

УДК 338.488.2:640.4;477

DOI: 10.31651/2076-5843-2018-4-116-122

ЯЦЕНКО Володимир Микитович,
д.е.н., професор, професор кафедри туризму і
готельно-ресторанної справи,
Черкаський національний університет імені
Богдана Хмельницького,
м. Черкаси, Україна
ORCID ID: 0000-0001-7180-0986
JacenkoVM@bigmir.net

ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННЕ ГОСПОДАРСТВО ЯК СКЛАДОВА ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ, ЙОГО РОЗВИТОК ТА СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ

Досліджено тенденції розвитку туристичних закладів та підприємств готельно-ресторанного господарства. Наведено сучасні тренди в ресторанному і туристичному бізнесі. Розглянуто розвиток інтеграційних форм організації діяльності підприємств готельно-ресторанного господарства в Україні на мережевих засадах відомих західних корпорацій. Визначено маркетингові детермінанти розвитку готельно-ресторанних мереж та систему управління підприємствами готельно-ресторанного бізнесу. Обґрунтовано ефективність процесу організації і управління підприємствами на основі сучасних інформаційних технологій, що використовують сукупність методів і засобів реалізації операцій збору, передачі, накопичення і обробки інформації на базі програмно-апаратного забезпечення. Зазначено, що визначальним чинником в ході автоматизації підприємств готельно-ресторанного бізнесу є комплексний підхід, який визначається правильною організацією бізнес-процесів, сучасним високотехнологічним устаткуванням і надійністю контрольних функцій програмного забезпечення.

Ключові слова: готельно-ресторанне підприємництво, туристична галузь, тренди, ефективність управління, програмне забезпечення, автоматизація.

Постановка проблеми. Готельно-ресторанне господарство є одним із головних факторів та важливою складовою туристичної інфраструктури. Це пояснюється тим, що жодна туристична поїздка не можлива без готельного обслуговування та харчування. Воно є невід'ємною складовою не лише туристичного продукту, а й повсякденного життя. Готельно-ресторанне господарство швидко розвивається і має можливість стати одним із найважливіших секторів туристичної діяльності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню готельно-ресторанного господарства як складової туристичної галузі приділяли відомі вітчизняні та зарубіжні автори Мельниченко С. В., Катенев В. І., Катькало В. С., Андренко І. Б., Юрій Е. О., Скопень М. М., П'ятницька Г. Т., Яшина О. В. та ін. Але незважаючи на значну кількість ґрунтовних науково-практичних досліджень у цій сфері низка питань, зокрема таких, що стосуються розвитку готельно-ресторанного господарства як складової туристичної галузі, ще недостатньо розроблені.

Мета та завдання дослідження. Метою статті є дослідження тенденцій розвитку підприємств готельно-ресторанного господарства та туристичних закладів. Відповідно до цього розглянуто сучасні тренди в ресторанному і туристичному бізнесі, розвиток інтеграційних форм організації діяльності підприємств готельно-ресторанного господарства в Україні на мережевих засадах відомих західних корпорацій. Визначено маркетингові детермінанти розвитку готельно-ресторанних мереж та систему управління підприємствами готельно-ресторанного бізнесу. Обґрунтовано ефективність процесу організації і управління підприємствами на базі програмно-апаратного забезпечення.

Виклад основного матеріалу дослідження. Однією із головних цілей готельно-ресторанного підприємства повинно бути задоволення потреб клієнтів на належному рівні та отримання прибутку. Для цього необхідно слідкувати за змінами в світових тенденціях та популярних трендах, що притаманні даному виду обслуговування.

В останні десятиліття в розвитку закладів ресторанного господарства окреслилися такі тенденції:

- формування нових напрямів сучасної кулінарії;
- поглиблення спеціалізації ресторанів;
- створення міжнародних ресторанних ланцюгів;
- удосконалення форм праці та впровадження досягнень науково-технічного прогресу.

Також зростає популярність етнічних страв. З'являється ще більше спеціалізованих інгредієнтів, рецептів і технологій приготування. Чим далі тим більше входять до моди китайська, японська та тайська кухні. Згодом можуть набути популярності корейська та японська кулінарія.

