

ПРОГРАМИ ДЛЯ ЗАЛУЧЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙ У ГОТЕЛЬНИЙ БІЗНЕС УКРАЇНИ

Халина Т.В., Халина А.В., гр. ГРС-49

Науковий керівник – канд. техн. наук, проф. **Т.П. Кононенко**
Харківський державний університет харчування та торгівлі

Відповідно до програми розвитку готельного господарства, у Києві як столиці європейської держави були побудовані 4 готелі ***** зірок, 8 – **** зірки, а також 20 – *** зіркових готелів.

Нові інвестори і готельні оператори такі, як Radisson, який розпочав будівництво і продовжує вивчати деталі, пов'язані з конкретним проектом. Marriott, котрий очікує кредиту для фінансування першого в Києві Novotel Accor, і Holydey Inn, що проводить останні дослідження ринку. У стадії розробки перебувають і ряд серйозних інвестиційних пропозицій із боку іспанського капіталу.

Одним із позитивних прикладів можна назвати будівництво готелю «чотири зірочки-плюс» Radisson SAS Hotel Kyiv, хоча його спорудження затягується більш ніж на рік. Це один із перших приватних проектів, під який не були потрібні гарантії уряду. Цьому сприяв високий рівень проекту, підготовленого будівельною фірмою Дубль W, а також те, що його інвестори ЄБРР і Raiffeisen Bank мають великий досвід роботи в країнах СНД.

В Алушті відбулося відкриття чотирьохзіркового пансіонату «Море», розташованого у професорському куточку алуштинського узбережжя. Його реконструкцію, а точніше, будівництво довелося вести практично з нуля. «Море» – спільний інвестиційний проект АКБ «Національний резервний банк» (Москва) і банку «НРБ-Україна». Протягом двох років у проект інвестовано близько 10 млн дол. США. Зарубіжні інвестори, безумовно, зацікавлені в прискоренні процесу реалізації своїх проектів, але ведення бізнесу в Україні дуже специфічне. Західний капітал не звик працювати в умовах вічного авралу. Також заважає, м'яко кажучи, різний підхід українських й іноземних інвесторів до реалізації задуманого.

Однак практика показує: є нові інвестори і готельні оператори, зацікавлені в реалізації нових проектів не лише в Києві, а й по всій Україні. А для цього потрібно детально вивчити ринок і знати попит.

Таким чином діючи програми дають змогу ефективно функціонувати готельному бізнесу та отримувати закордонні інвестиції. Що в свою чергу покращує рівень комфорту готелів, забезпечує їх реконструювання та відновлення.

ІННОВАЦІЇ – ЗАПОРУКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЗАКЛАДІВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Цоцко І.С., Бойцова М., гр. ГРС3–17 М,

Науковий керівник – канд. техн. наук. **Н.Ю. Балацька**
Харківський державний університет харчування та торгівлі

В сучасних умовах розвитку готельно-ресторанної індустрії, для підвищення рівня конкурентоспроможності готелі та ресторани повинні постійно вводити інновації, щоб залишатись провідними у своєму сегменті та бути на два кроки попереду конкурентів. Необхідно зазначити, що в даний час, власники готельно-ресторанного бізнесу повинні робити ставку не лише на комфортні апартаменти і смачну кухню, але також повинні приділяти увагу соціальним та інтелектуальним потребам відвідувачів.

Так, у групі готелів компанії Morgan (США) був запущений проект «Інтелектуальний міні-бар, або міні-бар для розуму». Інтелектуальне меню міні-бара для розуму складається з 4 страв. Перша страва «вечері для розуму» – «Розмовні стартери» – набір з 250 карток з незвичайними питаннями, яскравими цитатами, які допоможуть почати розмову або підкажуть тему для диспуту. Друга – «Збори думок, або нагодуй свій мозок», як зрозуміло з назви, це колекція афоризмів і коротких історій на актуальні життєві теми. Третя «страва» «вечері для розуму» – «Розслаблююче читання», спеціально підібрані бібліотерапевтами з The School of Life розповіді та анекдоти, читання яких провокує підняття настрою або сприяє розслабленню.

І, нарешті, остання «страва» вечері для розуму – «Нотатки для мрій і страхів», це власне блокнот, куди можна записувати свої страхи і мрії і ділитися ними, обмінюватися з іншими, обговорювати їх, та, можливо, позбавлятися (це, звичайно, стосується страхів).

Крім того, даний проект пропонує впровадження у ресторани спеціального «Меню для розмов». Відвідувачі замовляють «Меню для розмов» з підказками, які перетворюють бесіду в щось більше, ніж просто «балаканина про погоду та ціни на паливо».

Таким чином, проекти «міні-бару для розуму» в готелях створює додаткові умови для задоволеності клієнта, який може провести плідно та цікаво свій вільний час, та «Меню для розмов» в ресторанах дає змогу залучити та збільшити кількість споживачів.

Отже, впровадження інновацій у діяльність готелів та ресторанів дозволить збільшити кількість споживачів, підвищити рівень конкурентоспроможності та, в решті решт, підвищити прибуток закладу.