліцензію 25 березня 2004 року, і ця ліцензія надійшла з необмеженим терміном дії, останнє оновлення ліцензії відбулося 16 березня 2012 року. Фактично свою діяльність ТОВ "Аккорд-Тур" розпочало в липні 2004 року.

Для здійснення своєї діяльності у сфері туризму та туроператорської діяльності, ТОВ "Аккорд-Тур" керується рядом законодавчих та нормативно-правових документів, а також інструктивними матеріалами. Серед них:

1. Статут підприємства: Статут є основним установчим документом, який визначає структуру та функції підприємства, його правовий статус та мету діяльності [24, с. 5-10].

2. Ліцензія: Ліцензія на туроператорську діяльність є обов'язковим документом для здійснення туристичного бізнесу. Вона визначає основні правила та умови, за якими підприємство може проводити туристичні послуги.

3. Свідоцтво про державну реєстрацію: Це свідоцтво підтверджує юридичний статус підприємства та його реєстрацію в органах влади.

4. Свідоцтво про реєстрацію платника податків на додану вартість: Для ведення фінансової діяльності підприємство повинно бути зареєстровано як платник податків.

5. Реєстраційне посвідчення: Цей документ може видаватися місцевими органами для підтвердження факту реєстрації підприємства.

6. Сертифікат: Сертифікати можуть бути вимогами для здійснення конкретних видів туристичної діяльності або для співпраці з певними організаціями.

Туроператорська діяльність ТОВ "Аккорд-Тур" полягає у наданні послуг, пов'язаних із створенням та просуванням туристичних продуктів. Це включає в себе розробку туристичних програм, організацію та продаж турів, бронювання готелів та транспорту, а також надання інших послуг для задоволення потреб клієнтів у подорожах.

Головним установчим документом для ТОВ "Аккорд-Тур" є статут, який визначає його правовий статус, організаційну структуру, та завдання підприємства. Згідно статуту, засновником є одна особа, і тому підприємство не має установчого договору. ТОВ "Аккорд-Тур" співпрацює з багатьма українськими та закордонними організаціями, щоб створювати та пропагувати свій туристичний продукт [25, с. 384].

Для взаємодії з іншими країнами, фірма ТОВ "Аккорд-Тур" отримує акредитацію у посольствах та консульствах інших держав, які мають представництво у Києві. Це дозволяє підприємству проводити

туроператорську діяльність на міжнародному рівні та надавати послуги для українських туристів, що планують подорожувати за кордоном [26, с. 148].

Акредитація туристичних фірм є важливим аспектом в сфері туризму та подорожей. Цей процес дозволяє фірмам отримувати право виготовлення віз для своїх клієнтів, які планують подорожувати до інших країн. Візова акредитація є важливою складовою діяльності багатьох туристичних агентств і дозволяє їм надавати повний спектр послуг своїм клієнтам, включаючи організацію поїздок, бронювання готелів, квитків та інші послуги.

Процедура акредитації передбачає відповідність ряду вимог та умов, встановлених посольством або консульством країни, в яку плануються подорожі. Основними документами, які зазвичай потрібні для акредитації, є:

1. Нотаріально завірена копія ліцензії. Ця ліцензія підтверджує, що туристична фірма має право займатися організацією подорожей і має необхідну кваліфікацію та досвід в галузі.

2. Нотаріально завірена копія свідоцтва про державну реєстрацію. Це свідоцтво підтверджує легальний статус туристичної фірми в державі та її право на ведення комерційної діяльності.

3. Нотаріально завірена копія статуту. У статуті фірми визначаються основні правила та умови її функціонування, включаючи організаційну структуру, фінансову політику та інші важливі аспекти.

4. Оригінал та ксерокопія договору з компанією-партнером у країні, в яку плануються тури. Цей договір може включати умови співпраці, правила бронювання готелів, транспортних засобів та інші умови співпраці.

5. Копія нагород компанії та оригінали рекламної продукції. Ці матеріали можуть підтвердити репутацію туристичної фірми та її успіхи в галузі [27, с. 368].

6. Звернення до консула на українській мові та мові країни, в посольство якої звертається фірма. Це звернення має містити запит на акредитацію та вказувати всі необхідні деталі.

7. Доручення від імені фірми на здачу та прийом документів. Це документ, який дозволяє відповідним працівникам фірми представляти її інтереси під час процедури акредитації [28, с. 13–21].

Зазначені документи та вимоги можуть варіюватися в залежності від країни та її законодавства. Однак важливо відзначити, що акредитація є складним та відповідальним процесом, і туристична фірма повинна бути готовою відповідати всім вимогам та вимагати відповідних документів.

Туристична фірма "Аккорд-Тур" спеціалізується на організації туристичних поїздок в країни Європи та Балтії, такі як Угорщина, Хорватія, Чехія, Польща, Австрія, Італія, Франція, Болгарія, Румунія, Голландія, Німеччина, Швейцарія та інші. Процес розробки турів і організації подорожей містить ряд важливих кроків та операцій.

Перший етап розробки турів - укладення угод з постачальниками послуг. Це включає в себе укладання контрактів з готелями та іншими закладами розміщення, транспортними компаніями та іншими постачальниками, які забезпечують необхідні послуги для туристів.

Далі фірма готує програму туру, в якій визначаються маршрут, програмні включення, обов'язкові відвідування та інші деталі подорожі. Програма туру враховує побажання та потреби клієнтів, а також специфіку країни, в яку відбудеться подорож.

Після цього відбувається бронювання номерів в готелях та квитків для туристів. Важливо враховувати, що туристична фірма повинна мати доступ до системи бронювання, наприклад, програми AMADEUS, щоб забезпечити ефективне бронювання та керування групою [29, с. 55–60].

Також фірма оплачує послуги постачальників, включаючи вартість розміщення та харчування туристів, а також вартість транспорту. Розрахунки з постачальниками є важливою частиною організації подорожей.

Фірма готує бланки та оформляє проїзні документи для туристів, включаючи візи країн відвідування у відповідних посольствах. Також вона

підготовлює списки груп туристів та необхідні документи для проходження митного та прикордонного контролю.

Важливим аспектом роботи туристичної фірми є страхування клієнтів. Фірма оформляє страхові поліси для туристів, щоб забезпечити їхню безпеку та захистити від непередбачених ситуацій під час подорожі [30, с. 304].

І, звісно ж, однією з ключових операцій є оформлення віз для туристів, які планують відвідати країни, які вимагають візового вступу. Фірма співпрацює з відповідними посольствами та консульствами, долучаючи всі необхідні документи та запити.

Організаційна структура туристичної фірми є важливим елементом її успішної діяльності. Вона визначає, як внутрішні структурні підрозділи підприємства організовані, як вони взаємодіють між собою і яка відповідальність покладена на кожен підрозділ. Для кращого розуміння цієї теми, розглянемо організаційну структуру туристичної фірми "Аккорд-туру", включаючи структуру підрозділів, кадрове забезпечення та матеріально-технічну базу підприємства [31, с. 250].

Спочатку важливо визначити, як організаційна структура підприємства "Аккорд-туру" організована у 2023 році. Згідно з наданими даними, структура фірми включає наступні посади:

1. Директор
2. Фінансовий директор
3. Головний бухгалтер
4. Заступник головного бухгалтера
5. Консультант
6. Директор регіональної філії
7. Керівник відділу
8. Бухгалтер
9. Програміст
10. Юрисконсульт
11. Охоронець

12. Економіст з договірних і претензійних робіт
13. Менеджер з підбору персоналу
14. Технічний [32, с. 130-134].
15. Менеджер по туризму.

Загальна кількість штатних одиниць нараховує 84 особи. Ця інформація свідчить про те, що компанія має значну кількість співробітників, і її організаційна структура є складною.

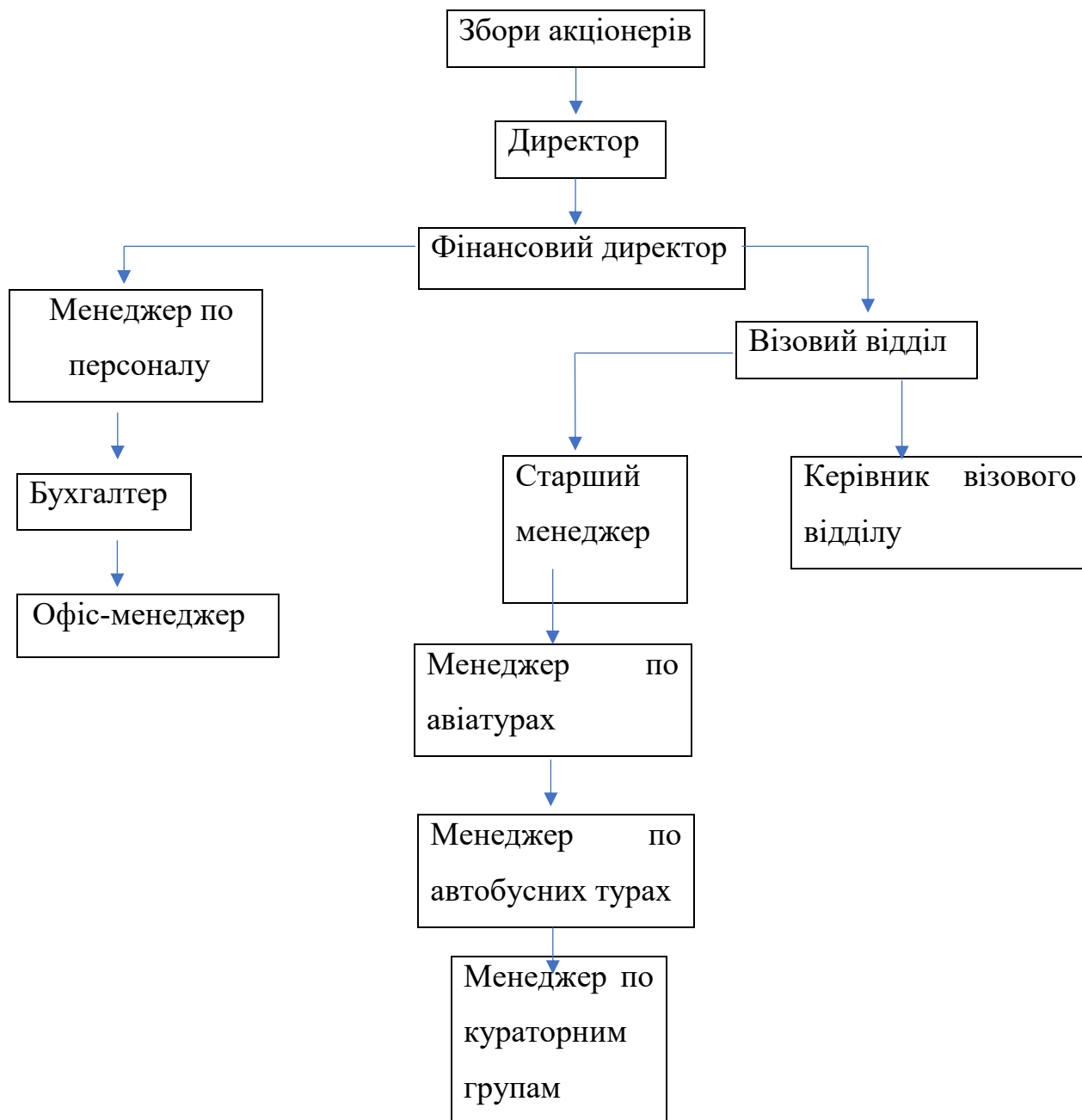


Рис. 2. 1. Організаційна структура ТОВ «Аккорд-Тур»

Організаційна структура підприємства "Аккорд-туру" групується за певними принципами. Вона включає в себе функціональні підрозділи, які відповідають за різні аспекти діяльності компанії. Серед головних функціональних підрозділів можна виділити:

1. Дирекція та вище розташовані керівники, такі як директор і фінансовий директор, які відповідають за загальне керівництво фірмою та фінансовий аспект її діяльності [33, с. 80-85].

2. Бухгалтерія, яка включає головного бухгалтера, заступника головного бухгалтера і бухгалтерів. Цей підрозділ відповідає за фінансовий облік і звітність компанії.

3. Консультант, який, ймовірно, надає консультації клієнтам стосовно туристичних послуг та подорожей.

4. Дирекція регіональної філії, яка включає керівника відділу, бухгалтера, програміста, юрисконсульта, охоронця, економіста з договірних і претензійних робіт, менеджера з підбору персоналу, технічного супервайзера і менеджера по туризму. Цей підрозділ, ймовірно, відповідає за діяльність регіональних представництв компанії.

Групування завдань на підприємстві здійснюється за напрямками діяльності. Кожен функціональний підрозділ відповідає за конкретний аспект бізнесу туристичної фірми. Наприклад, бухгалтерія відповідає за фінансовий облік, а менеджери по туризму - за продаж та організацію подорожей. Це дозволяє правильно розподілити завдання між відділами та забезпечує їх вчасне та ефективне виконання [34, с. 455].

За типом організаційної структури, можна сказати, що "Аккорд-туру" використовує лінійно-функціональний тип. У цій структурі кожен працівник має свого безпосереднього керівника, що дозволяє уникнути непорозумінь та конфліктів між співробітниками. Кожен функціональний підрозділ має чітко визначені завдання, функції, обов'язки та відповідальність, і це сприяє ефективній роботі компанії.

Такий тип структури дозволяє компанії "Аккорд-туру" оптимізувати свою діяльність, розподілити завдання між співробітниками та підрозділами, а також забезпечити взаємодію між ними. Важливою перевагою лінійно-функціональної структури є можливість спрямованої спеціалізації кожного підрозділу на виконання своїх завдань, що дозволяє підвищити продуктивність та ефективність діяльності підприємства [35, с. 27-30].

Органами управління ТОВ «Аккорд-Тур» є загальні збори учасників товариства та виконавчий орган. Вищим органом управління є загальні збори його учасників. Кожен учасник товариства має на загальних зборах товариства кількість голосів, пропорційну його частці в статутному фонді товариства. Загальні збори учасників товариства можуть бути черговими і позачерговими. Чергові збори учасників товариства скликаються не рідше двох разів на рік.

Дирекція Товариства здійснює керівництво поточною діяльністю в період між загальними зборами учасників. Дирекція в праві приймати рішення по будь-яких питаннях, що стосуються господарської діяльності Товариства, за виключенням тих, які відносяться виключно до компетенції загальних зборів учасників.

Для здійснення контролю за фінансово-господарською діяльністю Товариства Загальними зборами учасників відповідно до статуту обирається ревізійна комісія Товариства у складі трьох чоловік (представників учасників).

Як і будь-яке підприємство, туристична фірма «Аккорд-Тур» не функціонує відокремлено, а тісно взаємодіє із іншими складовими та структурними елементами зовнішнього середовища. Отож, на діяльність туристичної фірми впливає ряд факторів, які можуть бути класифіковані як фактори прямої та непрямой дії [36, с. 336].