Ресторанний ринок не може бути одноманітним, він формується під впливом смакових уподобань абсолютно різних людей, звідси і цілий спектр пропозицій. Більшість популярних концепцій успішно уживаються на одній території і дають можливість у буквальному сенсі нагодувати кожного – вегетаріанця, любителя м'яса або навіть сиріода.

Наведемо деякі сучасні тренди в ресторанному бізнесі.

1. Fast food. Лідер останніх декількох десятиліть, як індустрія швидкого харчування.
2. Fish and Chips. Традиційне блюдо англійської кухні. Також входить в формат фастфуду, але пропонує абсолютно нове блюдо – у фритюрі рибу разом з картоплею фри. Під назвою страви Fish and Chips відкриваються цілі мережі кафе.
3. Паста. Звичне ставлення споживачів до пасти змінюється. З'являються на ринку заклади, де пасту можна з'їсти швидко. Відвідувачам пропонують вибрати вид пасти і соус. В меню також є сендвічі-паніні, салати, десерти. Безумовно макаронні вироби від локшини до спагетті сьогодні в моді.
4. Мексиканська кухня. Секрет популярності криється в стравах, які підходять і для повноцінного обіду, і як закуска до пива та інших напоїв. В меню обов'язково є буріто, енчілада, начос, кесаділья і т.д. [1].

Всебічне дослідження міжнародних трендів у ресторанному бізнесі за останні п'ять років дозволило визначити найстійкіші з них, врахування яких є обов'язковим для ресторанного бізнесу України.

Першим стійким трендом є здорове харчування. Щорічними його підтвердженнями є тенденції: корисного та дієтичного харчування, дитячого харчування, популярності вегетаріанської та веганської кухонь, страв та напоїв з мінімальною обробкою, екологізації харчування, тренду зеленого кольору тощо. Вказані тенденції відповідають актуальним бізнес-трендам, а саме здоровому способу життя, опікуванню екологією, підвищенню інтелектуального рівня споживачів. Все більша частка споживачів демонструє усвідомлене харчування – враховує калорійність, вміст білків, жирів та вуглеводів тощо.

Врахування тренду здорового харчування забезпечить ресторанному бізнесу України підвищення поваги від багатьох стейкхолдерів, оновлення зв'язків та підвищення ефективності взаємодії з бізнеспартнерами тощо.

Другим трендом у ресторанному бізнесі, обов'язково присутнім у щорічних прогнозах міжнародних організацій є використання місцевої сировини у виробництві страв та напоїв. Світова практика свідчить про все більшу орієнтацію ресторанного бізнесу на використання м'яса, морепродуктів, овочів, фруктів, зелені місцевого виробництва, про зростання популярності місцевих марок вина та пива, регіональних, а також аутентичних кухонь, використання води з місцевих джерел, виробництва страв та напоїв тільки з натуральних та свіжих продуктів тощо.

Використання місцевої сировини вимагає від ресторанного бізнесу встановлення зв'язків та укладання договорів з фермерами, сільськогосподарськими виробництвами, регіональними підприємствами харчової промисловості або створення власних господарств (садів, городів, ферм та ін.) та власних виробництв (молочних, м'ясних, рибних продуктів, хліба та ін.). Українські ресторатори можуть здійснювати оптимізацію винної карти за рахунок використання алкогольних та безалкогольних напоїв вітчизняного та регіонального виробництва, а також за рахунок власного виробництва.

Третім стійким трендом є використання нових інформаційних технологій у всіх сферах ресторанного бізнесу. Нові технології зв'язку, додатки до смартфонів, використання iPad – для представлення меню та винної карти, використання соціальних мереж для реклами, залучення нових споживачів, підвищення популярності закладу, використання інформаційних екранів, віртуальних турів, активне розповсюдження віртуальних ресторанних послуг, впровадження автоматизованих систем управління – такі тенденції підтверджують актуальність та ефективність використання нових інформаційних технологій у ресторанному бізнесі.

