

MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE OF UKRAINE
DONETSK NATIONAL UNIVERSITY OF ECONOMICS AND TRADE
NAMED AFTER MIYKHAILO TUGAN-BARANOVSKY



**INNOVATIVE DEVELOPMENT
OF HOTEL AND RESTAURANT
INDUSTRY AND FOOD
PRODUCTION**

PROCEEDINGS OF
II INTERNATIONAL
SCIENTIFIC AND PRACTICAL
INTERNET CONFERENCE

April 30, 2021

OKTAN PRINT s.r.o
Prague – 2021

Innovative development of hotel and restaurant industry and food production: proceedings of II International scientific and practical Internet conference. Prague, Oktan Print, 2021, 378 p.

The collection contains proceedings of II International scientific and practical Internet conference “Innovative development of hotel and restaurant industry and food production”, subject area of which contains a wide range of issues related to world achievements and innovative technologies in restaurant business, food production processes and equipment improvement, as well as modern trends and strategies for the development of hotel and restaurant business.

The publication is assigned with a DOI number:

<https://doi.org/10.46489/IDOHAR-310509>

The paper version of the publication is the original version. The publication is available in electronic version on the website:

<https://www.oktanprint.cz/p/innovative-development-of-hotel-and-restaurant-industry-and-food-production-2/>

Multilanguage edition

Passed for printing 30.04.2021

ISBN 978-966-385-367-3

OKTAN PRINT s.r.o.

5. května 1323/9, Praha 4, 140 00

www.oktanprint.cz

tel.: +420 770 626 166

Vydání první

Scientific Committee of the Conference is not responsible for the content of the reports.

© Donetsk National University of Economics and Trade named after Mykhailo Tugan-Baranovsky, 2021

© Oktan Print, 2021

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДОНЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ
ІМЕНІ МИХАЙЛА ТУГАН-БАРАНОВСЬКОГО

II МІЖНАРОДНА
НАУКОВО-ПРАКТИЧНА
ІНТЕРНЕТ-КОНФЕРЕНЦІЯ

**ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК
ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО
ГОСПОДАРСТВА ТА ХАРЧОВИХ
ВИРОБНИЦТВ**

МАТЕРІАЛИ

II МІЖНАРОДНОЇ
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ
ІНТЕРНЕТ-КОНФЕРЕНЦІЇ

30 квітня 2021 року

Oktan Print
м. Прага –2021

УДК 640.4:(330.341.1+001.895+658.589)

I 66

I-66 Інноваційний розвиток готельно-ресторанного господарства та харчових виробництв : матеріали II Міжнародної наук.-практ. інтернет-конф. – Прага: Oktan Print s.r.o., 2021. - 378 с.

ISBN 978-966-385-367-3

DOI: 10.46489/IDONAR-310509

У збірнику опубліковано матеріали II Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Інноваційний розвиток готельно-ресторанного господарства та харчових виробництв», тематика яких містить широке коло питань, пов'язаних із світовими досягненнями та інноваційними технологіями в ресторанному господарстві, удосконаленням процесів та обладнання харчових виробництв, а також сучасними тенденціями та стратегіями розвитку готельно-ресторанного бізнесу.

**Науковий комітет конференції за зміст матеріалів доповідей
відповідальності не несе**

УДК 640.4:(330.341.1+001.895+658.589)

© Донецький національний
університет економіки і торгівлі імені
Михайла Туган-Барановського, 2021

© Oktan Print, 2021

ОСОБЛИВОСТІ ХАРЧУВАННЯ ТУРИСТІВ ТА ЕКСКУРСАНТІВ У ЧАСИ ПАНДЕМІЇ

Альтгайм Л.Б., кандидат географічних наук, доцент
Тернопільський національний педагогічний університет
імені Володимира Гнатюка, Тернопіль

Туризм та екскурсійні послуги, як і інші послуги весною 2020 року раптом опинились у центрі вибуху карантинного режиму. Одним березень вибив ґрунт з-під ніг, іншим – надав прекрасний шанс у спокійному ритмі закінчити почате і вийти із новою пропозицією влітку. Це також торкнулося і закладів харчування, які обслуговували великий наплив туристів та екскурсантів. Що змінилось за цей рік? Бюджет обох сторін: і тих, хто організовує і надає туристичну та екскурсійну послугу, і тих, хто її “споживає”. Якщо до пандемії туризм був однією із найбільш динамічних галузей світової економіки, якому відводилася значна роль у формуванні надходжень до бюджету, створенні робочих місць, зайнятості населення, виступав каталізатором розвитку ключових галузей економіки: транспорту і зв'язку, готельного та ресторанного господарств, виробництва товарів широкого вжитку, сільського господарства окремих регіонів, також він сприяв соціально-економічному зростанню країни, загалом. Пандемія завдала великих збитків туристичній галузі. Здається, що пандемія розділила час на «до» і «після». Під її впливом світ трансформується на наших очах, зі світом трансформуються організації і заклади, які обслуговують туристів та екскурсантів.