Туристична фірма співпрацює виключно з юридичними особами, тобто з туристичними агенціями, закладами розміщення і харчування, страховими компаніями, підприємствами, що забезпечують автобусне та авіап перевезення тощо.

Ось невеликий перелік туристичних агенцій, з якими співпрацює підприємство: «МАЙ ТРЕВЕЛ»; «Lana Travel»; ТК «АЗІМУТ"», «Євромарін-Тур»; «Імперія-Тур»; «Менора»; «Пілігрим»; «Інтер-Лайн»; «Реал Сервіс плюс»; «Говерла-Тур»; «Ілона»; «Супутник»; «Савана»; «Яремія», та інші.

Для забезпечення всім необхідним туристична фірма співпрацює із страховою компанією ПРАТ СК «ВУСО», компаніями-перевізниками «Еліта Турінг», «ФОП Котович Богдан Володимирович» та інші. Компанія ПРАТ СК «ВУСО» існує на страховому ринку з 2001 року та співпрацює з «Аккорд-Туром» багато років. Є дві програми страхування для подорожей по Європі та України [37, с. 226].

Для визначення ефективності діяльності туристичного оператора ТОВ «Аккорд-Тур», необхідно зробити детальний економічний аналіз результатів діяльності Товариства. Для аналізу балансу підприємства необхідно провести певні розрахунки, а саме: аналіз динаміки та структури активів, аналіз динаміки та структури джерел утворення активів, та показники фінансового стану.

Загальна кількість активів підприємства за 2021-2022 рр. має тенденцію збільшення (таблиця 1). Про це свідчить відхилення, що дорівнює 7896,9 тис. грн. та позитивний темп зміни 7,2%.

При цьому на зміну валюти балансу та його структуру впливали такі фактори та чинники:

- зменшення порівняно з 2021 роком суми власного капіталу у 2022 році на 2644,9 тис. грн.;
- зменшились у 2022 порівняно з 2021 роком сума необоротних активів, про це свідчить відхилення, що дорівнює 2123 тис. грн., темп зміни, що дорівнює 7,4 %;
- сума оборотних активів у 2022 році збільшилася порівняно з 2021 роком на 5773,9 тис. грн., темп зміни дорівнює 7,1 %;
- зросла сума дебіторської заборгованості на 8835,6 тис. грн., що практично в чотири рази більше попереднього періоду;

– сума поточних зобов'язань також зросла у 2022 році у порівнянні з 2021 роком на 52198,1 тис. грн, що майже на 167,5% більше [38, с. 400].

Таким чином, валюта балансу ТОВ «Аккорд-Тур» збільшилась, в тому числі за умови збільшення оборотних активів, дебіторських зобов'язань та поточних зобов'язань.

Таблиця 2.1.

Аналіз динаміки та структури активів ТОВ «Аккорд-Тур»
за 2021-2022 рр.

№	Показники	2021	2022	Абсолютне відхилення тис. грн	Відносне відхилення %
1	Активи підприємства, всього, тис. грн	109 136,8	117 033,7	7896,9	7,2
2	Необоротні активи, тис. грн	28 332,0	30 455,0	-2123	7,4
3	Оборотні активи, тис. грн	80 804,8	86 578,7	5773,9	7,1
3.1.	Дебіторська заборгованість, тис. грн	68520,9	77356,5	8835,6	12,9
3.2.	Грошові кошти та їх еквіваленти, тис. грн.	104,6	60,5	-44,1	73,9
3.3.	Витрати майбутніх періодів, тис. грн.	4 160,0	4 176,0	16	0,38

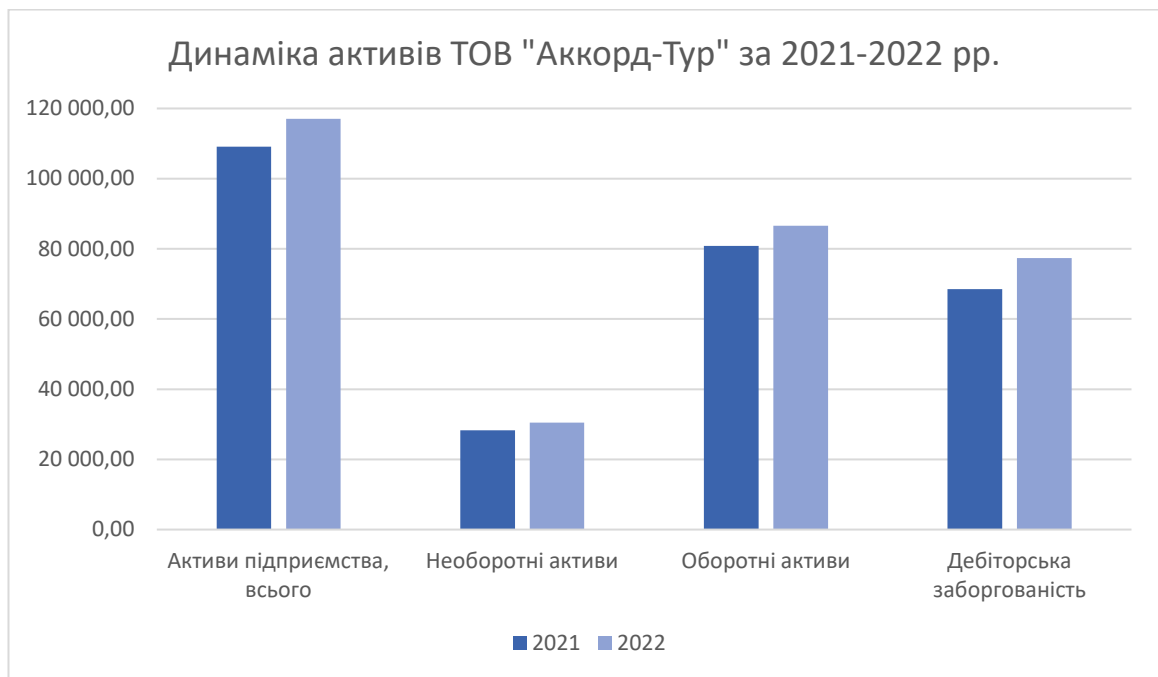


Рис. 2.2. Динаміка активів ТОВ «Аккорд-Тур»

Важливим в аналізі діяльності туристичної фірми є його можливість повертати кредити банкам, відповідати перед бюджетом тощо. Наявність дебіторської заборгованості свідчить про певні причини фінансових ускладнень. А наявність кредиторської заборгованості – про нестачу необхідних засобів для виконання розрахунків згідно з зобов'язаннями туристичної фірми, що негативно позначається на виробничих стосунках [39, с. 186].

За минулий період не відбулося значних відхилень по сумі дебіторських заборгованостей, проте в структурі довгострокових зобов'язаностей зменшилися показники, на 41656,3 тис. грн. в 2022 р., що на 269% менше у порівнянні з минулим роком.

Таблиця 2.2.

Аналіз кредиторської та дебіторської заборгованостей
ТОВ «Аккорд-Тур»

№ з/п	Найменування показника	Рік		Абсолютне відхилення	Відносне відхилення
		2021	2022		
1	Дебіторська заборгованість за розрахунками	441	422,2	-18,8	4,45
2	Дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги	11 145,0	10 154,3	-990,7	9,75
3	Довгострокові зобов'язання	57 128,5	15 472,2	-41656,3	269,23

Розглянемо джерела утворення активів на основі таблиці 3. Загальна вартість джерел утворення активів має тенденцію збільшення на 7896,9 тис. грн. Цей показник говорить про фінансову стійкість та динамічну роботу підприємства «Аккорд-Тур» у цей період. Власний капітал підприємства у 2022 р. зменшився на 2644,9 тис. грн., у відсотках цей показник склав 14,52%. Зменшення частки власного капіталу здійснюється за рішенням зборів акціонерів або учасників та свідчить про приведення у відповідність номінального та ринкового курсів акцій при перевищенні номінальної вартості корпоративних прав над їх ринковою вартістю [40, с. 216].

Довгострокові зобов'язання і забезпечення зменшились на 41656,3 тис. грн. – це позитивні зміни у балансі туроператора, оскільки вони свідчать про зменшення у підприємства довгострокової кредиторської заборгованості перед банками, відстрочених податкових зобов'язань, інших довгострокових фінансових зобов'язань.

Таблиця 2.3.

Аналіз динаміки та структури джерел утворення активів ТОВ «Аккорд- Тур»
за 2021-2022 рр.

№	Показники	2021	2022	Абсолютне відхилення тис. грн	Відносне відхилення %
1	Джерела утворення активів, всього, тис. грн	109 136,8	117 033,7	7896,9	7,2
2	Власний капітал, тис. грн.	20 850,7	18 205,8	-2644,9	14,52
3	Довгострокові зобов'язання і забезпечення, тис. грн.	57 128,5	15 472,2	-41656,3	269,2
4	Поточні зобов'язання, тис. грн.	31 157,6	83 355,7	52198,1	167,5
4.1.	Кредити банків, тис. грн.	15 075,0	0	- 15075,0	0
4.2.	Поточна кредиторська заборгованість: за довгостроковими зобов'язаннями, за товари, роботи, послуги	7500	73368,7	65868,7	878,2
4.3.	за розрахунками з бюджетом, зі страхування, тис. грн	0	0	-	-
4.4.	за розрахунками з оплати праці	0	16,3	16,3	0
4.5.	Інші поточні зобов'язання	8 582,6	9 970,7	1388,1	16,1



Рис. 2.3. Утворення активів за 2022 рік

Проаналізуємо показники, що характеризують фінансову діяльність підприємства більш детально.

Поточні зобов'язання підприємства збільшилися на 52198,1 тис. грн. Це на 167,5% більше, ніж в 2021 році [41, с. 154].

Короткострокові кредити банків погашені на підприємстві, це є сприятливою обставиною і говорить про самозабезпечення підприємства. Поточна кредиторська заборгованість за довгостроковими зобов'язаннями, за товари, роботи, послуги, навпаки збільшилися - це свідчить про те, що підприємство має заборгованості перед своїми постачальниками та підрядниками та затримує оплату. Також з'явилася заборгованість за розрахунками з оплати праці – становить 16,3 тис. грн. Інші поточні зобов'язання збільшилися на 1388,1 тис. грн., що на 16,1% більше ніж в попередній період.

Таблиця 2.4.

Показники фінансового стану ТОВ «Аккорд-Тур» за 2021-2022 рр.

№	Показники	2021	2022
Аналіз платоспроможності (фінансової стійкості) підприємства			
1	Коефіцієнт платоспроможності (автономії)	0,71	0,28
2	Коефіцієнт забезпеченості власними оборотними засобами	-0,09	-0,14
3	Коефіцієнт маневреності ВК	2,38	0,29
Аналіз ділової активності підприємства			
1	Коефіцієнт оборотності активів	0,28	0,08
2	Коефіцієнт оборотності основних засобів (ФВ)	42,2	13,8
3	Коефіцієнт оборотності власного капіталу	1,73	0,46
Аналіз рентабельності підприємства			
1	Коефіцієнт рентабельності активів	2,69	2,33
2	Коефіцієнт рентабельності власного капіталу	16,42	13,54
3	Коефіцієнт рентабельності діяльності	87,18	48,6
4	Коефіцієнт рентабельності продукції	9,4	28,9

Фінансова стійкість підприємства «Аккорд-Тур» падає, адже значення коефіцієнта забезпеченості власними оборотними засобами впало з -0,09 у 2021 р. до -0,14 в 2022 р. Значення нижче нормативного свідчить про значну фінансову залежність підприємства від зовнішніх кредиторів. Для підвищення показника можна оптимізувати структуру оборотних і необоротних активів, залучити додаткові кошти власників, змінити поточну дивідендну політику і реінвестувати чистий прибуток в компанію і т.д [42, с. 368].

Коефіцієнт маневреності власного капіталу за 2021-2022 рр. зменшився на 2,09. Показник все одно вищий за норму в 0,1, але для підвищення показника необхідно працювати в напрямку збільшення частки власних ресурсів. Це дозволить збільшити суму власних оборотних коштів, що призведе до збільшення значення показника.

Щодо коефіцієнту оборотності активів, то дані показують, що ефективність використання активів компанії знижується. Якщо в 2021 р. на кожную гривню залучених коштів було надано послуг на суму 0,28 грн, то в 2022 р. – вже 0,08 грн.

Показник фондівдачі дорівнює 13,8, що означає, що в 2022 р. було вироблено та надано послуг на суму 13,8 грн на кожен використований гривню основних засобів.

Коефіцієнт оборотності власного капіталу протягом 2021-2022 рр. знижується, і на кінець періоду було вироблено та надано послуг на суму 0,08 грн на кожен гривню залучених коштів власника.

Протягом періоду дослідження рентабельність активів трохи знизилася. Якщо в 2021 р. ТОВ «Аккорд-Тур» отримало 2,69 коп. чистого прибутку на кожен вкладену гривню активів, то в 2022 р. – вже 2,33 коп. Факторами такого явища є зменшення суми чистого прибутку [43, с. 304].

Рентабельність власного капіталу компанії зменшується з 16,42 до 13,54. Коефіцієнт рентабельності діяльності турфірми характеризує ефективність господарської діяльності. Цей показник також зменшується за період – на 2,88.

Коефіцієнт рентабельності продукції за 2021-2022 рр. збільшився на 19,5, тобто підприємство не може контролювати витрати на виробництво і реалізацію продукції, і отримує при цьому недостатній чистий прибуток. Нормативного значення для коефіцієнтів рентабельності не існує, але є загальне правило, чим вище значення коефіцієнту, тим краще.

Таким чином, аналіз фінансового стану стосується всіх аспектів господарської діяльності організації. Проведений аналіз показав, що показники роботи ТОВ «Аккорд-Тур» в більшості випадків мають динаміку до зниження. Це обґрунтовується воєнним положенням та економічною ситуацією в країні. На підприємстві відсутній чіткий та науково обґрунтований стратегічний набір, що відповідав би стану розвитку фірми та її потенціалу.

2.2. Аналіз практики управління підприємствами ресторанного господарства ТОВ «Аккорд Тур»

Взаємодія туристичної компанії з ресторанными підприємствами України є важливою складовою туристичного бізнесу. Туристичні компанії пропонують своїм клієнтам різноманітні туристичні послуги, включаючи харчування. Ресторанні підприємства, своєю чергою, зацікавлені в залученні туристів, оскільки вони є потенційними споживачами їхніх послуг [44, с. 152].

Взаємодія між туристичними компаніями та ресторанными підприємствами може відбуватися на різних рівнях. На макрорівні вона здійснюється через державну політику у сфері туризму та ресторанного господарства. На мікрорівні взаємодія відбувається між конкретними туристичними компаніями та ресторанными підприємствами.

