

на безліч торгових точок. Окрема увага має приділятися також критеріям оцінювання якості обслуговування та рівня задоволеності клієнтів.

Разом з тим варто зазначити, що значну частину попиту становитимуть категорії споживачів, для яких кава у першу чергу відіграє роль важливого атрибуту стилю життя, і лише у другу акцентує увагу на смакових характеристиках напою. Цей факт, у свою чергу, спонукатиме розвиток масового ринку кав'ярень.

Таким чином, можна зробити висновок, що кавовий бізнес в Україні на сьогоднішній день є високоперспективним, проходить водночас етап становлення та активного розвитку, і має високий інтерес серед підприємців у сфері ресторанного господарства.

Список літератури:

1. Україна – у топ-3 за кількістю відкриттів кав'ярень у Європі. *Blackfield.Coffee* : офіц. веб-сайт. URL: <https://blackfield.coffee/ukrayina-u-top-3-za-kilkistyvu-vidkrittiv-kav-yaren-u-uevropi/> (дата звернення 14.03.2020).

УДК 338

Рябєв А. А.,

канд. екон. наук, доцент,

доцент кафедри туризму і готельного господарства;

Берко В. В.

студентка центру зачного навчання,

Харківський національний університет міського господарства

імені О. М. Бекетова

ВИКОРИСТАННЯ ІТ ТЕХНОЛОГІЙ В УПРАВЛІННІ СУЧАСНИХ ЗАКЛАДІВ РОЗМІЩЕННЯ

Інформація в області управління господарською діяльністю готельного господарства здійснюється з метою підвищення продуктивності праці працівників за рахунок зниження вартості готельних послуг, а також підвищення кваліфікації та професійних знань фахівців.

Інформаційні технології (ІТ) – це системно організована для вирішенні завдань управління сукупність методів і засобів реалізації операцій збирання, реєстрації, передачі, накопичення, пошуку, обробки і захисту інформації на базі застосування розвиненого програмного забезпечення, використанні засобів обчислювальної техніки і зв'язку, а також способів, за допомогою яких інформація надається тим, хто її потребує.

Готельні підприємства є одним з найбільших споживачів телекомунікаційних технологій. Це витікає з природи інформації, яка використовується в індустрії гостинності: 1) ця інформація дуже чутлива до часу; 2) інформація про готельні послуги повинна бути своєчасною, доступна з різних точок земної кулі.

Перспективним напрямком автоматизації готельної індустрії, що активно розвивається, є концепція «Розумний дім», де вся діяльність побудована навколо ядра – АСУ. На сьогоднішній день більшість вітчизняних готелів впроваджують системи автоматизації, які відповідають сучасним вимогам. Функціональна частина різних систем схожа, відмінності лише в підході до вирішення однакових завдань. При цьому особлива цінність АСУ полягає в інтеграції засобів автоматизації в глобальні системи бронювання (GDS). До них належать 4 основні світові системи бронювання: Amadeus, Galileo, Sabre та Worldspan. Разом ці системи нараховують приблизно 500 000 терміналів, встановлених в готелях по всьому світу, що складає близько 90% ринку.

Інформаційні системи та готельні підприємства мають взаємний вплив один на одного. З одного боку ІС необхідні готельним підприємствам для забезпечення необхідною інформацією. В той же час готельні підприємства повинні слідкувати за розвитком ІС і освоювати нові технології в цій області.

З економічної точки зору технології ІС можуть розглядатися як засоби виробництва готельних послуг, які можуть вільно замінювати персонал готельних підприємств та можуть забезпечити високу якість послуг. Оскільки вартість ІТ падає, вони замінюють найманих працівників, вартість яких зростає. ІТ повинні призвести до зниження числа середніх менеджерів і службовців, оскільки ІТ замінюють їх. ІТ також зменшують собівартість готельних послуг внаслідок зниження операційних витрат.