Обмеження у пересуванні країною, а ще їх більше при виїзді за її межі, надали новий тренд у подорожах сімей своїм автомобільним транспортом за власне розробленими маршрутами, зупиняючись на шляху слідування у закладах розміщення та харчування, які знаходяться поряд. Невеликі транспортні засоби активно застосовуються при проведенні індивідуальних екскурсій, для огляду пам'яток культури та мистецтва із обмеженою кількістю екскурсантів і логічно виникає питання про організацію відпочинку та харчування. Звичайно, екскурсанти мають змогу споживати продукцію, взятую із собою у дорогу, але про яку якість і позитивний вплив на здоров'я людей можна казати, коли вони харчуватимуться лише сухим пайком. Тому з'явилась проблема надання послуг харчування на шляху слідування таких туристів та екскурсантів у закладах розміщення та харчування поблизу великих транспортних шляхів за принципом «швидко та безпечно», враховуючи всі рекомендації і заборони МОЗ. Також потрібно враховувати, що відкриті на популярних маршрутах заклади готельного та ресторанного господарства створюють уявлення у транзитних подорожніх про нашу країну. Особливим сегментом ринку закладів харчування, що розташовані на автомагістралях є заклади, що обслуговують туристів, мешканців близько розташованих населених пунктів, далекобійників тощо. Особливої уваги заслуговують заклади харчування, що знаходяться на межі міста та на відстані від 20 км до 50 км від великого міста. Таке розташування дає змогу обслуговувати скоріше за все

міських клієнтів, ніж туристів і екскурсантів, хоча група останніх теж складає значну частину відвідувачів. Такі заклади, переважно типу ресторан та кафе із порівняно високим рівнем цін на продукцію, подобаються бізнесменам і часто слугують місцем для проведення ділових зустрічей та переговорів. Відповідно, такі заклади харчування частіше розміщуються на такій відстані від траси, щоб вони не дуже проглядались серед дерев. Такі заклади завжди очікують на своїх клієнтів, маючи замаринований шашлик та ручного приготування вареники. Інтер'єр же даних закладів не завжди вишуканий, та й асортимент налічує лише декілька страв в основних групах, але саме смак страв та якісне обслуговування серед мальовничих пейзажів чи у дерев'яних будиночках приваблює сюди туристів та екскурсантів. У діяльність всіх цих закладів застала внести зміни епідемія коронавірусу COVID-19. Багато закладів швидко зреагували на це, оновивши свій профіль у Google Мій бізнес, щоб клієнти бачили якомога точнішу інформацію про них, яка з'являється туристам та екскурсантам під час пошуку й на Картах Google. Багатьом закладам прийшлося змінити графік роботи, додати у перелік своїх послуг такі атрибути як “Їжа із собою”, “Доставка”, “Безконтактна доставка” й “Замовлення із вулиці”, виникла необхідність інакше облаштувати зони очікування, щоб була можливість зберігати дистанцію у чергах. Зараз найбільш популярними є меню через QR-код, або одноразові меню, а раніше вони були окремим мистецтвом. Зараз вже нікого не бентежать брендовані маски та рукавички для офіціантів тощо. Цього року ми вперше спостерігали, як у січні, тільки температура піднялась до +5°C багато закладів винесли столи, обігрівачі й ковдри і використовували відкриті літні майданчики. І щось у цьому є.

Не скажу, що культура громадського харчування зазнає кардинальних змін. Дезінфекція, нові правила безпеки — так. Щодо загальної ситуації, то свою життєздатність показали швидкі формати: доставка їжі, можливість take away та зручних online замовлень. Необхідним стали оперативні зміни роботи закладів харчування, які відбулися у найнеобхіднішому:

- віконцях для видачі їжі;
- інженерингові технології безконтактної видачі;
- доставці;
- роботі з упізнаваністю бренду (айдентика - це впізнаванність у часи, коли рух туриста чи екскурсанта обмежений і він знайомиться із вами або шукає вас онлайн, це впізнаване зручне пакування, «жива реклама» у вигляді кур'єрів, сувеніри «щоб не забули»);
- простими перетинками в інтер'єрі та зонуванням за правилами карантину;
- організації місць на літніх терасах, активна робота із можливостями open air;

За кожним пунктом стоїть багато роботи і витрат. У першу чергу із точки зору рішень, які доводиться приймати рестораторам. Від них залежить чи спрацює інвестиція в умовах, коли права на помилку просто немає.