Перша сфера взаємодії полягає в розробці туристичних продуктів і послуг. Туристичні компанії є ключовими гравцями у створенні туристичних пропозицій для своїх клієнтів. У цьому контексті вони можуть розробляти туристичні пакети, які включають в себе не лише готелі та транспорт, але й харчування в ресторанах. Наприклад, туроператор може пропонувати тематичні гастрономічні тури, які включають відвідування ресторанів, дегустації страв і напоїв, а також кулінарні майстер-класи. У цьому випадку співпраця з ресторанами стає ключовою, оскільки якість та розмаїтість гастрономічного досвіду може суттєво вплинути на задоволення туристів.

З іншого боку, ресторанны підприємства також можуть бути активними учасниками цього процесу, співпрацюючи з туристичними компаніями. Ресторани можуть розробляти спеціальні гастрономічні пропозиції для туристів, такі як спеціальні туристичні меню або заходи, присвячені місцевим стравам та культурі. Це може бути особливо важливим для ресторанів, розташованих у туристичних регіонах, де приходять багато відвідувачів із різних країн. Співпраця з туристичними компаніями дозволяє ресторанам привертати більше клієнтів і створювати незабутній гастрономічний досвід.

Друга сфера співпраці полягає в маркетингових та рекламних ініціативах. Туристичні компанії мають доступ до великої аудиторії туристів, і вони можуть допомагати в просуванні ресторанних підприємств серед своїх клієнтів. Туристичні компанії можуть включати інформацію про ресторани в свої рекламні матеріали, брошури, буклети та на своїх веб-сайтах. Вони також можуть розміщувати рекламу ресторанів на своїх соціальних медіа-сторінках та блогах. Це сприяє підвищенню обігу клієнтів у ресторанах і допомагає їм залучити нових туристів [45, с. 304].

З іншого боку, ресторани підприємства можуть співпрацювати з туристичними компаніями, пропонуючи їм спеціальні умови для реклами. Наприклад, ресторан може укласти договори з туристичними операторами на рекламу свого закладу в їхніх просувальних матеріалах. Така співпраця може включати знижки на рекламу або партнерські програми, які дозволяють туристичним компаніям отримувати частину прибутку від клієнтів, яких вони направляють в ресторан.

Третя сфера співпраці зосереджена на організації обслуговування туристів у ресторанах. Туристичні компанії можуть допомагати туристам у бронюванні столиків у ресторанах перед приїздом або під час їхнього перебування у місті. Це дозволяє туристам уникнути очікувань та незручностей при відвідуванні ресторанів. Ресторанні підприємства можуть встановлювати спеціальні умови обслуговування для туристів, такі як зі знижками або спеціальними пропозиціями для груп. Це може створити позитивний досвід для туристів і сприяти їхній лояльності до ресторану.

Згідно з аналізом практики управління підприємствами ресторанного господарства ТОВ «Аккорд Тур», ця компанія успішно впроваджує стратегію співпраці з ресторанами в Україні. Туристична компанія активно співпрацює з ресторанами різних типів, включаючи ресторани української, європейської та азійської кухні, а також ресторани швидкого харчування. Ця різноманітність дозволяє їм пропонувати своїм клієнтам різноманітні гастрономічні враження під час їхніх подорожей [46, с. 307].

Компанія «Аккорд Тур» активно просуває ресторани серед своїх клієнтів. Вони розміщують інформацію про ресторани в своїх рекламних матеріалах, на вебсайтах та в соціальних медіа. Це робиться через включення описів та рецензій про ресторани, фотографій і меню, що дозволяє потенційним туристам ознайомитися з пропозиціями та вибрати підходящий заклад для відвідування [47, с. 152].

Крім того, компанія «Аккорд Тур» використовує спеціальні партнерські програми з ресторанами, де туристична компанія отримує частину прибутку від клієнтів, яких вони направляють у ресторан. Це стимулює туристичні компанії активно рекомендувати ресторани своїм клієнтам і сприяє залученню нових клієнтів для ресторанів.

Отже, співпраця між туристичними компаніями та ресторанными підприємствами має великий потенціал для підвищення рівня обслуговування туристів та розширення гастрономічних можливостей під час подорожей. Поєднання унікальних туристичних пропозицій з вишуканими стравами та атмосферою ресторанів створює незабутні враження для туристів і сприяє розвитку туристичного бізнесу та ресторанної галузі.

ТОВ «Аккорд Тур» є однією з найбільших туристичних компаній України. Компанія пропонує широкий спектр туристичних продуктів і послуг, включаючи харчування в ресторанах [48, с. 411].

Один із ключових принципів управління ресторанными підприємствами в ТОВ "Аккорд Тур" - це співпраця з ресторанами різних типів. Компанія укладає угоди з різноманітними ресторанами, що представляють різні кухні, від української та європейської до азіатської та швидкого харчування. Це робить ТОВ "Аккорд Тур" універсальним і спроможним задовольнити потреби різних сегментів туристичного ринку. З точки зору теорії туризму, такий підхід відображає ідею орієнтації на різноманітність попиту в туризмі, де кожна група туристів може мати власні вподобання та кулінарні пристрасті.

Другим принципом є розробка спільних маркетингових програм. ТОВ "Аккорд Тур" активно співпрацює з ресторанами для створення та

впровадження маркетингових стратегій, спрямованих на залучення туристів. Цей підхід, з точки зору маркетингу, базується на ідеї стратегічного партнерства, де обидві сторони отримують вигоди від спільних зусиль. За допомогою рекламних акцій, спеціальних пропозицій та інших інструментів маркетингу, компанія та ресторани можуть спільно просувати себе серед потенційних клієнтів, залучаючи більше туристів [49, с. 248].

Для полегшення процесу обслуговування туристів, ТОВ "Аккорд Тур" впровадило систему бронювання столиків у ресторанах. Ця система дозволяє туристам зручно бронювати столики онлайн або за допомогою телефонного зв'язку. Цей підхід відображає принцип автоматизації та оптимізації обслуговування клієнтів, і може бути розглянутий як впровадження сучасних технологій в галузі туризму та ресторанного бізнесу. Використання інформаційних технологій допомагає зменшити час очікування та підвищує зручність для туристів.

Важливим аспектом взаємодії між ТОВ "Аккорд Тур" та ресторанами є вплив туристичної компанії на ресторанну діяльність. Перш за все, турфірма забезпечує попит на послуги ресторанів, оскільки туристи включають у свої туристичні пакети харчування в ресторанах. Це підвищує запит на послуги ресторанів, забезпечуючи їм стабільний потік клієнтів, що є основною умовою для їхнього успіху.

З іншого боку, ТОВ "Аккорд Тур" може впливати на ресторанну галузь через просування ресторанів. Компанія може включати інформацію про ресторани, з якими вона співпрацює, у свої рекламні матеріали та на своїх вебсайтах. Це робить ресторани більш видимими для потенційних клієнтів і сприяє їхньому зростанню. Крім того, ТОВ "Аккорд Тур" може рекомендувати ресторани своїм клієнтам, що також сприяє привертанню нових гостей.

Загалом, взаємодія між ТОВ "Аккорд Тур" і ресторанами відображає важливі аспекти сучасного туристичного бізнесу. Ця взаємодія базується на принципах співпраці, маркетингу та використання інформаційних технологій.

Вона сприяє підвищенню якості обслуговування туристів та розвитку ресторанної галузі в Україні.

Співпраця "Аккорд Тур" із ресторанами в гірському курортному місті Буковель є ключовим аспектом їхньої діяльності та важливим фактором в покращенні обслуговування туристів. Буковель є одним із найпопулярніших гірських курортів в Україні, відомим своєю красивою природою, великою кількістю лижних трас, і відмінними умовами для активного відпочинку. Ця популярність призвела до зростання туристичного потоку та підвищення попиту на ресторани і заклади громадського харчування в регіоні. "Аккорд Тур" виявився на передньому краї фасаду цієї динамічно розвиваючої сфери і впроваджує різноманітні програми співпраці з ресторанами для забезпечення кращого обслуговування своїх клієнтів [50, с. 57-61].

Перший приклад співпраці між "Аккорд Тур" та рестораном Montblanc, який розташований у готелі Redisson в Буковелі. Montblanc є визначним рестораном у цьому гірському курорті та пропонує різноманітні страви європейської та української кухні, а також широкий вибір вин з усього світу. У рамках співпраці "Аккорд Тур" надає своїм клієнтам, які обирають готель Redisson, можливість скористатися знижками в ресторані Montblanc. Компанія також може організувати ланчі або вечері для своїх туристів в цьому ресторані. Цей підхід сприяє залученню клієнтів до готелю та ресторану, що є взаємовигідним для обох партнерів.

Другий приклад співпраці - це партнерство між "Аккорд Тур" і рестораном "Краєвид". Ресторан "Краєвид" розташований у центрі Буковеля і спеціалізується на традиційних українських стравах та європейській кухні. У рамках цієї співпраці "Аккорд Тур" надає можливість своїм туристам, які прибувають до Буковеля на автобусах або поїздах, зупинитися в ресторані "Краєвид" для обіду та відпочинку. Крім того, компанія може організувати для своїх туристів екскурсії до цього ресторану. Це дозволяє ресторану привабити нових клієнтів, а "Аккорд Тур" підвищити задоволеність своїх клієнтів та забезпечити їм зручність під час подорожі.

Останнім прикладом є співпраця з рестораном "Козачок", який розташований у селі Микуличин поблизу Буковеля. Цей ресторан спеціалізується на традиційних гуцульських стравах. У рамках співпраці "Аккорд Тур" надає своїм туристам, які прибувають до Буковеля на екскурсійних автобусах, можливість зупинитися в ресторані "Козачок" для вечері та відпочинку. Компанія також може організувати для своїх туристів екскурсії до цього ресторану. Цей підхід сприяє розвитку туристичного потенціалу регіону та підвищенню інтересу до гуцульської культури і кухні.

Управлінські підходи "Аккорд Тур" до ресторанного господарства в Буковелі є досить прогресивними та спрямованими на досягнення спільних цілей. Співпраця базується на стратегічному партнерстві, де обидві сторони спільно працюють для досягнення успіху. Компанія використовує комплексний підхід, не обмежуючись просто бронюванням столів, а надаючи додаткові послуги, такі як екскурсії та зупинки для відпочинку. Крім того, "Аккорд Тур" застосовує індивідуальний підхід до своїх клієнтів, враховуючи їхні потреби та обставини подорожі. Це допомагає забезпечити вищу якість обслуговування та задоволення клієнтів [51, с. 304].

Ще один приклад співпраці - це ресторан "Kurin". Цей заклад є одним із найпопулярніших ресторанів в Буковелі та відомий своєю широкою кулінарною палітрою, яка включає в себе страви як української, так і європейської кухні. "Аккорд Тур" уклав партнерську угоду із рестораном "Kurin" і впровадив програму "Ресторанний бонус". За цією програмою, клієнти "Аккорд Тур", які забронювали путівки, отримують знижку 10% на послуги ресторану "Kurin". Крім цього, "Аккорд Тур" регулярно організовує екскурсії до цього ресторану, щоб надати туристам можливість насолодитися його кухнею та атмосферою.

Ще прикладом є корчма "Фільварок", мережа стилізованих ресторанів, розташованих в різних частинах Буковеля. Кожен з цих закладів спеціалізується на українській кухні та надає гостям можливість насолодитися атмосферою старовинного українського житла. "Аккорд Тур" співпрацює з

цією мережею ресторанів у рамках програми "Туристичний пакет". Путівки, заброньовані через "Аккорд Тур", включають в себе сніданки, обіди та вечері у ресторанах мережі "Фільварок", що є важливим аспектом для туристів, які шукають зручності та різноманітність у харчуванні під час своєї подорожі.

Паб-ресторан "Кайзер" - це ще один приклад у співпраці "Аккорд Тур" із ресторанами. Розташований в самому центрі Буковелю, він пропонує різноманітні страви, представлені українською, європейською та закарпатською кухнями. У рамках програми "Екскурсійний тур", клієнти "Аккорд Тур" мають можливість відвідати цей ресторан як частину своєї подорожі до Буковеля. Ця програма дозволяє туристам насолодитися смаками місцевої та європейської кухні та одночасно відвідати популярні визначні місця регіону [52].

Ресторан "Фомич", розташований у готелі "Букель", - це інший заклад, з яким "Аккорд Тур" має партнерську угоду. Цей ресторан відомий своєю українською та європейською кухнею та затишною атмосферою. Програма "VIP-тур", пропонована "Аккорд Тур", включає в себе можливість відвідати ресторан "Фомич" як частину VIP-туру до Буковеля. Це надає туристам можливість насолодитися ексклюзивним харчуванням та обслуговуванням під час своєї подорожі.

Усі ці приклади співпраці показують, що "Аккорд Тур" активно розширює свій спектр послуг та надає своїм клієнтам можливість насолодитися вишуканим харчуванням та атмосферою визначних ресторанів Буковеля. Це дозволяє компанії привертати більше туристів та підвищувати задоволеність своїх клієнтів, що є ключовим фактором в конкурентному готельному бізнесі.

Отже, співпраця "Аккорд Тур" із ресторанами в Буковелі є важливим елементом їхньої діяльності та додає значущого варіативного характеру до обслуговування туристів. Ці програми співпраці надають можливість туристам насолодитися різноманітністю кухні та атмосферою ресторанів в Буковелі, що робить подорож ще більш привабливою. Така стратегія співпраці

дозволяє "Аккорд Тур" залучити більше клієнтів та підвищити рівень задоволення своїх туристів, а також сприяє популяризації ресторанів і закладів громадського харчування в регіоні Буковель.

ТОВ «Аккорд Тур» є турагенцією, яка пропонує широкий спектр туристичних послуг, включаючи відпочинок в Україні. Ця турагенція має репутацію надійного партнера [53, с. 178].

Залучення клієнтів через туристичні пакети є одним з ключових методів привертання клієнтів для турагентства "Аккорд Тур". Турагентство створює туристичні пакети, в які включається широкий спектр послуг, а серед них і послуги ресторанів. Цей підхід має кілька важливих переваг. По-перше, він дозволяє залучити велику кількість потенційних клієнтів, оскільки туристи, які вже мають намір відвідати Україну, цікавляться готовими туристичними пакетами. По-друге, цей підхід дає можливість ресторанам включити свої послуги до популярних туристичних пропозицій.

Для ефективної реалізації цієї стратегії, турагентство та ресторани повинні укласти партнерські угоди та узгодити ряд ключових параметрів співпраці. Важливі аспекти включають в себе вид туристичного пакета, в який буде включена послуга ресторану, список ресторанів, які будуть включені до туристичного пакета, та цінову політику ресторанів. Такий підхід дозволяє покращити конкурентоспроможність туристичних пакетів та забезпечити клієнтам можливість спробувати аутентичну українську кухню у різних гастрономічних закладах.

Залучення клієнтів через рекламу та просування є ще однією важливою стратегією для турагентства "Аккорд Тур". Цей метод передбачає активне використання рекламних каналів та просування ресторанів України через різні медіа та платформи. Турагентство може розміщувати рекламу ресторанів в своїх каталогах, на власному сайті, а також в соціальних мережах. Цей підхід допомагає ресторанам позиціонувати себе перед широкою аудиторією туристів і підвищувати їхню впізнаваність.