Також набувають поширення мобільні додатки для замовлення. Через додатки клієнти можуть отримувати купони, повідомлення від ресторану і персональну рекламу в залежності від минулих замовлень. Через додаток можна зробити попереднє замовлення страв, щоб прийти в ресторан, зайняти свої місця і не чекати, поки їжу приготують. Для рестораторів додаток – це відмінна можливість стати сучасним закладом.

Четвертим трендом є прояв нових форм партнерства ресторанного бізнесу з багатьма сферами, у першу чергу, зі сферами торгівлі, транспорту. Ефективною в міжнародній практиці є співпраця з торговельно-розважальними центрами (заклади ресторанного бізнесу, за позицією експертів, є точкою зростання та конкурентною перевагою центру), з автозаправними станціями, супермаркетами. Створення власних магазинів кулінарії, магазинів напівфабрикатів, що реалізують за рецептами страв, Інтернет-магазинів, ринків фермерської продукції, використання торгових автоматів та ін., з одного боку, є додатковими каналами збуту, а, з другого – засобом залучення нових споживачів. Організація служб доставки замовлень, служб кейтерингу є прикладами ефективною співпраці ресторанного бізнесу зі сферою транспорту.

П'ятий стійкий тренд стосується підвищення популярності ресторанного бізнесу. У міжнародній практиці рівень популярності того чи іншого закладу визначається незалежними експертами у світових, національних та локальних рейтингах, преміях, гідях тощо. Підвищення популярності ресторанного бізнесу у закордонній практиці відбувається завдяки телевізійним програмам, публікаціям у професійних виданнях та в мережі Інтернет, виставковим заходам та майстер-класам, популярності ім'я власника, завдяки заходам, що підтверджують соціальну відповідальність ресторанного бізнесу, активного використання маркетингових заходів, популяризації у соціальних мережах тощо.

Туристична сфера також характеризується певними трендами. Головним туристичним трендом стає економія. Більшість туристів вибирає бюджетний відпочинок – курорти Туреччини, Єгипту, Таїланду і В'єтнаму зберігають свою популярність. Зацікавити можуть і європейські напрями без євро, наприклад Угорщина і Румунія. Продовжується і розвиток внутрішнього туризму.

Туреччина і Єгипет – це найбільш популярні країни в українських туристів. Згідно зі статистикою, ці напрями відвідує в середньому до 3 млн туристів щорічно. Курорти цих країн підкуповують українців відносно дешевими послугами, недовгими перельотами і концепцією «все включено» [3]. Тому у контексті вище зазначеного, українські туристи, незважаючи на складну економічну ситуацію, готові освоювати нові напрями, не пов'язані з масовим туризмом.

Активний розвиток інтеграційних форм організації діяльності підприємств готельно-ресторанного господарства в Україні в сучасних умовах формується, також, на мережевих засадах відомих західних корпорацій. Він розпочався майже 20 років тому. За оцінками експертів, щорічний приріст мереж підприємств в Україні становить близько 15%. Ресторанним мережам у світі належать близько 20% обсягів ринку, що свідчить про наявні переваги і широкі горизонти використання таких моделей стратегічної поведінки та розвитку. В Україні їх понад десять, найвідоміші з них: «Козирна карта» (понад 100 ресторанів), «Світова карта» (понад 30 ресторанів, готель, медичні заклади), «Eric's family» (10 ресторанів), «Happy days» (4 ресторани, готель), «Конкорд груп» (ресторан у Києві), «Пивкофф» (5 ресторанів) тощо.

Проте з часом стали виявлятися слабкі сторони діяльності об'єднань, пов'язані з порушенням стандартів якості в українських мережах, з неефективним менеджментом, з ігноруванням специфіки українського споживача. У зв'язку з цим намітився перехід до іншої організаційної форми господарської діяльності – підприємницьких мереж, які інтегрують функцію

управління та власності. Прискорила ці зміни економічна нестабільність в країні, яка загострила конкуренцію між франчайзинговими та корпоративними мережами у контексті вибору найбільш адекватної циклічним коливанням попиту моделі управління маркетинговою діяльністю.