Дослідження поведінкової теорії показало, що ІС автоматично змінюють структуру організаційної структури управління готельним підприємством. Дослідники вивчали запутані зв'язки, за допомогою яких організації та ІТ взаємно впливають один на одного, і оцінили те, що ІТ можуть змінювати ієрархію та швидкість прийняття рішень в готельних підприємствах, знижуючи витрати на придбання інформації і розширюючи можливості її використання.

ІС можуть стати потужними інструментами для створення більш конкурентоздатних та ефективних готельних підприємств. ІТ можуть біти використані для докорінної зміни системи управління всіма діями в готельних підприємствах. Сучасна технологія передачі даних надала багатьом готельним підприємствах можливість більш гнучко реагувати на зміни ринку.

Система ІТ, використовуваних в готельних комплексах, складається з комп'ютерної системи резервування, системи проведення телекомунікацій, відеосистем, комп'ютерів, інформаційних систем управління, електронних інформаційних систем, електронної пересилки грошей, телефонних мереж, рухомих засобів сполучення тощо та персоналу, що з її створює, налаштовує та експлуатує. Ця система технологій розгортається не окремими готельними підприємствами, а всіма ними. Використання кожним сегментом готельної індустрії ІТ має значення для всієї решти сегментів.

Індустрія гостинності – важлива складова економіки багатьох країн світу. Сучасну індустрію гостинності характеризують швидка змінюваність економічних умов, підвищення якості послуг, безперервний вступ на ринок нових учасників, у тому числі іноземних. Ці зміни мають сильний вплив на фінансове становище українських підприємств індустрії гостинності.

Конкурентна перевага підприємств індустрії гостинності залежить від нововведень в області інформаційних технологій, таких як: по-перше, комплексних систем автоматизованого управління, а по-друге - систем, пов'язаних ЗІ зберіганням та інтелектуальною обробкою даних.

Для готельних підприємств питання комплексної автоматизації процесів управління стає все більш актуальними та здатне забезпечити їх стабільну прибутковість.

Список літератури:

1. Новіков В. С. Інновації в туризм / В. С. Новіков. – М. : ВЦ «Академія», 2007. – 208 с. URL: http://tourlib.net/books_tourism/novikov24.htm
2. Саак А. Е. Менеджмент в індустрії гостинності (готелі і ресторани) / А. Е. Саак, М. В. Якименко. – СПб. : Питер, 2012. – 432 с.
3. Новіков В. С. Инновации в туризме / В. С. Новіков. – М. : ИЦ «Академия», 2007. – 208 с. URL: http://tourlib.net/books_tourism/novikov21.htm
4. Журавльова С. М. Стратегія інноваційної діяльності на підприємствах готельного господарств / С. М. Журавльова // Економіка. Управління. Інновації. – 2012. – № 2(8).. URL: http://tourlib.net/statti_ukr/zhuravljova.htm

УДК 659.126

Сегеда І. В.,

канд. екон. наук,

ст. викл. кафедри туризму і готельного господарства;

Мамунц Д. Н.,

*Харківський національний університет міського господарства
імені О. М. Бекетова*

МАРКУВАННЯ ТОВАРІВ: ОСНОВНІ ВИМОГИ ТА СКЛАДОВІ

У сучасних економічних відносинах зростає роль послуг готельно-ресторанного господарства як особливої групи благ, необхідних людині. Послуги, як і товари, володіють певними ознаками, тому в умовах товарного виробництва вони стають товаром і до них також пред'являються відповідні вимоги. Товар – це продукт праці, здатний задовольнити будь-яку людську потребу і призначений для обміну. Загальні відомості про товар містяться в маркуванні, технічній документації та супровідних документах.

Метою роботи є вивчення поняття «маркування товарів» та його елементів.

Згідно законодавства України маркування – слова, описи, знаки для товарів і послуг, назва торгової марки, зображення чи символ, що стосуються харчових продуктів і розміщені на будь-якій упаковці, етикетці (стікері), споживчій тарі, ярлику, пробці, листу-вкладиші, документі, повідомленні, інших елементах упаковки, що супроводжують чи належать до таких харчових продуктів [1].