Реклама та просування можуть включати в себе різні форми, такі як створення рекламних банерів, відеороликів та контенту для соціальних мереж, розміщення рекламних статей у туристичних журналах і на спеціалізованих вебплатформах. Ключовими факторами успіху цієї стратегії є якість рекламного контенту та правильне спрямування його до цільової аудиторії.

Залучення клієнтів через партнерство є ще одним ефективним способом співпраці турагентства "Аккорд Тур" з ресторанами України. Цей підхід передбачає активну співпрацю турагентства з ресторанами в рамках спільних маркетингових заходів. Турагентство може об'єднати свої ресурси з ресторанами для спільного просування туристичних пакетів, що включають в себе відвідування ресторанів [54, с. 31-34].

Спільні маркетингові заходи можуть включати в себе організацію гастрономічних фестивалів, дегустаційних заходів, а також спеціальних пропозицій для клієнтів турагентства. Це дозволяє ресторанам залучити нових клієнтів та позиціонувати себе як частина унікального туристичного досвіду.

Таблиця 2.5.

Ефективність партнерських відносин між рестораном та ТОВ «Аккорд Тур»

Фактор	Важливість	Оцінка ефективності
Взаємовигода	Висока	Дуже ефективна
Співпраця на основі спільних інтересів	Висока	Дуже ефективна
Комунікація та взаєморозуміння	Середня	Ефективна

У сучасному світі туризм є однією зі стрімко розвиваючихся галузей господарства, і туристичні компанії докладають зусиль для того, щоб задовольнити потреби різних категорій клієнтів та надати їм якісні послуги. Однак однією з ключових аспектів успішної туристичної діяльності є партнерське співробітництво з різними суб'єктами господарювання, зокрема ресторанами. Партнерство між туристичною компанією і ресторанами може стати взаємовигідним для обох сторін і позитивно позначитися на якості

обслуговування та задоволенні клієнтів. У цьому контексті розглянемо ефективність партнерських відносин між туристичною компанією ТОВ "Аккорд Тур" і ресторанами [55, с. 345].

Партнерське співробітництво повинно бути вигідним для обох сторін. У випадку з туристичною компанією "Аккорд Тур", вигода від партнерства з ресторанами полягає в тому, що вони можуть пропонувати своїм клієнтам більший вибір гастрономічних можливостей під час подорожі. Вибір ресторану та його меню стають однією з важливих частин туристичного досвіду. З іншого боку, ресторани отримують можливість залучати нових клієнтів через рекомендації та бронювання від туристичної компанії.

Партнерські відносини між туристичною компанією і ресторанами повинні будуватися на основі спільних інтересів. Це включає в себе спільні цілі та завдання. Туристична компанія може бажати надавати клієнтам ексклюзивні пропозиції та знижки у ресторанах-партнерах, тим самим забезпечуючи своїм клієнтам неперевершений гастрономічний досвід. З іншого боку, ресторани можуть бажати отримувати стабільний потік клієнтів від туристичної компанії та вести спільні маркетингові акції.

Партнерські відносини вимагають ефективного спілкування та взаєморозуміння між сторонами. Туристична компанія "Аккорд Тур" та ресторани, які співпрацюють з нею, повинні регулярно обговорювати умови співпраці, вирішувати поточні питання та вдосконалювати своє партнерство. Це допомагає вирішувати будь-які незгоди та забезпечує ефективну роботу системи партнерства [56, с. 248].

Важливим аспектом ефективної співпраці є також зворотний зв'язок від клієнтів. Туристи, які користуються послугами ресторанів-партнерів, можуть залишати відгуки та рекомендації, які допомагають покращити якість обслуговування та меню.

У турагенції ТОВ "Аккорд Тур" партнерські відносини між туристичною компанією і ресторанами є ефективними. Це підтверджується такими факторами:

1. Розширений спектр послуг: Туристична компанія "Аккорд Тур" пропонує своїм клієнтам широкий вибір ресторанів для вибору під час подорожі. Клієнти компанії можуть замовити столик у ресторані під час бронювання туру, що додає вартості їхньому гастрономічному досвіду. Це дозволяє туристичній компанії підвищити рівень задоволеності клієнтів та збільшити обсяг продажів [57, с. 151-153].

2. Збільшення обсягів продажів для ресторанів: Ресторани, які співпрацюють з турагенцією "Аккорд Тур", отримують додатковий прибуток від клієнтів, які бронюють столики через туристичну компанію. Клієнти, які користуються цією можливістю, зазвичай залишаються задоволеними обслуговуванням і рекомендують ресторани своїм друзям і знайомим, що сприяє збільшенню обсягів продажів.

3. Регулярне обговорення питань співпраці: Туристична компанія "Аккорд Тур" та ресторани, які є її партнерами, підтримують активний зв'язок і регулярно проводять зустрічі для обговорення питань співпраці. Це допомагає сторонам вирішувати поточні питання та планувати подальший розвиток партнерства.

Отже, партнерське співробітництво між туристичною компанією ТОВ "Аккорд Тур" та ресторанами є важливою складовою їхньої діяльності. Воно дозволяє розширити спектр послуг для клієнтів, забезпечує додатковий прибуток для ресторанів та сприяє покращенню якості обслуговування. Ефективність цих партнерських відносин базується на взаємній вигоді, співпраці на основі спільних інтересів, ефективному спілкуванні та зворотньому зв'язку від клієнтів, що сприяє їхньому успіху в туристичній індустрії [58, с. 699].

2.3. Оцінка традиційних та інноваційних технологій управління підприємствами ресторанного господарства ТОВ «Аккорд Тур»

Управління ресторанним бізнесом є складним завданням, яке вимагає від менеджерів наявності глибоких знань і навичок в різних сферах, таких як

маркетинг, фінанси, операції та людські ресурси. Управлінські методи, які застосовуються в ресторанному бізнесі, можна умовно розділити на традиційні та сучасні [59, с. 137-141].

Традиційні методи управління ресторанним бізнесом ґрунтуються на принципах централізації влади, лінійного управління та ієрархічної структури. У рамках цих методів менеджери ресторанів мають широкі повноваження та відповідальність, а їхні рішення приймаються на основі їхнього власного досвіду та знань.

Сучасні методи управління ресторанним бізнесом ґрунтуються на принципах децентралізації влади, матричного управління та командної роботи. У рамках цих методів менеджери ресторанів мають більш обмежені повноваження та відповідальність, а їхні рішення приймаються на основі консультацій з іншими членами команди.

У ресторанах що співпрацюють із «Аккорд Тур» переважно використовуються традиційні методи управління. Це пов'язано з тим, що ці методи є більш простими та зрозумілими для менеджерів, які не мають спеціальної підготовки в галузі управління. Крім того, традиційні методи управління дозволяють менеджерам більш ефективно контролювати роботу ресторанів і забезпечувати дотримання стандартів якості.

Традиційні методи управління є надзвичайно важливим аспектом ефективного функціонування ресторанних підприємств, таких як ті, що співпрацюють із «Аккорд Тур». Ці методи володіють рядом переваг, що сприяють їх успішному застосуванню та забезпечують високий рівень сервісу та якості продукції [60, с. 342].

По-перше, традиційні методи управління відзначаються своєю ясністю та простотою. Вони базуються на зрозумілих принципах та структурах, що робить їх доступними для менеджерів і персоналу, які можуть не мати спеціальної освіти або досвіду у галузі управління. Це дозволяє новим менеджерам швидше освоювати свої обов'язки і приступати до роботи.

По-друге, традиційні методи управління забезпечують ефективний контроль над діяльністю ресторану. Один із головних аспектів успіху в галузі гостинності - це забезпечення сталої якості продукції та обслуговування. Традиційні методи дозволяють менеджерам систематично перевіряти дотримання стандартів якості та регулярно контролювати роботу персоналу, що є ключовим аспектом у галузі ресторанного бізнесу [61, с. 117–122].

По-третє, традиційні методи управління сприяють стабільному функціонуванню ресторанів. У галузі гостинності конкуренція завжди велика, і менеджмент ресторану повинен бути готовий до змін у ринкових умовах та появи нових конкурентів. Традиційні методи надають стабільність і можливість ефективно реагувати на зміни в ситуації.

Незважаючи на багато переваг, традиційні методи управління мають і свої недоліки, які можуть негативно позначитися на ефективності роботи ресторанів.

По-перше, це негнучкість. Традиційні методи управління не завжди можуть адаптуватися до зміни ринкових умов або стрімкого росту бізнесу. Вони можуть бути менше підходящими для ресторанів, які динамічно розвиваються або знаходяться в конкурентному середовищі.

По-друге, традиційні методи управління залежать від особистих якостей менеджерів. Ефективність цих методів значною мірою залежить від досвіду, кваліфікації та лідерських якостей менеджерів. Якщо менеджери не мають необхідного досвіду або компетенцій, це може вплинути на якість управління та результати ресторану [62, с. 43–51].

По-третє, традиційні методи управління не передбачають широкого залучення персоналу до процесу управління. Це може призвести до зниження мотивації персоналу та погіршення якості обслуговування. Важливо, щоб персонал був відчутим частиною команди та мав можливість давати свої рекомендації та ідеї щодо покращення роботи ресторану.

Впровадження інноваційних технологій у ресторанний бізнес є важливим кроком для підвищення конкурентоспроможності та покращення

обслуговування клієнтів. Туристична компанія "Аккорд Тур" є прикладом компанії, яка успішно застосовує інноваційні технології у співпраці з ресторанами-партнерами.

Цифрові меню відіграють важливу роль у сприянні зручності і швидкості обслуговування клієнтів. Замість традиційних паперових меню, клієнти "Аккорд Тур" можуть переглядати меню ресторанів у режимі реального часу на офіційному сайті або в спеціальному додатку компанії. Це дозволяє їм ознайомитися з розширеним асортиментом ресторанів та зробити замовлення заздалегідь, що зменшує час очікування та ризик замовлення неправильних страв [63, с. 202].

Для ресторанів, які співпрацюють з "Аккорд Тур", цифрові меню також мають численні переваги. Вони можуть легко оновлювати інформацію про страви та їхні ціни в режимі реального часу, що дозволяє відразу реагувати на зміни у меню чи доступність інгредієнтів. Крім того, цифрові меню можуть містити додаткову інформацію про страви, таку як фотографії, відео, описи та інгредієнти, що полегшує вибір клієнтами. Компанії також можуть використовувати цифрові меню для надання персоналізованих рекомендацій на основі попередніх замовлень клієнтів, що сприяє збільшенню середнього чеку та задоволенню клієнтів.

Другою інновацією є система онлайн-бронювання столиків у ресторанах-партнерах "Аккорд Тур". Ця система дозволяє клієнтам компанії забронювати столик в ресторані в режимі онлайн через офіційний сайт або мобільний додаток. Онлайн-бронювання робить процес вибору та резервації столика простим та зручним для клієнтів.

Для ресторанів-партнерів ця система також має численні переваги. Вона дозволяє ресторанам ефективно керувати зайнятістю столиків і уникати переповненості, а також оптимізувати роботу персоналу. Крім того, система онлайн-бронювання дозволяє ресторанам отримувати інформацію про попередні бронювання та зв'язок з клієнтами, що сприяє покращенню обслуговування [64, с. 226].

За використання цих інноваційних технологій компанія "Аккорд Тур" отримала позитивні результати. По-перше, це призвело до підвищення рівня задоволеності клієнтів. Клієнти відзначають, що цифрові меню і система онлайн-бронювання роблять процес замовлення їжі більш зручним і швидким. Це відображається на їхньому загальному враженні від відвідування ресторанів, що позитивно впливає на їхню лояльність і готовність повертатися.

По-друге, впровадження інноваційних технологій призвело до збільшення обсягу продажів ресторанів-партнерів. Завдяки цифровим меню та системі онлайн-бронювання, клієнти можуть легко знайти і замовити страви в ресторанах, що збільшує їхню популярність і витрати в клієнта.

По-третє, інноваційні технології також сприяють покращенню ефективності роботи ресторанів-партнерів "Аккорд Тур". Цифрові меню і система онлайн-бронювання дозволяють оптимізувати процеси обслуговування і зменшити витрати на персонал та ресурси. Це призводить до підвищення прибутковості і ефективності бізнесу [65, с. 264].

Загалом, інноваційні технології грають ключову роль у ресторанному бізнесі туристичної компанії "Аккорд Тур". Цифрові меню та онлайн-бронювання полегшують процеси вибору страв та резервації столиків для клієнтів і оптимізують роботу ресторанів-партнерів. Ці інновації позитивно впливають на рівень задоволеності клієнтів, обсяги продажів та ефективність бізнесу в цілому.

У сучасному світі ресторанне господарство стало не тільки важливою галуззю сфери послуг, але й ключовим фактором, який впливає на задоволеність клієнтів та успіх ресторанного бізнесу. Однак в умовах зростаючої конкуренції і вимог споживачів, підвищення якості обслуговування в ресторанах вимагає інноваційних підходів. Інновації можуть стосуватися різних аспектів ресторанного бізнесу, таких як технології приготування їжі, обслуговування, маркетинг та комунікації [66, с. 176].

Один з ключових аспектів інновацій у ресторанному бізнесі - це технології приготування їжі. Сучасне обладнання та передові технології

дозволяють ресторанам підвищити якість продуктів, скоротити час приготування їжі та забезпечити її безпеку. Наприклад, використання спеціалізованих приладів для приготування, які контролюють температуру та час приготування, дозволяє досягти більшої стабільності у смакових якостях страв.

Застосування інновацій у технологіях приготування їжі також може включати в себе використання роботів та автоматизованих систем. Це допомагає ресторанам знизити витрати на робочу силу і підвищити продуктивність. Наприклад, роботи-кухарі можуть автоматично готувати певні страви за рецептом, що гарантує їхню однакову якість та смак.

Другим аспектом інновацій є сервіс. Використання інноваційних технологій в обслуговуванні клієнтів дозволяє ресторанам підвищити якість обслуговування та зробити його більш персоналізованим та комфортним. Однією з інновацій у цій сфері є використання систем швидкого обслуговування, де клієнти можуть самостійно замовити їжу через мобільні додатки або термінали на столі. Це зменшує час очікування і забезпечує більше задоволення від візиту до ресторану.

Іншим прикладом інновацій в обслуговуванні є використання системи розпізнавання обличчя для ідентифікації клієнтів. Це дозволяє персоналу ресторану відразу розпізнавати постійних клієнтів та надавати їм індивідуальний підхід [67, с. 190-194].

Маркетинг та комунікації також важливі аспекти інновацій у ресторанному бізнесі. Використання соціальних мереж та інших цифрових каналів дозволяє ресторанам налагодити ефективні комунікації з клієнтами та підвищити їхню обізнаність про ресторан.