Нині інструментом підвищення конкурентоспроможності різних видів мереж є сучасні маркетингові технології ведення бізнесу, які дозволяють менеджменту підприємства скоротити товарні, матеріальні запаси, знизити собівартість продукції, забезпечити доступні ціни для кінцевого споживача.

Разом з тим недостатній аналіз переваг різних форм організації діяльності підприємств готельно-ресторанного господарства, відсутність науково-обґрунтованої концепції управління маркетинговою діяльністю у корпоративних мережах даного бізнесу ускладнює роботу підприємств, які входять у мережі.

Практична значущість зазначених проблем і невирішеність багатьох методичних питань управління маркетинговими технологіями визначають актуальність та необхідність їх урахування; потребують розроблення нових науково-практичних рекомендацій, орієнтованих на гармонізацію відносин суб'єктів бізнесу, які формують мережу.

На нашу думку, маркетинговими детермінантами розвитку готельно-ресторанних мереж мають бути:

- розвиток спеціалізованих мереж підприємств готельно-ресторанного господарства (за специфікою самообслуговування, за асортиментним профілем, концепцією, за наявністю програми партнерства та лояльності), що дозволить сегментувати ринок готельно-ресторанних послуг в локальному аспекті та виявити позицію відомих брендів в перевагах споживачів;
- врахування конкурентоспроможності мережі підприємств готельно-ресторанного господарства, що дозволить приймати обґрунтовані управлінські рішення за допомогою маркетингових технологій на основі багатофакторного аналізу ринкової стійкості, корпоративної відповідальності та рівня культури підприємства;
- запровадження гнучких методик ціноутворення в мережах підприємств готельно-ресторанного господарства з виділенням окремих цінкових категорій, що забезпечить раціоналізацію цінової політики мереж та дозволить визначити доцільність використання власних брендів;
- розроблення програм споживчої лояльності, спрямованих на утримання споживачів і залучення нових з урахуванням впливу факторів маркетингового середовища.

Сучасні умови господарювання спонукають підприємства готельно-ресторанного бізнесу до пошуку сучасних підходів до організації управління, які б забезпечували посилення їхньої позиції на ринку готельно-ресторанних послуг, пристосування їх послуг до потреб і вимог споживачів, зменшення невизначеності середовища функціонування та збільшення ймовірності успіху їх ринкової діяльності.

В еволюції теорії управління різними об'єктами виділяють тринадцять наукових підходів. До них відносять: адміністративний, відтворюючий, динамічний, інтеграційний, кількісний, комплексний, маркетинговий, нормативний, поведінковий, процесний, системний, ситуаційний, функціональний [4]. Дані підходи мають свої переваги та недоліки і мають місце при використанні в залежності від цілей та задач підприємства.

Організація управління підприємствами готельно-ресторанного бізнесу має певну специфіку, так як їхній вид діяльності поєднує різні за функціональними ознаками види послуг. Для готельних послуг характерним є забезпечення комфортних умов проживання, для ресторанних – організація високоякісного харчування як для споживачів готельних послуг, так і для інших клієнтів. При цьому ресторанні послуги можуть виступати як супутніми відносно готельних послуг, так і основними. Для того, щоб ефективно вирішувати поставлені завдання, необхідно проводити цілеспрямовану роботу по комплексній підтримці та розвитку готельно-ресторанних послуг, оскільки вони знаходяться у взаємозв'язку і взаємодії. В таких умовах виникає потреба у формуванні двоблочної системи управління із координуючим центром, що дасть можливість ефективно розвивати як готельні, так і ресторанні послуги, враховуючи їх специфіку, та поєднувати зусилля щодо всебічного задоволення потреб споживачів.

До першого блоку пропонується віднести операційну систему, до якої входять такі складові, як номерний фонд, сервісний фонд (фітнес центр, салон краси, СПА), служба прийому та розміщення, та служби ресторанного сервісу (банкетний і конференц-зали, ресторан, бар, рум-сервіс, стюардинг).

До другого блоку запропоновано включити систему підтримки бізнесу і розвитку продажів, складовими якої є бронювання, закупівлі, фінансово-економічна аналітика та маркетинг.

Узгодженість функціонування цих блоків в режимі on-line має покладатися на координаційний центр, який повинен створювати всі умови для ефективного функціонування операційної діяльності. До основних функцій координаційного центру пропонується віднести оперативне й стратегічне планування, аналіз та оцінку ефективності реалізації готельних і ресторанних послуг, контроль діяльності структурних підрозділів.

Використання координаційного центру дає можливість керівництву готельно-ресторанного бізнесу оперативно приймати управлінські рішення, оскільки основні функції центру направлені на збір і обробку інформації, проведення аналітичної роботи та розробку стратегій відповідно до попиту на готельні і ресторани послуги.

Нині автоматизація виробництва набуває все більшого поширення на підприємствах готельно-ресторанного господарства. Інформаційні технології роблять процес організації і управління підприємством ефективнішим і легшим. Інформаційна технологія – процес, що використовує сукупність методів і засобів реалізації операцій збору, передачі, накопичення і обробки інформації на базі програмно-апаратного забезпечення для вирішення управлінських завдань економічного об'єкта [5].

Підвищення конкурентоспроможності українських підприємств може бути забезпечене тільки на основі прискорення інноваційних процесів, які повинні забезпечити рентабельне використання нововведень у вигляді нових інформаційних технологій, видів продукції і послуг, організаційно-технічних і соціально-економічних рішень виробничого, фінансового, комерційного, адміністративного або іншого характеру. Стратегічні цілі інформаційних технологій – забезпечити розвиток бізнесу, його керованість і якість, конкурентоспроможність, зниження вартості виконання бізнес-процесів. Сучасні інформаційні системи, розроблені спеціально для підприємств готельно-ресторанного господарства, дозволяють значно спростити, оптимізувати і прискорити цілий ряд рутинних повсякденних, специфічних для цього бізнесу операцій.

Визначальним чинником в ході автоматизації підприємств готельно-ресторанного бізнесу є комплексний підхід, який визначається правильною організацією бізнес-процесів, сучасним високотехнологічним устаткуванням і надійністю контрольних функцій програмного забезпечення.

Програми для автоматизації готелю чи ресторану повинні бути багатофункціональними системами для підвищення прибутковості та зниження витрат підприємства, легкими у впровадженні та простими в обслуговуванні. Автоматизація готельно-ресторанного підприємства за допомогою програм компанії «ІС Парус» дозволяє оптимально поєднувати всі функції, необхідні для ефективного управління, надаючи високу надійність і якість. Програма «R-Keereg» призначена для автоматизації продажу, обслуговування клієнтів, роботи кухні і барів, накопичення та аналізу даних з продажу і сервісу за різні проміжки часу на підприємствах громадського харчування та центрах індустрії розваг.

Накопичені дані використовуються в системах складського обліку та бухгалтерського обліку. Програмний продукт «IikoChain» – це рішення для успішного управління як окремим рестораном чи кафе, так і ресторанної мережею і корпорацією в цілому. Дана програма дозволяє здійснювати звітність в розрізі по ресторанах і загальну звітність ресторанної мережі з продажу, виробництва, персоналу та фінансів, а також управління залишками та складськими запасами на рівні всіх підрозділів. Програмний комплекс «UNISYSTEM Ресторан» здійснює централізований товарний і фінансовий облік підприємства, орієнтований на глобальний контроль руху товару та грошових коштів.

Система моніторингу торгового залу дозволяє відстежувати всі операції з обслуговування клієнтів офіціантами. Автоматизація ресторанного бізнесу дозволяє

виключити втрати прибутку з причини людського фактора, збільшити швидкість обслуговування клієнтів і навіть виробити маркетингову стратегію бізнесу. Використання інформаційних технологій та відносно нових способів обслуговування клієнтів підприємствами ресторанного господарства України виконує важливі функції з їх розвитку через сприяння підвищенню якості послуг, залученню клієнтів, збільшенню прибутку, отриманню конкурентних переваг на ринку.