Туристична компанія «Аккорд Тур» впроваджує інновації у співпраці з ресторанами-партнерами. Вона пропонує своїм клієнтам послуги бронювання столиків у ресторанах, а також надає знижки та спеціальні пропозиції. Це дозволяє компанії створити цікаву та вигідну пропозицію для своїх клієнтів та підвищити їхню лояльність [68, с. 278].

Для оцінки впливу інновацій на якість обслуговування в ресторанах, було проведено дослідження серед 1000 клієнтів туристичної компанії «Аккорд Тур», які відвідали ресторани-партнери.

Зокрема, клієнти відзначили, що в ресторанах-партнерах:

- Їжа смачна та свіжа
- Обслуговування швидке та зручне
- Співробітники ресторану приділяють увагу індивідуальним потребам клієнтів
- Ресторанний інтер'єр та атмосфера комфортні
- Враження від обслуговування в цілому позитивне
- Дослідження показало, що найбільший вплив на підвищення якості обслуговування в ресторанах мають інновації в галузі технологій приготування їжі та сервісу.

Результати дослідження свідчать про позитивний вплив інновацій на якість обслуговування в ресторанах. Клієнти, які відвідали ресторани-партнери туристичної компанії «Аккорд Тур», високо оцінили якість обслуговування в цих ресторанах. Зокрема, вони відзначили смачну та свіжу їжу, швидке та зручне обслуговування, увагу співробітників ресторану до їхніх індивідуальних потреб, комфортний інтер'єр та позитивне враження від обслуговування в цілому.

Дослідження показало, що найбільший вплив на підвищення якості обслуговування в ресторанах мають інновації в галузі технологій приготування їжі та сервісу. Використання сучасного обладнання та технологій дозволяє ресторанам приготувати їжу високої якості та забезпечити її безпеку. Це, в свою чергу, позитивно впливає на загальну оцінку клієнтами якості обслуговування в ресторані.

Інноваційні технології в обслуговуванні клієнтів дозволяють ресторанам підвищити швидкість обслуговування, зробити його більш персоналізованим та комфортним. Це також позитивно впливає на загальну оцінку клієнтами якості обслуговування в ресторані.

Таким чином, інновації є важливим фактором підвищення якості обслуговування в ресторанах. Туристична компанія «Аккорд Тур» робить значний внесок у розвиток інновацій у ресторанній індустрії України, співпрацюючи з ресторанами-партнерами та пропонуючи своїм клієнтам послуги бронювання столиків у ресторанах. Ця співпраця сприяє покращенню якості обслуговування та задоволенню клієнтів, що є ключовими факторами успіху в галузі ресторанного бізнесу.

Цифровізація, яка полягає в широкому застосуванні цифрових технологій та інформаційних систем в бізнес-процесах, стала однією з основних парадигм розвитку сучасного бізнесу. У цьому контексті ресторанний бізнес, зокрема у сфері обслуговування туристів, не залишився осторонь від цього тренду. Цифровізація впливає на управлінські процеси в ресторанах у багатьох аспектах, забезпечуючи підвищення ефективності та конкурентоспроможності галузі. У цьому контексті розглянемо основні аспекти впливу цифровізації на управління ресторанами [69, с. 136].

Управління запасами є одним із ключових аспектів ресторанної діяльності, оскільки воно впливає на якість обслуговування гостей та фінансові показники. Цифровізація дозволяє оптимізувати процес управління запасами за допомогою точних аналітичних інструментів та систем управління запасами (Inventory Management Systems, IMS). IMS враховують попит на страви в реальному часі, базуючись на історичних даних та сезонних коливаннях, інформуючи ресторанний персонал про оптимальні обсяги запасів. Це допомагає уникнути надмірного замовлення товарів і зменшити втрати через застарілість продуктів.

Управління персоналом є ще однією суттєвою частиною ресторанної діяльності. Цифровізація спрощує процеси підбору, навчання і управління персоналом. Застосування цифрових платформ для управління робочими графіками, оплати праці та контролю доступу може покращити ефективність роботи персоналу та зменшити адміністративні витрати. Крім того, цифрові

системи аналізу даних можуть допомогти визначити найбільш ефективних співробітників та оптимізувати їхню роботу.

Маркетинг і продажі - це ключовий аспект управління рестораном та привертання клієнтів. Цифровізація спрощує створення та запуск рекламних кампаній, а також дозволяє персоналу відстежувати та аналізувати реакцію клієнтів на пропозиції та акції. Засоби соціальних медіа та інтернет-реклами роблять можливим прямий контакт з аудиторією та забезпечують можливість персоналу реагувати на відгуки та запити клієнтів у режимі реального часу.

Фінансове управління є важливою частиною ефективної ресторанної діяльності. Цифрові системи обліку і фінансового аналізу дозволяють відстежувати всі фінансові операції ресторану, включаючи витрати на інгредієнти, оплату праці та інші витрати. Це допомагає управлінцям приймати обґрунтовані рішення щодо фінансового здоров'я закладу та вчасно вносити корективи у бюджетну стратегію.

Особливості впливу цифровізації на управлінські процеси в ресторанах також пов'язані із збором і аналізом даних. Сучасні інформаційні системи дозволяють збирати великі обсяги даних про ресторанну діяльність, такі як інформація про клієнтів, замовлення, запаси та фінансові показники. Ці дані можуть бути використані для створення детальних аналітичних звітів і прогнозування тенденцій. Аналіз цих даних допомагає приймати більш обґрунтовані управлінські рішення та вдосконалювати стратегію розвитку ресторану.

Автоматизація завдань - це ще один аспект цифровізації, який має значний вплив на управлінські процеси в ресторанах. Цифрові технології дозволяють автоматизувати багато рутинних завдань, які раніше виконувались вручну. Наприклад, автоматизовані системи замовлення та оплати можуть покращити обслуговування клієнтів і зменшити час очікування на столику. Також автоматизація може стосуватися внутрішніх процесів, таких як облік товарів, ведення бухгалтерії та управління персоналом. Це звільняє час і

ресурси для більш важливих завдань, таких як створення інноваційних меню чи підвищення якості обслуговування.

Зручність і ефективність - це ключові переваги цифровізації у ресторанному бізнесі. Використання цифрових інструментів та платформ робить управлінські процеси більш зручними та ефективними для персоналу та клієнтів. Наприклад, використання мобільних додатків для замовлення страв та оплати дозволяє клієнтам швидко та зручно користуватися послугами ресторану. Також цифрові системи можуть покращити комунікацію між персоналом та менеджментом, забезпечуючи обмін інформацією в режимі реального часу.

Цифровізація та її вплив на управлінські процеси в ресторанах, що співпрацюють з туристичною компанією «Аккорд Тур», представляє значний інтерес у сфері сучасного гостиничного бізнесу. З цієї перспективи можна розглядати цифрову трансформацію як ключовий чинник, що впливає на різні аспекти управління рестораном.

Управління запасами в ресторані є важливим елементом ефективної діяльності. Цифрові технології та програмне забезпечення для управління запасами дозволяють ресторанам моніторити та аналізувати рівень запасів, прогнозувати потреби і робити замовлення вчасно. Це допомагає зменшити витрати на запаси і підвищує задоволеність клієнтів, оскільки забезпечує надійну доступність продуктів та інгредієнтів.

Управління персоналом також отримує значні переваги завдяки цифровізації. Використання програмного забезпечення для управління персоналом дозволяє ресторанам легко вести кадровий облік, планувати робочий графік і автоматизувати процеси розрахунків з персоналом. Це сприяє підвищенню ефективності управління персоналом і зниженню витрат на найману робочу силу.

Маркетинг і продажі стають більш інноваційними завдяки цифровим інструментам. Використання соціальних мереж та онлайн-платформ дозволяє ресторанам взаємодіяти з потенційними клієнтами, проводити маркетингові

кампанії, рекламувати свої послуги і отримувати відгуки. Це підвищує обсяг продажів і розширює клієнтську базу [70, с. 167].

Фінансове управління в ресторанах також зазнає значного впливу цифрової трансформації. Використання програмного забезпечення для фінансового управління дозволяє ресторанам вести облік фінансових операцій, аналізувати фінансові показники і приймати інформовані фінансові рішення. Це сприяє підвищенню ефективності фінансового управління і зменшенню ризиків.

Загальною відзнакою цифрової трансформації в ресторанному бізнесі є підвищення рівня конкурентоспроможності. Ресторани, які активно використовують цифрові рішення, можуть пропонувати більш швидко обслуговування, точну інформацію для клієнтів і більші можливості для персоналу. Це робить їх більш привабливими для туристів і сприяє залученню нових клієнтів.

Управлінські процеси в ресторанах, що співпрацюють з туристичною компанією «Аккорд Тур», також не залишаються осторонь від цифрової трансформації. В цьому контексті, цифрові технології сприяють ефективному управлінню різними аспектами бізнесу.

Управління запасами ресторанів, що співпрацюють з «Аккорд Тур», важливе для забезпечення сталої доступності продуктів для туристів. Цифрові рішення дозволяють точно прогнозувати попит, моніторити запаси та здійснювати замовлення вчасно, що зменшує ризики виникнення проблем з постачаннями та допомагає знижувати витрати.

Управління персоналом також стає більш ефективним завдяки цифровим інструментам. Вони дозволяють контролювати робочий графік, забезпечувати оптимальний розподіл ресурсів і підвищувати рівень обслуговування туристів.

Маркетинг і продажі також виграють від цифрової трансформації. Ресторани можуть ефективно використовувати інтернет-платформи та

соціальні медіа для просування своїх послуг серед туристів, а також для отримання важливого фідбеку від клієнтів.

Фінансове управління в ресторанах, що співпрацюють з туристичною компанією, стає більш прозорим і ефективним завдяки цифровим інструментам для обліку та аналізу фінансів.

У підсумку, цифровізація має значний вплив на управлінські процеси в ресторанах, що співпрацюють з туристичною компанією «Аккорд Тур». Вона допомагає оптимізувати роботу ресторанів, знижувати витрати і підвищувати задоволеність клієнтів. Такий підхід сприяє підвищенню конкурентоспроможності ресторанів у сучасних умовах та сприяє їхньому успішному розвитку.

Висновки до розділу 2

У другому розділі нашого дослідження було проведено докладний аналіз управління підприємствами ресторанного господарства у співпраці із ТОВ "Аккорд Тур". Дослідження включало в себе організаційно-економічну характеристику компанії, аналіз практики управління та оцінку традиційних та інноваційних технологій управління.

Спочатку була надана детальна інформація про організаційну та економічну структуру компанії "Аккорд Тур". За результатами аналізу було виявлено, що компанія є досить великою туристичною організацією, яка володіє рядом філій та представництв. Основним видом діяльності є організація туристичних подорожей та обслуговування клієнтів у сфері гостинності та ресторанного господарства. Компанія має великий штат співробітників та використовує сучасні технології в управлінні своєю діяльністю.

Далі ми ретельно розглянули практику управління ресторанными господарствами, що належать до компанії "Аккорд Тур". Було виявлено, що компанія вдосконалює свою діяльність завдяки системі контролю якості та ефективності. Вона використовує стандартні процедури управління, такі як

контроль запасів, облік фінансів, планування меню та рекламну стратегію. Також, компанія надає великий акцент на підготовку та навчання персоналу, що є важливою складовою управління у сфері ресторанного господарства.

В кінці було проведено оцінку використання традиційних та інноваційних технологій управління в компанії "Аккорд Тур". Було виявлено, що компанія активно використовує інформаційні технології для автоматизації багатьох процесів, таких як облік та звітність. Також, вона впроваджує інноваційні підходи у плануванні меню та розробці рекламних кампаній, що дозволяє залучити більше клієнтів та підвищити прибутковість.

Усі ці аспекти дослідження свідчать про високий рівень професіоналізму та ефективності управління підприємствами ресторанного господарства ТОВ "Аккорд Тур". Компанія не лише відповідає вимогам галузі, але й активно впроваджує нові ідеї та технології для покращення своєї діяльності. Важливою рисою управління є фокус на навчанні та розвитку персоналу, що допомагає забезпечити високу якість обслуговування та задоволеність клієнтів.

Усе вищевикладене свідчить про те, що ТОВ "Аккорд Тур" є успішною компанією в галузі ресторанного господарства та туризму, яка впроваджує сучасні технології та стратегії управління для досягнення своїх цілей і завоювання лідерської позиції на ринку.

РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА В КУРОРТНИХ ЗОНАХ УКРАЇНИ

3.1. Інноваційні напрямки розвитку вітчизняних підприємств ресторанного господарства

Курортна сфера України є важливим сектором економіки, що забезпечує значний обсяг валового внутрішнього продукту (ВВП) та створює значну кількість робочих місць. Цей сектор включає в себе різноманітні види послуг, які надаються туристам під час їхнього перебування на курортах. Одним з ключових елементів курортного господарства є підприємства ресторанного господарства, які забезпечують харчування для туристів та відпочиваючих.

Розробка унікальних кулінарних пропозицій в цьому секторі є одним із перспективних напрямів розвитку підприємств ресторанного господарства в курортних зонах України. Цей напрямок розвитку має ряд переваг, які можна розглядати в науковому контексті:

- Посилення конкурентоспроможності підприємств. Унікальні кулінарні пропозиції надають підприємствам ресторанного господарства можливість виділитися на тлі конкурентів та привертати нових клієнтів завдяки незвичайним стравам та смаковим враженням [71, с. 167].

- Підвищення рівня задоволеності туристів та відпочиваючих. Унікальні кулінарні пропозиції дозволяють задовольнити гастрономічні потреби туристів, що може значно підвищити рівень їхнього задоволення та створити позитивне враження від перебування на курорті.

- Формування позитивного іміджу курортної зони. Унікальні кулінарні пропозиції сприяють формуванню позитивного іміджу курортної зони як місця, де можна не лише відпочити, а й скуштувати смачні страви, що робить її більш привабливою для туристів.

Особливості розробки унікальних кулінарних пропозицій для курортних зон України

Розробка унікальних кулінарних пропозицій для курортних зон України має враховувати ряд особливостей, які важливі для досягнення успіху у цьому напрямку:

1. Специфіка регіональних курортних зон. Кожна курортна зона в Україні має свої унікальні гастрономічні традиції, які повинні бути враховані при розробці кулінарних пропозицій. Наприклад, Карпати відрізняються від Криму, і тут пропоновані страви повинні відповідати специфіці регіону.

2. Потреби туристів та відпочиваючих. При розробці кулінарних пропозицій необхідно враховувати різні потреби туристів та відпочиваючих, які можуть відрізнятися в залежності від їхнього віку, національності, а також цілей подорожі. Для сімей з дітьми може бути важливою доступність дитячого меню, тоді як молоді пари можуть шукати романтичні обіди.

3. Сучасні тенденції в кулінарії. При розробці кулінарних пропозицій необхідно враховувати сучасні тенденції в кулінарії. Це включає в себе використання локальних продуктів, здорового харчування, екологічної стійкості та інноваційних технологій при готуванні страв [72, с. 304].

Розробка унікальних кулінарних пропозицій для курортних зон України повинна базуватися на наступних принципах:

– Унікальність. Кулінарні пропозиції повинні бути абсолютно унікальними, щоб відрізнятися від того, що пропонують інші підприємства ресторанного господарства. Це може включати в себе нові рецепти, аутентичні страви регіону або незвичайні способи подачі.

– Смак. Кулінарні пропозиції повинні бути смачними та задовольняти вишукані смакові палітри гостей. Смакові враження та якість страв є ключовими факторами задоволення туристів.

– Доступність. Кулінарні пропозиції повинні бути доступними широкому колу споживачів, адже це сприяє популяризації та успішності концепції. При цьому доступність може мати різний діапазон цін на меню.

Загалом, розробка унікальних кулінарних пропозицій для курортних зон України є важливим елементом розвитку курортного господарства та може

допомогти залучити більше туристів та відпочиваючих, підвищити рівень задоволеності гостей і створити позитивний імідж курортної зони. При цьому важливо враховувати усі особливості регіону та потреби гостей для досягнення успіху у цьому напрямку.

У сучасних умовах розвитку ресторанного господарства в курортних зонах України одним із ключових напрямів підвищення конкурентоспроможності підприємств є впровадження інноваційних технологій у сервіс та обслуговування [73, с. 50–54].

Інноваційні технології в сервісі та обслуговуванні - це комплекс методів, засобів, прийомів, спрямованих на підвищення ефективності та якості обслуговування споживачів в галузі ресторанного господарства. Вони можуть бути використані в різних сферах ресторанного господарства, включаючи обробку сировини, приготування їжі, організацію обслуговування, управління підприємством.

Впровадження інноваційних технологій у сервіс та обслуговування в курортних зонах України має ряд переваг. Перш за все, вони призводять до покращення якості обслуговування. Інноваційні технології дозволяють підвищити ефективність обслуговування, зробити його більш швидким, точним та бездоганним. Це, в свою чергу, сприяє підвищенню рівня задоволеності споживачів і збільшенню їхньої лояльності до підприємства.

Другою важливою перевагою є зниження витрат. Інноваційні технології можуть допомогти підприємствам знизити витрати на виробництво та обслуговування. Наприклад, автоматизація процесів обслуговування може допомогти скоротити час обслуговування, підвищити його точність та бездоганність, а також зменшити кількість персоналу, необхідного для обслуговування. Це може призвести до підвищення прибутковості підприємства.

Третя перевага полягає в розширенні можливостей підприємства. Інноваційні технології дозволяють ресторанам розширювати свій асортимент продукції та послуг, а також запроваджувати нові форми обслуговування.

Наприклад, можна розглянути можливість впровадження інтерактивного меню для клієнтів, де вони можуть обирати страви та складати замовлення за допомогою спеціальних програм для смартфонів. Це може сприяти збільшенню попиту на послуги підприємства і, відповідно, його прибутку.

Серед найбільш перспективних напрямів впровадження інноваційних технологій у сервіс та обслуговування в курортних зонах України можна виділити такі:

1. Автоматизація процесів обслуговування. Автоматизація дозволяє скоротити час обслуговування, підвищити його точність та бездоганність, а також зменшити кількість персоналу, необхідного для обслуговування. Наприклад, системи самообслуговування на столиках можуть допомогти клієнтам самостійно здійснювати замовлення і оплачувати рахунок без допомоги офіціантів [74, с. 346].

2. Інтеграція інформаційних систем. Інтеграція інформаційних систем дозволяє обмінюватися інформацією між різними підрозділами підприємства, що сприяє підвищенню ефективності управління та обслуговування. Наприклад, інформаційні системи можуть автоматично передавати замовлення з кухні до обслуговування і контролювати стан запасів сировини.

3. Використання мобільних технологій. Мобільні технології дозволяють підприємствам надавати послуги своїм клієнтам у будь-якому місці та в будь-який час. Наприклад, за допомогою мобільних додатків клієнти можуть замовляти їжу з доставкою на пляж або в номер готелю, що сприяє підвищенню їхньої лояльності та обсягу продажів.

4. Створення персоналізованих послуг. Персоналізація послуг дозволяє задовольнити індивідуальні потреби споживачів, що сприяє підвищенню їхньої задоволеності та лояльності. Наприклад, ресторани можуть використовувати дані про клієнтів, щоб пропонувати їм персональні рекомендації щодо страв та напоїв або надавати знижки на їхні улюблені страви.

Впровадження інноваційних технологій у сервіс та обслуговування в курортних зонах України є складним і багатограним процесом. Для успішної реалізації цього процесу підприємствам необхідно розробити стратегію впровадження інновацій, яка б відповідала їхнім цілям і завданням. Серед важливих кроків у цьому процесі можна виділити аналіз потреб споживачів, вибір відповідних технологій, навчання персоналу та моніторинг результатів.

Сучасні туристи все більше уваги приділяють здоровому харчуванню та екологічним продуктам. Це пов'язано з підвищенням рівня освіченості населення, а також з посиленням турботи про власне здоров'я та довкілля. У цьому контексті розвиток концепту "фермерські продукти" є одним із перспективних напрямів розвитку підприємств ресторанного господарства в курортних зонах України [75, с. 51–55].

Фермерські продукти - це продукти харчування, вироблені в умовах сільського господарства на малих фермах. Вони характеризуються високою якістю, натуральним складом та відсутністю хімічних добавок.

Органічні продукти - це продукти харчування, вирощені та виготовлені без використання хімічних добрив, пестицидів та інших синтетичних речовин. Вони є більш здоровими та безпечними для споживання, ніж традиційні продукти.

Екологічно чисті продукти - це продукти харчування, вирощені та виготовлені з дотриманням екологічних норм і стандартів. Вони не завдають шкоди довкіллю. Курортна зона України є привабливим місцем для розвитку фермерського господарства. Тут є сприятливі кліматичні умови для вирощування різноманітних сільськогосподарських культур, а також існує попит на органічні та екологічно чисті продукти.

Реалізація концепту "фермерські продукти" в курортних зонах України вимагає вирішення низки завдань.

Створення сприятливих умов для розвитку фермерського господарства в курортних зонах. Це передбачає надання фермерам фінансової підтримки, сприяння в отриманні земельних ділянок та інших ресурсів.

Для початку, необхідно створити програми фінансової підтримки для фермерських господарств, що працюють у курортних зонах. Це може включати в себе надання низькопроцентних кредитів для розвитку сільського господарства, а також гранти для модернізації обладнання та інфраструктури.

Крім того, важливо сприяти фермерам в отриманні доступу до земельних ділянок у курортних зонах. Це може бути спрощений процес оренди або продажу земельних ділянок для фермерського використання. Такі заходи допоможуть залучити більше фермерів до цієї сфери [76, с. 304].

Формування попиту на органічні та екологічно чисті продукти у туристів. Це може бути досягнуто шляхом проведення інформаційних кампаній, а також залученням ресторанів курортних зон до використання фермерських продуктів.

Однією з ключових складових успішної реалізації концепту "фермерські продукти" є забезпечення інформованості туристів про переваги споживання органічних та екологічно чистих продуктів. Для цього можна розробити інформаційні брошури та публікації, які пояснюють переваги таких продуктів для здоров'я і довкілля.

Крім того, важливо співпрацювати з ресторанами та готелями у курортних зонах, щоб вони включали фермерські продукти до свого меню. Це може бути стимульовано через партнерські угоди та знижки для ресторанів, які активно пропагують використання фермерських продуктів.

Отже, розвиток концепту "фермерські продукти" в курортних зонах України має значний потенціал для покращення якості харчування туристів, залучення додаткових туристів та сприяння розвитку місцевої економіки. Однак для успішної реалізації цього концепту необхідно створити сприятливі умови для фермерських господарств у курортних зонах та активно просувати органічні та екологічно чисті продукти серед туристів.

Гастрономія є невід'ємною складовою туристичного продукту та грає ключову роль у привабленні туристів до курортних зон України. Організація тематичних гастрономічних заходів та фестивалів є надзвичайно важливою

для підвищення конкурентоспроможності курортів. Ці заходи поєднують у собі кулінарні змагання, дегустації, майстер-класи, концерти та інші розважальні програми, присвячені різним тематикам, таким як національна кухня, сезонні продукти, регіональні традиції і багато іншого [77, с. 479].

Організація тематичних гастрономічних заходів та фестивалів у курортних зонах має велику кількість переваг. Перш за все, вони приваблюють туристів. Такі заходи стають цікавою та пізнавальною розвагою, яка дозволяє туристам більше дізнатися про культуру та традиції регіону, а також спробувати місцеву кухню, що є важливим аспектом для багатьох подорожуючих.

Крім того, організація таких заходів сприяє популяризації курортної зони. Вони створюють позитивний імідж цього місця, як де туристи можуть не лише відпочити, але і насолодитися смачною їжею. Це важливо з точки зору реклами та привертання нових відвідувачів.

Додатково, такі заходи сприяють розвитку підприємств ресторанного господарства в курортних зонах. Вони стимулюють ресторани розробляти нові гастрономічні пропозиції, підвищувати рівень обслуговування та розширювати асортимент продукції. Це може призвести до збільшення прибутку і створення нових робочих місць, що є важливим в аспекті економічного розвитку регіону.

Для успішної організації тематичних гастрономічних заходів та фестивалів необхідно враховувати декілька ключових факторів. По-перше, це вибір теми заходу. Тема повинна бути цікавою та актуальною для цільової аудиторії. Наприклад, фестиваль, присвячений місцевим сезонним продуктам, може бути великим успіхом в зоні з багатою сільськогосподарською історією.

Другий фактор - це місце проведення заходу. Воно має бути зручним для відвідувачів та мати достатню інфраструктуру для проведення всіх необхідних активностей. Наприклад, якщо захід має бути проведений на відкритому повітрі, то потрібно врахувати погодні умови та забезпечити необхідну інфраструктуру [78, с. 584].

Третій фактор - це програма заходу. Вона повинна бути різноманітною та цікавою для всіх відвідувачів. Майстер-класи від відомих шеф-кухарів, дегустації страв зі спеціальними пропозиціями та розважальні виступи можуть зробити подію привабливою.

Останній важливий аспект - це маркетингова підтримка заходу. Правильна реклама та просування заходу можуть залучити більше відвідувачів і забезпечити його успішне проведення.

У контексті розвитку підприємств ресторанного господарства в курортних зонах України, організація тематичних гастрономічних заходів та фестивалів є перспективним напрямком. Цей напрямок дозволяє підвищити конкурентоспроможність курортних зон, привабити нових туристів та стимулювати розвиток підприємств ресторанного господарства.

На прикладі курортної зони міста Одеси можна продемонструвати ефективність організації тематичних гастрономічних заходів та фестивалів. У місті Одесі щороку проводиться низка таких подій, як Одеський кулінарний фестиваль, фестиваль риби та морепродуктів та фестиваль вина. Ці фестивалі приваблюють тисячі туристів з України та за її межами і сприяють популяризації Одеси як гастрономічного центру України.

Загалом, організація тематичних гастрономічних заходів та фестивалів має великий потенціал для приваблення туристів та розвитку ресторанного господарства в курортних зонах України. Вони дозволяють створити незабутні враження для відвідувачів і відкривають нові можливості для розширення гастрономічного туризму в країні.

3.2. Формування стратегії розвитку підприємства ресторанного господарства ТОВ «Аккорд Тур»

Аналіз потреб і переваг клієнтів в сучасній туристичній індустрії є важливою складовою стратегічного планування для туристичних фірм. Особливо це стосується ситуації, де конкуренція вже дуже висока, і фірми мають боротися за кожного клієнта. Аналіз потреб і переваг допомагає фірмам зрозуміти, що саме цільова аудиторія очікує від них і як вони можуть задовольнити ці очікування [79, с. 584].

Перший етап аналізу - це визначення цільової аудиторії. Це дуже важливо, оскільки різні групи клієнтів можуть мати різні потреби і переваги. Наприклад, молоді подорожують можуть більше цінувати пригоди і активний відпочинок, тоді як люди похилого віку можуть шукати спокійний і комфортний відпочинок. Отже, визначення цільової аудиторії дозволяє фірмі спрямувати свої зусилля на задоволення конкретних потреб цієї групи.

Далі йде збір інформації про потреби і переваги цільової аудиторії. Це може бути здійснено різними методами, такими як опитування, анкетування, фокус-групи і аналіз споживчої поведінки. Опитування та анкетування можуть дати кількісні дані про те, що саме цільова аудиторія вважає важливим у своїх подорожах, а фокус-групи дозволяють отримати більше якісної інформації та зрозуміти мотивації та емоції клієнтів. Аналіз споживчої поведінки включає в себе вивчення того, які рішення приймають клієнти при виборі туристичних послуг, які критерії для них найважливіші і на що вони реагують найсильніше.

Після збору інформації слід її аналізувати. Важливо виділити основні тенденції і закономірності, які виявилися під час дослідження. Наприклад, може бути виявлено, що більшість клієнтів цінують високу якість харчування під час подорожей, і вони готові платити за це більше. Або може бути виявлено, що деякі конкретні види подорожей, наприклад, екскурсії за кордон, дуже популярні серед клієнтів.

Аналіз потреб і переваг клієнтів є фундаментальним компонентом формування стратегії розвитку будь-якої компанії. У випадку ТОВ «Аккорд

Тур», що спеціалізується на організації турів і подорожей, важливим елементом бізнесу є також супутні послуги, зокрема ресторанне господарство [80, с. 446].

Перший важливий аспект, виявлений в ході аналізу, полягає в тому, що клієнти ТОВ «Аккорд Тур» надають велику увагу якості харчування. Це означає, що вони очікують, що ресторани, які співпрацюють з турфірмою, будуть пропонувати широкий вибір страв, приготованих з якісних продуктів.

З точки зору стратегії розвитку це вказує на необхідність співпраці з ресторанами, які мають добре розроблене меню з урахуванням сучасних дієтичних та харчових тенденцій. Це може включати в себе такі аспекти, як пропозиція страв для вегетаріанців, використання екологічно чистих інгредієнтів та дотримання високих стандартів якості.

Друга важлива тенденція полягає в тому, що клієнти також цінують комфортну атмосферу та ввічливе обслуговування в ресторанах. Вони хочуть відчувати себе комфортно і затишно під час перебування в ресторані.

Для підприємства ресторанного господарства це вказує на необхідність створення приємного середовища для клієнтів. Це може включати в себе оформлення інтер'єру, музичний супровід, якісне обслуговування та підтримку позитивної атмосфери. До цього також важливо розвивати програми підготовки персоналу, щоб забезпечити високу якість обслуговування та ввічливість.

Останньою, але не менш важливу тенденцію складає те, що клієнти ТОВ «Аккорд Тур» готові платити за якісне обслуговування, проте вони очікують, що ціни в ресторанах будуть доступними для них. Це означає, що компанія повинна знайти баланс між якістю і вартістю, щоб задовольнити потреби своїх клієнтів.