Висновки та перспективи подальших розвідок. Отже, створення високоефективного готельно-ресторанного господарства відіграє важливе значення як один з пріоритетних напрямів структурної перебудови туристичної галузі та економіки держави. Для сприяння адекватності управлінських рішень по відношенню до розробки та втілення стратегії підприємства готельно-ресторанної індустрії, а також підвищення обізнаності працівників, необхідно знати тенденції розвитку підприємств готельно-ресторанного господарства загалом, розуміти процеси, що відбуваються в індустрії сьогодні. Врахування міжнародних трендів – це важливий крок до високорозвинутого конкурентоспроможного готельно-ресторанного бізнесу як складової туристичної галузі України.

Список використаних джерел:

1. Мельниченко С.В. Управління бізнес-процесами в туризмі : монографія / С.В. Мельниченко, К.А. Шеєнкова. – Київ : – Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2015. – 264 с.
2. Катенев, В.И. Перспективы развития сетевой экономики в условиях формирующегося общества знаний [Текст] / В.И. Катенев // Проблемы современной экономики. – 2007. – № 2 (22). – С. 90–95
3. Каткало В.С. Сетевые стратегии гостиничного бизнеса [Текст] / В.С. Каткало, В.Н. Шемракова. – СПб.: Высшая школа менеджмента СПбГУ, 2008. – 384 с.
4. Андренко І.Б. Менеджмент готельно-ресторанного господарства: підручник / І.Б. Андренко, О.М. Кравець, І.М. Писаревський; Харк. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – Х. : ХНУМГ, 2014. – 431 с.
5. Юрій Е.О. Концептуальні підходи до управління підприємством [Електронний ресурс] / Е.О. Юрій, І.Б. Луцик // Науковий вісник [Буковинського державного фінансово-економічного університету]. Економічні науки. – 2014. – Вип. 26. – С. 118–128.
6. Про національну програму інформатизації : Закон України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua>.
7. Скопень М.М. Комп'ютерні інформаційні технології в туризмі: [навч. посіб.] / М.М. Скопень – К. : КОНДОР, 2012. – 302 с.
8. Главные тренды ресторанной индустрии [Электронный ресурс]. - Режим доступа : <http://domik.ua/novosti/glavnye-trendy-restoranoj-industrii-n117202.html>
9. Ресторанные тренды [Электронный ресурс]. - Режим доступа : http://restoratorchef.ru/restorannyye_trendyi/.
10. Тренды туристического рынка: где отдохнуть в 2016 году [Электронный ресурс]. - Режим доступа : <http://www.m24.ru/articles/94594>
11. Готельно-ресторанний бізнес як основна складова туристичної індустрії [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://libr.lv.ua/ua/virt/78/>
12. П'ятницька Г.Т. Тенденції розвитку ресторанного господарства в Україні / Г.Т. П'ятницька // Вісник КНТЕУ. – 2004. – № 2. – С.48-54.
13. Ринок ресторанного бізнесу України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://poglyad.com/blog/4/437/>
14. Яшина О.В. Особливості розвитку ресторанного господарства в Україні [Електронний ресурс] / О.В. Яшина. – Режим доступу : http://tourlib.net/statti_ukr/yashyna.htm.

References:

1. Melnychenko, S.V. & Sheyenkova, K.A. (2015) Business Process Management in Tourism. *Kyiv, nats. torh.-ekon. un-t*, 264 (in Ukr.).
2. Katenev, V.Y. (2007) Prospects for the development of a network economy in the conditions of the emerging knowledge society. *Problemy sovremennoy ekonomyky (Problems of modern economics)*, 2 (22), 90–95 (in Russ.).
3. Katkalo, V.S. & Shemrakova V.N. (2008) Networking strategies for the hotel business. *SPb.: Vysshaya shkola menedzhmenta SPbHU*, 384 (in Russ.).
4. Andrenko, I.B. & Kravets, O.M. & Pysarevskyy, I.M. (2014) Hotel and Restaurant Management. *KH. : KHNUMH*, 431(in Ukr.).
5. Yuriy, E.O. & Lutsyk, I.B. (2014) Conceptual approaches to enterprise management. *Naukovyy visnyk [Bukovyns'koho derzhavnoho finansovo-ekonomichnoho universytetu]. Ekonomichni nauky (Scientific Bulletin [Bukovinsky State Financial-Economic University]. Economic sciences)*, 26, 118–128 (in Ukr.).
6. (n.d.). About the national program of informatization: the Law of Ukraine. Retrieved from: <http://zakon.rada.gov.ua>. (in Ukr.).
7. Skopen, M.M. (2012) Computer information technologies in tourism. *K. : KONDOR*, 302 (in Ukr.).