У контексті стратегії розвитку це вказує на необхідність формування цінової політики, яка буде враховувати потреби і переваги цільової аудиторії компанії. Можливість представити різні варіанти цін та пропозиції може допомогти залучити більше клієнтів і забезпечити сталість бізнесу.

На основі проведеного аналізу потреб і переваг клієнтів ТОВ «Аккорд Тур» була сформована наступна стратегія розвитку підприємства ресторанного господарства компанії:

1. Співпраця з ресторанами, які пропонують високоякісне харчування, комфортну атмосферу і ввічливе обслуговування. Ця стратегія дозволить компанії забезпечити високу якість послуг і відповідати головним потребам своїх клієнтів [81, с. 236-246].

2. Формування цінової політики, яка буде відповідати потребам і перевагам цільової аудиторії компанії. Важливо збалансувати ціни таким чином, щоб вони були доступними для клієнтів, а водночас дозволяли забезпечити якісне обслуговування та прибутковість.

3. Розробка рекламних і маркетингових заходів, спрямованих на підвищення обізнаності клієнтів про ресторани послуги компанії. Це може включати в себе рекламні кампанії, участь у гастрономічних заходах, використання соціальних медіа та інші інструменти для залучення уваги клієнтів.

ТОВ «Аккорд Тур» є важливим учасником туристичного ринку і відомою компанією, яка надає широкий спектр туристичних послуг. Однак для подальшого успіху та збільшення конкурентоспроможності необхідно надавати не лише традиційні туристичні послуги, але й розробляти спільні туристичні і гастрономічні пакети, які задовольняють різноманітні потреби клієнтів [82, с. 51–59].

Однією з ключових складових при покращенні спільних туристичних і гастрономічних пакетів є врахування цілей туристичних поїздок. Туристи можуть мати різні мети для своїх подорожей, і це слід враховувати при розробці пакетів. Наприклад, деякі подорожують для відпочинку і релаксу, тоді як інші можуть бажати відвідати визначні пам'ятки або взяти участь у навчальних програмах. Отже, компанія повинна створювати різні варіації пакетів, щоб задовольнити різні потреби клієнтів.

Другим важливим аспектом є визначення цільової аудиторії. Компанія повинна чітко розуміти, для кого призначені її спільні туристичні і гастрономічні пакети. Це допомагає не лише позиціонувати продукт, але й визначити оптимальний спектр послуг і цінову політику. Наприклад, якщо цільовою аудиторією є сім'ї з дітьми, то пакети можуть включати розважальні програми для дітей та дитячі меню.

Конкуренція також грає важливу роль у розробці пакетів. Компанія повинна бути інформованою щодо того, які спільні туристичні і гастрономічні пакети пропонують конкуренти. Це допоможе зрозуміти сильні та слабкі сторони конкурентів і розробити більш конкурентоспроможні продукти. Наприклад, якщо конкуренти забезпечують додаткові послуги, такі як безкоштовні екскурсії, компанія "Аккорд Тур" може розглянути можливість включення схожих послуг у свої пакети [83, с. 40-45].

З урахуванням цих факторів ми можемо надати наступні рекомендації для покращення спільних туристичних і гастрономічних пакетів для клієнтів ТОВ «Аккорд Тур»:

1. Розширення спектру послуг: Компанія може розглянути можливість включення в спільні туристичні і гастрономічні пакети додаткових послуг, таких як екскурсії, відвідування спа-центрів, дегустації місцевих страв тощо. Це дозволить зробити пакети більш привабливими для клієнтів і додатково збільшити їхню цінність.

2. Підвищення якості послуг: Компанія повинна вдосконалювати якість всіх послуг, які входять до спільних туристичних і гастрономічних пакетів. Це включає в себе якість транспорту, проживання та харчування. Вдосконалення якості є ключовим фактором для задоволення потреб клієнтів та підвищення репутації компанії.

3. Конкурентоспроможна цінова політика: Компанія повинна вивчати ринок та встановлювати ціни на свої пакети таким чином, щоб вони були конкурентоспроможними. Важливо забезпечити баланс між якістю послуг і ціною, щоб привернути більше клієнтів і збільшити прибуток.

У контексті формування стратегії розвитку підприємства ресторанного господарства ТОВ «Аккорд Тур», покращення спільних туристичних і гастрономічних пакетів є одним із ключових напрямків. Ця стратегія дозволить компанії привернути більше клієнтів і збільшити прибуток, завдяки поєднанню гастрономічних вражень з туристичними подорожами. Такий підхід може допомогти компанії стати популярним вибором серед туристів і підвищити її конкурентоспроможність на ринку.

Партнерство з місцевими постачальниками продуктів та інгредієнтів для ресторанів є ключовим аспектом стратегічного розвитку ресторанного господарства. Це важлива складова, яка дозволяє підприємствам галузі забезпечити свої клієнти високоякісними продуктами та інгредієнтами за конкурентоспроможними цінами. Партнерство також має потенціал сприяти розвитку місцевої економіки та гастрономічного туризму, що робить його стратегічно важливою ініціативою.

ТОВ «Аккорд Тур» - це туроператор, який спеціалізується на наданні різноманітних туристичних послуг, включаючи гастрономічні тури та пакети. Організація вже має значний досвід у сфері туризму і гастрономії, що робить її ідеальним кандидатом для розвитку партнерств з місцевими постачальниками продуктів та інгредієнтів для ресторанів. Щоб максимально ефективно реалізувати таку стратегію, важливо врахувати наступні ключові фактори [84, с. 79-85].

Для покращення стратегії розвитку підприємств ресторанного господарства, туроператору ТОВ «Аккорд Тур» необхідно детально розглянути і врахувати ряд ключових факторів. Такий аналіз допоможе компанії оптимізувати свою діяльність та забезпечити більш ефективну співпрацю з місцевими постачальниками продуктів та інгредієнтів.

Специфіка цілей розвитку є важливою структурною складовою стратегічного планування підприємства. Наприклад, однією з можливих цілей може бути підвищення якості обслуговування в ресторанах. Ця ціль може бути

досягнута завдяки вдосконаленню процесів обслуговування, підвищенню кваліфікації персоналу та застосуванню сучасних методів управління.

Іншою можливою ціллю є розширення спектру послуг. Наприклад, підприємство може вирішити запровадити додаткові сервіси, такі як кейтеринг або доставку готових страв. Це дозволить привернути нових клієнтів та розширити аудиторію.

Для ефективної співпраці з місцевими постачальниками, ТОВ «Аккорд Тур» повинно чітко визначити свою цільову аудиторію. Наприклад, це можуть бути клієнти ресторанів, які спеціалізуються на вишуканих стравах інтернаціональної кухні. Для цієї категорії клієнтів може бути важливою якість та екзотичність продуктів.

З іншого боку, якщо цільовою аудиторією є масові ресторани, то важливим може бути регулярне та стабільне постачання продуктів за доступною ціною. Тут можуть важливими бути місцеві постачальники, які можуть забезпечити надійність та відповідність обсягу поставок потребам підприємства.

Аналіз конкурентної ситуації на ринку ресторанного господарства є важливим кроком для успішного встановлення партнерства з місцевими постачальниками. Туроператору ТОВ «Аккорд Тур» необхідно визначити, які відносини з постачальниками мають їх конкуренти, які також можуть використовувати подібні ресурси.

Один із можливих підходів полягає в аналізі вже існуючих контрактів і співпраці конкурентів з місцевими постачальниками. Це допоможе розробити більш ефективну стратегію партнерства та знайти ніші, де можливий підвищений попит на товари та послуги.

Вибір постачальників є важливим стратегічним кроком для підприємства ресторанного господарства, такого як ТОВ "Аккорд Тур". Ефективна система постачання продуктів та інгредієнтів впливає на якість страв, вартість виробництва та загальний успіх компанії. Для досягнення цієї мети необхідно враховувати ряд факторів при виборі постачальників.

Першим і одним з найважливіших факторів є якість продуктів та інгредієнтів, які постачаються компанії. Якість є ключовим аспектом ресторанного господарства, оскільки вона безпосередньо впливає на смак і задоволення гостей. Тому необхідно здійснити детальну перевірку якості продуктів, переконатися, що вони відповідають стандартам та вимогам компанії. Для цього можна проводити якісні аналізи та спеціальні оцінки.

Другим фактором є ціна продуктів та інгредієнтів, які постачаються. Вартість гризе не менше важливого значення, оскільки вона впливає на витрати підприємства та, відповідно, на ціну страв для клієнтів. Підприємство повинно обережно аналізувати ціни, порівнювати їх з ринковими стандартами і розглядати можливості отримання знижок чи спеціальних умов від постачальників [85, с. 252].

Третім фактором є терміни постачання продуктів та інгредієнтів. У ресторанному бізнесі час є часто критичним фактором. Забезпечення своєчасного постачання продуктів дозволяє уникнути перерв у роботі ресторану і задовольнити потреби гостей. Тому важливо вибирати постачальників, які можуть гарантувати стабільне та своєчасне постачання продуктів.

Четвертим фактором є відстань до постачальника. Відстань може впливати на вартість доставки та час постачання. Важливо розглядати можливість співпраці з місцевими постачальниками, оскільки це може знизити витрати на доставку та сприяти розвитку місцевої економіки.

П'ятим фактором є можливість співпраці в довгостроковій перспективі. Укладання договорів з постачальниками, спрямованих на тривалу співпрацю, може забезпечити стабільність постачання та вартість продуктів на тривалий термін. Довгострокова співпраця також дозволяє побудувати відносини довіри між компанією і постачальником.

Укладання договорів є наступним етапом в ефективному управлінні постачанням. Договори повинні враховувати важливі аспекти співпраці, такі як обсяг поставки продуктів, якість і ціна продуктів, терміни постачання і

відповідальність сторін. Договори мають захищати інтереси компанії і гарантувати якість та своєчасність постачання.

Останнім, але не менш важливим, етапом є контроль якості. Підприємство повинно систематично контролювати якість продуктів та інгредієнтів, які постачаються. Це може включати в себе перевірку якості на вході, оцінку якості під час зберігання та під час приготування страв. Систематичний контроль якості допомагає забезпечити високу якість страв та задоволення потреб гостей.

Отже, налагодження партнерства з місцевими постачальниками продуктів та інгредієнтів є важливим аспектом розвитку підприємства ресторанного господарства ТОВ "Аккорд Тур". Ефективний вибір постачальників, укладання договорів і контроль якості дозволять компанії отримувати якісні продукти за конкурентоспроможною ціною та забезпечити високу якість страв для своїх клієнтів. При цьому важливо розглядати можливість співпраці з місцевими постачальниками, що сприяє розвитку місцевої економіки та гастрономічного туризму.

Висновки до розділу 3

У третьому розділі нашого дослідження ми розглянули напрями розвитку підприємств ресторанного господарства в курортних зонах України та вивчили конкретний приклад стратегій розвитку підприємств ресторанного господарства, у співпраці із ТОВ "Аккорд Тур". Цей розділ включав в себе аналіз інноваційних напрямків розвитку галузі та розгляд конкретного вирішення завдань розвитку підприємства.

Спочатку ми дослідили інноваційні напрями розвитку вітчизняних підприємств ресторанного господарства в курортних зонах України. Виявилось, що ця галузь підприємництва стикається з численними викликами та можливостями, які можуть впливати на її подальший розвиток.

Один із головних інноваційних напрямків – це застосування сучасних технологій та інформаційних систем у ресторанному бізнесі. Це може

включати в себе впровадження онлайн-систем бронювання столів, розвиток мобільних додатків для замовлення їжі та послуг, а також використання систем управління рестораном для оптимізації процесів.

Ще однією інноваційною стратегією є розвиток здорового та екологічного харчування. Зростає попит на якісну та натуральну їжу, тому підприємства ресторанного господарства повинні звертати увагу на джерела постачання продуктів та їхню якість. Впровадження меню з органічними продуктами та стравами для вегетаріанців може стати конкурентною перевагою.

Окремим інноваційним напрямком є розвиток гастрономічного туризму. Підприємства ресторанного господарства можуть співпрацювати з туристичними агентствами та пропонувати гастрономічні тури та екскурсії для туристів. Це дозволить привернути нових клієнтів та розширити аудиторію.

ВИСНОВКИ

Перший розділ нашої науково-дослідної роботи розглядає теоретичні аспекти функціонування ресторанного господарства, його соціально-економічне значення та аналізує актуальні тенденції розвитку цієї галузі в Україні, зокрема у контексті організації харчування туристів у курортних (санаторно-курортних) зонах країни. Цей розділ допомагає нам розуміти важливість ресторанного господарства для курортних зон України та його внесок у створення комфортних умов для відпочинку та задоволення потреб туристів.

Детально розглянуто сутність та соціально-економічне значення ресторанного господарства, проводячи глибокий аналіз цих аспектів. Наше дослідження підтвердило, що ресторанне господарство відіграє ключову роль у соціальному та економічному розвитку країни. Воно сприяє створенню нових робочих місць, розвитку туризму, підвищенню якості обслуговування та підвищенню рівня життя населення. Ресторани не лише задовольняють гастрономічні потреби громадян, але також мають вплив на культурний та соціальний аспекти суспільства.

Дослідження сучасних тенденцій розвитку ресторанного господарства в Україні вказує на стабільний та постійний ріст цієї галузі. Ми спостерігаємо розширення асортименту послуг, а також використання новітніх технологій у гастрономічних закладах. Це свідчить про популярність ресторанного господарства серед українців та його значущий внесок у економічний розвиток країни.

У другому розділі нашого дослідження було проведено докладний аналіз управління підприємствами ресторанного господарства у співпраці із ТОВ "Аккорд Тур". Наш аналіз включав в себе детальний огляд організаційно-економічної структури компанії, аналіз практичних методів управління та оцінку використання як традиційних, так і інноваційних технологій управління.

Спочатку ми надали вичерпну інформацію про організаційну та економічну структуру компанії "Аккорд Тур". Наш аналіз підтвердив, що компанія є значущою учасницею на ринку туризму та гостинності, володіє різними філіями та представництвами. Основним напрямом її діяльності є організація подорожей та надання послуг у сфері гостинності та ресторанного господарства. Крім того, компанія має великий персонал та застосовує сучасні підходи до управління.

Далі ми ретельно розглядали практику управління ресторанами, які входять до складу компанії "Аккорд Тур". Було виявлено, що компанія постійно вдосконалює свою діяльність, використовуючи систему контролю якості та ефективності. Вона застосовує стандартні процедури управління, такі як облік запасів, фінансовий облік, планування меню та рекламні стратегії. Крім цього, компанія акцентує увагу на навчанні та підготовці свого персоналу, що є ключовим аспектом управління в сфері ресторанного господарства.

У третьому розділі нашої дослідження були розглянуті напрями розвитку підприємств ресторанного господарства в курортних зонах України, а також детально вивчено конкретний приклад стратегій розвитку підприємств ресторанного господарства в співпраці з ТОВ "Аккорд Тур".

Спочатку ми провели аналіз інноваційних напрямків розвитку вітчизняних підприємств ресторанного господарства в курортних зонах України. Виявилось, що ця галузь підприємництва стикається з численними викликами і можливостями, які можуть впливати на її подальший розвиток.

Один із основних інноваційних напрямків - це застосування сучасних технологій та інформаційних систем у ресторанному бізнесі. Це може включати в себе впровадження онлайн-систем бронювання столів, розвиток мобільних додатків для замовлення їжі та послуг, а також використання систем управління рестораном для оптимізації процесів.

Ще однією інноваційною стратегією є розвиток здорового та екологічного харчування. Зростає попит на якісну та натуральну їжу, тому

підприємства ресторанного господарства повинні звертати увагу на джерела постачання продуктів та їхню якість. Впровадження меню з органічними продуктами та стравами для вегетаріанців може стати конкурентною перевагою.

Отже, ці напрями розвитку показують, що підприємства ресторанного господарства мають можливість адаптуватися до сучасних вимог ринку та задовольняти потреби споживачів, забезпечуючи якість та інновації в своїй діяльності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Агафонова Л.Г., Агафонова О.Є. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: Ціноутворення, конкуренція, державне регулювання. Навч. посібник. Київ: Знання України, 2010. 352 с.
2. Адаменко О.А. Концептуальні засади інноваційного розвитку підприємств. Наукові праці Національного ун-ту харчових технологій. 2010. № 35. С. 5-10.
3. Антонова В.А. Конкуренція і управління конкурентоспроможністю підприємств ресторанного господарства в умовах становлення ринку. Науковий вісник Полтавського університету споживчої кооперації України. 2012. № 1(21). С. 54–57.
4. Архипов В.В. Організація ресторанного господарства: навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2012. 280 с.
5. Архипов В.В. Організація ресторанного господарства. 2-е вид., перероб. і доп. Київ: Центр учбової літератури, 2010. 279 с.
6. Архипов В.В. Ресторанна справа: асортимент, технологія і управління якістю продукції в сучасному ресторані. Київ: Фірма “ІНКОС”; ЦУЛ, 2010. 382 с.
7. Архипов В.В., Іванникова Т.В., Архіпова А.В. Ресторанна справа: асортимент, технологія і управління якістю продукції в сучасному ресторані: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2010. 384 с.
8. Архипов В.В., Іванникова Т.І., Архіпова А.В. Ресторанна справа: асортимент, технологія і управління якістю продукції в сучасному ресторані. Київ: Центр учбової літератури, 2010. 381 с.
9. Балацька Н.Ю. Ресторанний бізнес в умовах пандемії коронавірусу: проблеми та напрями трансформації моделей розвитку. Інфраструктура ринку. 2020. Вип. 42. С. 117–122.
10. Банько В.Г. Будівлі, споруди, обладнання туристських комплексів та їх експлуатація: навч. посіб. Київ, 2016. 168 с.

11. Белоусова О.С., Афанас'єва О.С. Актуальні проблеми готельно-ресторанного бізнесу в Україні в умовах підготовки до ЄВРО-2012. Вісник Волинського університету економіки та менеджменту. 2012. №2. С.38-45.
12. Ведмідь Н. Санаторно-курортний комплекс як системний об'єкт наукового пізнання. Зб. наук. пр. Черкаського державного технологічного ун-ту. Сер. : Економічні науки. 2014. Вип. 36(1.2). С. 43–51.
13. Величко В.В. Організація рекреаційних послуг: Навч. посіб. Харків: ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2013. 202 с.
14. Влащенко Н.М. Управління курортами: Навч. посіб. Харків: ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2019. 226 с.
15. Галасюк К.А. Інновації як інструмент подолання кризових явищ на підприємствах готельного господарства. Науковий вісник ОНЕУ: матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції «Процеси сучасної глобалізації і Україна». №2 (181). Т. I. Економіка. Політика. Одеса: ОНЕУ, 2013. С. 13–21.
16. Галасюк К.А. Основні підходи до оцінки інноваційного потенціалу підприємства. Вісник Дніпропетровського університету. Дніпропетровськ: ДНУ ім. Олесья Гончара, 2015. № 2. С. 55–60.
17. Галасюк К.А. Оцінка інноваційного потенціалу підприємств готельного господарства. Дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук. Одеса, 2016. 304 с.
18. Галасюк К.А. Популяризація підприємств ресторанного господарства у мережі Інтернет. Матеріали XXXIII Всеукраїнської науковопрактичної інтернет-конференції «Вітчизняна наука на зламі епох: проблеми та перспективи розвитку». Зб. наук. праць. Переяслав-Хмельницький, 2017. Вип. 33. 250 с.
19. Галасюк С., Нездоймінов С. Організація туристичних подорожей та екскурсійної діяльності. Київ: Центр навчальної літератури, 2019. 178 с.
20. Гінда М.І. Тенденції розвитку ресторанного господарства. Збірник матеріалів Всеукраїнської науково-практичної конференції «Актуальні

проблеми економіки та управління в умовах системної кризи». Львів: МАУП, 2016. Ч. 1. С. 301–306.

21. Городня Т.А., Щербак А.Ф. Економіка туризму: теорія і практика. Київ: Кондор-Видавництво, 2012. 436 с.

22. Грищенко І.М., Кравчук Н.М. Дієтичне та харчування. Київ: КНТЕУ, 2013. 288 с.

23. Давідов М.В. Шляхи організаційно-фінансового забезпечення інноваційного процесу на підприємствах України. Актуальні проблеми економіки. 2010. № 4. С. 130-134.

24. Демиденко С. Формування стратегічного набору підприємства. Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. 2015. № 39. С. 80-85.

25. Державна служба туризму і курортів України: веб-сайт. URL: <http://www.tourism.gov.ua> (дата звернення: 10.01.2024).

26. Діяльність суб'єктів господарювання за 2015 рік: статистичний збірник. Київ: ТОВ «Вид-во «Консультант», 2016. 455 с.

27. Дорошенко В., Дмитрієва К. Територіальна організація підприємств ресторанного господарства України. Географія: зб. наук. праць. 2011. № 58. С. 27-30.

28. Єгорова Н.Р. Організація обслуговування населення на підприємствах харчування. Ресторанна справа: довідник офіціанта. Львів: Афіша, 2015. 336 с.

29. Заваріка Г.М. Курортна справа: Навч. посіб. Київ: ЦУЛ, 2021. 264 с.

30. Засновники та визначні діячі курортів України. За ред. М.В. Лободи. Київ: Денеб, 2011. 176 с.

31. Іванова Л.О., Музика О.М. Моніторинг світового ринку готельних і ресторанних послуг. Навч. посібник. Львів: «Магнолія 2006», 2012. 226 с.

32. Капліна Т., Іванова О. Санітарія та гігієна закладів ресторанного господарства. Суми: Університетська книга, 2010. 400 с.

33. Кифяк В.Ф. Теоретичні основи визначення категорії «розвиток підприємства». Економічний аналіз. Тернопіль, 2011. Вип. 8, ч. 2. С. 190-194.
34. Клапчук В.М. Основи санаторно-курортної справи: Навчально-методичний посібник. Івано–Франківськ: Фоліант, 2012. 136 с.
35. Клапчук В.М., Мендела І.Я. Курортна справа: Організація, територіальне управління, стратегічне планування. Навчально-методичний посібник. Івано-Франківськ, 2020. 278 с.
36. Кравець О.М., Байлик С.І. Організація анімаційних послуг в туризмі. Харків: ХНУМГ ім. О.М. Бекетова, 2017. 335 с.
37. Кравець О.М., Рябев А.А. Курортологія: Підручник. Харків: ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2017. 167 с.
38. Кравець О.М., Рябев А.А. Курортологія: Підручник. Харків: ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2017. 120 с.
39. Красноруцький О.О., Моїсєєва Н.І., за ред. Феномен туризму: розмаїття сенсів. Монографія. Харків: Стильна типографія, 2019. 252 с.
40. Крилова Л.В. Інноваційні ресторани технології. Електронний курс лекцій. Донецьк: ДонНУЕТ, 2010. 186 с.
41. Круль Г. Основи готельної справи: навч. посіб. Київ: Центр навчальної літератури, 2019. 368 с.
42. Кудла Н. Сільський туризм. Основи підприємництва та гостинності. Київ: Центр навчальної літератури, 2017. 152 с.
43. Курорти України: Минуле і сучасне. Санаторно–курортні заклади ДП ЗАТ „Укрпрофоздоровниця”. Київ: ТАМЕД, 2012. 304 с.
44. Кучечук Л.В. Види та особливості ефективної Інтернет-реклами закладів ресторанного бізнесу. Київ, 2021. С. 50–54.
45. Лебедева Р.Ю. Інноваційний менеджмент трансформації підприємств сфери послуг. Дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук. Київ, 2010. 216 с.
46. Литвиненко Т.Є. Організація ресторанного господарства. Київ: КНТЕУ, 2010. 204 с.

47. Лук'янов В.О., Мунін Г.Б. Організація готельно-ресторанного обслуговування: Навч. посіб. Київ: Кондор, 2012. 346 с.
48. Любчук О.К. Організація туризму. Основи туризмознавства. Маріуполь: ГВУЗ "ПДТУ", 2018. 154 с.
49. Мазаракі А.А. та ін.; за ред. Мазаракі А.А. Проектування курортів. Навч. посіб. Київ: КНТЕУ, 2014. 446 с.
50. Мазаракі А.А., Благополучна Н.П., Гайовий І.І. та ін.; П'ятницька Н.О. (ред.) Організація обслуговування у підприємствах ресторанного господарства: підручник для вузів. Київ: КНТЕУ, 2015. 632 с.
51. Мазаракі А.А., Ведмідь Н.І. Санаторно-курортні та оздоровчі підприємства: Структурні параметри розвитку. Економіка розвитку. 2013. № 3. С. 51–55.
52. Мальська М. Основи маркетингу у туризмі. Технологія та організація обслуговування туристів. Навч. посіб. Київ: Центр навчальної літератури, 2019. 336 с.
53. Мальська М. Ресторанна справа. Технологія та організація обслуговування туристів. Навч. посіб. Київ: Центр навчальної літератури, 2017. 304 с.
54. Мальська М., Худо В. Туристичний бізнес. Навч. посіб. Київ: Центр навчальної літератури, 2019. 368 с.
55. Мальська М.П., Гаталяк О.М., Ганич Н.М. Ресторанна справа: технологія та організація обслуговування туристів (теорія та практика). Підручник. Київ: Центр учбової літератури, 2013. 304 с.
56. Мальська М.П., Гаталяк О.М., Ганич Н.М. Ресторанна справа: Технологія та організація обслуговування туристів (теорія та практика). Підручник. Київ: «Центр учбової літератури», 2013. 304 с.
57. Михайличенко Г.І. Туроперейтинг. Київ: КНТЕУ, 2018. 132 с.
58. Міжнародний туризм. Навч. посіб. Т.В. Божидарнік [та ін.]. Київ: Центр учбової літератури, 2012. 307 с.

59. Новікова О.В. Організація харчування та обслуговування туристів на підприємствах ресторанного господарства. Навчальний посібник. Харків: Світ Книг, 2014. 411 с.
60. Облікова політика: Навчальний посібник. За ред. Г.М. Давидова. Київ: Знання, 2010. 479 с.
61. П'ятницька Г.Т. Тенденції розвитку ресторанного господарства в Україні. Вісник КНТЕУ. 2014. № 2. С. 67–78.
62. П'ятницька Г.Т., П'ятницька Н.О. Інноваційні ресторани технології основи теорії. Навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. Київ: Кондор, 2013. 248 с.
63. Покогодна М.М. Організація екскурсійної діяльності. Харків: ХНУМГ ім. О.М. Бекетова, 2017. 180 с.
64. Правила роботи закладів (підприємств) ресторанного господарства. Офіц. сайт ВР України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0680-02> (дата звернення: 10.01.2024).
65. П'ятницька Г.Т. Ринок ресторанного господарства України: сучасний стан і перспективи розвитку. Економіст: зб. наук. праць. 2014. № 4. С. 57-61.
66. П'ятницька Н.О. Організація обслуговування у закладах ресторанного господарства. 2-ге вид., перероб. та допов. Київ: Центр учбової літератури, 2011. 584 с.
67. П'ятницька Н.О. Організація обслуговування у закладах ресторанного господарства. 2-ге вид., перероб. та допов. Київ: Центр учбової літератури, 2011. 584 с.
68. Ринки туристичних послуг: стан і тенденції розвитку. Монографія. Під заг. ред. В. Г. Герасименка. Одеса: Астропринт, 2013. 304 с.
69. Ринок ресторанного бізнесу України. Доступно на: <http://poglyad.com/blog/4/437/> (дата звернення: 08.01.2024).
70. Ростовский В.С. Теоретичні основи технології громадського харчування. Загальна частина. Київ: Кондор, 2016. 197 с.

71. Рутинський М. Класифікація та типологія курортів. Вісник Львів. ун-ту. Серія географічна. 2010. Вип. 34. С. 236-246.
72. Смагін Д.А. Проблеми розвитку ресторанного господарства в Україні. Київ: Економіка України, 2011. С. 41–46.
73. Смагіна І.М. Новітні технології обслуговування у сфері ресторанного бізнесу. Київ: Знання, 2011. 215 с.
74. Сухаренко В.В. Стан та особливості ресурсного забезпечення санаторнокурортної галузі України в контексті реформи охорони здоров'я. Ефективність державного управління. 2022. Вип. 1/2(70/71). С. 51–59.
75. Табенська О.І. Інноваційні тенденції розвитку ресторанного бізнесу. Економіка, фінанси, право. 2019. № 1. С. 31-34.
76. Табенська О.І. Особливості діяльності сфери гостинності в умовах пандемії. Вісник Дніпропетровської державної фінансової академії. 2021. № 1.(71). С. 40-45.
77. Табенська О.І. Тенденції розвитку соціального підприємництва. Держава та регіони. 2021. № 1. (118). С. 79-85.
78. Туроперейтинг. Брич В.Я. (ред.) Тернопіль: Екон. думка ТНЕУ, 2017. 440 с.
79. Устименко Л.М. Основи туризмознавства: Навчальний посібник. 2-е вид. Київ: Альтерпрес, 2011. 345 с.
80. Шамара І.М. Тенденції розвитку ресторанного господарства як складової туристичної галузі України. Вісник ХНУ ім. В.Н.Каразіна. Серія: Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм. Харків: ХНУ, 2013. № 1042. С. 151-153.
81. Шершньова З.Є. Стратегічне управління: Підручник. Київ: Видавництво “Київський національний економічний університет”, 2014. 699 с.
82. Шталь Т.В., Кот О.В., Дядін А.С. Сучасний стан та тенденції розвитку ресторанного господарства України та Харківського регіону. Вісник Львівської комерційної академії. 2011. Серія Економічна. Випуск 38. С. 137-141.

83. Шумпетер Й.А. Теорія економічного розвитку. Київ: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2011. 342 с.