8. (n.d.). Main trends of the restaurant industry. Retrieved from: <http://domik.ua/novosti/glavnye-trendy-restoranoj-industrii-n117202.html> (in Russ.).
9. (n.d.). Restaurant Trends. Retrieved from: http://restoratorchef.ru/restorannye_trendyi/.
10. (n.d.). Trends in the tourist market: where to rest in 2016. Retrieved from: <http://www.m24.ru/articles/94594> (in Russ.).
11. (n.d.). Hotel and restaurant business as the main component of the tourism industry. Retrieved from: <http://libr.rv.ua/ua/virt/78/> (in Ukr.).
12. Pyatnytska, H.T. (2004) Trends in restaurant business development in Ukraine. *Visnyk KNTEU* (Bulletin of KNTEU), 2, 48-54 (in Ukr.).
13. (n.d.). The market of restaurant business of Ukraine. Retrieved from: <http://poglyad.com/blog/4/437/> (in Ukr.).
14. Yashyna, O.V. (n.d.) Features of the restaurant business development in Ukraine. Retrieved from: http://tourlib.net/statti_ukr/yashyna.htm. (in Ukr.).

YATSENKO Volodymyr Mykytovich,

Doctor of Economics, Professor,

Professor of the Department of management
and economic security,

Bogdan Khmelnytsky National University of Cherkasy,
Cherkasy, Ukraine

JacenkoVM@bigmir.net

**HOTEL AND RESTAURANT HOUSEHOLD AS A COMPLEX
OF THE TOURISM INDUSTRY, ITS DEVELOPMENT AND MODERN TRENDS**

Abstract.

Introduction. *Hotel-restaurant economy is one of the main factors and an important component of tourist infrastructure. This is due to the fact that no tourist trip is possible without hotel service and food. It is an integral part of not only a tourist product but also everyday life. The hotel and restaurant industry is rapidly developing and has the opportunity to become one of the most important sectors of tourism activity.*

Purpose. *The purpose of the article is to study the trends of the enterprises of hotel and restaurant industry and tourist establishments.*

Methods. *Method of theoretical analysis, monographic method, method of generalization, abstract-logical method are used.*

Results. *Contemporary trends in the restaurant and tourism business, development of integration forms of organization of activity of enterprises of hotel and restaurant economy in Ukraine on the network basis of well-known western corporations are considered. Article determined the marketing determinants of hotel and restaurant networks development and the system of management of enterprises of hotel and restaurant business. The efficiency of the process of organization and management of enterprises on the basis of software and hardware is substantiated.*

Originality. *The tendencies of development of tourist establishments and enterprises of hotel and restaurant economy are explored. Modern trends in restaurant and tourist business are presented. The development of integration forms of organization of activity of enterprises of hotel and restaurant economy in Ukraine on the basis of networking of well-known western corporations is considered. The efficiency of the process of organization and management of enterprises on the basis of modern information technology, using a set of methods and means of realization of operations of collection, transmission, accumulation and processing of information on the basis of hardware and software support is substantiated.*

Conclusion. *Creation of a highly effective hotel and restaurant economy plays an important role as one of the priority directions of the structural reorganization of the tourism industry and the economy of the state. In order to promote the adequacy of managerial decisions in relation to the development and implementation of the company's restaurant and hotel industry strategy, as well as increase the awareness of employees, it is necessary to know the tendencies of the development of enterprises of the hotel and restaurant industry in general, to understand the processes taking place in the industry today. Taking into account international trends is an important step towards a highly developed competitive hotel and restaurant business as a component of the tourism industry in Ukraine.*

Keywords: *hotel and restaurant business, tourism industry, trends, management efficiency, software, automation.*

*Одержано редакцією: 05.10.2018
Прийнято до публікації: 22.10.2018*