

УДК 339.543.642.6

*В. А. Фостолович,
д. е. н., доцент кафедри економіки, менеджменту, маркетингу та готельно-ресторанної
справи, Житомирський державний університет імені Івана Франка*

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-5359-7996>

Т. В. Боцян,

*к. е. н., доцент кафедри економіки, менеджменту, маркетингу та готельно-ресторанної
справи, Житомирський державний університет імені Івана Франка*

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-8423-7424>

С. І. Павлова,

*к. е. н., доцент кафедри економіки, менеджменту, маркетингу та готельно-ресторанної
справи, Житомирський державний університет імені Івана Франка*

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-7908-0215>

DOI: 10.32702/2306-6814.2023.11.9

НОВІ ПІДХОДИ ДО ОРГАНІЗАЦІЇ БІЗНЕСОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ГОСТИННОСТІ В ЕПОХУ ПОСТІНДУСТРІАЛІЗМУ ТА ЦИФРОВИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ

V. Fostolovych,

Doctor of Economic Sciences, Associate Professor,

Associate Professor of the Department of Economics, Management,

Marketing and Hotel and Restaurant Business, Zhytomyr Ivan Franko State University

T. Botsian,

PhD in Economics, Associate Professor,

Associate Professor at the Department of Economics, Management,

Marketing and Hotel and Restaurant Business Zhytomyr Ivan Franko State University

S. Pavlova,

PhD in Economics, Associate Professor,

Associate Professor at the Department of Economics, Management,

Marketing and Hotel and Restaurant Business Zhytomyr Ivan Franko State University

NEW APPROACHES TO THE ORGANIZATION OF BUSINESS ACTIVITIES OF HOSPITALITY ENTERPRISES IN THE ERA OF POST-INDUSTRIALISM AND DIGITAL TRANSFORMATIONS

Динамічність розвитку та нестримна цифровізація в сфері суспільного життя вимагає зміни підходу до організації бізнесу. Лише за умови високого рівня еластичності системи управління підприємством бізнес може реалізувати стратегічні свої цілі. Особливого підходу до технології організації бізнес-процесів потребують види діяльності, які орієнтовані на обслуговування та безпосередній контакт із клієнтом. В основі діяльності підприємств сфери гостинності лежить задоволення потреб та побажань гостя. Сучасний гість очікує послуг, які реалізуються у відповідності із технічними, технологічними та цифровими можливостями ринку послуг. Отримання очікуваного економічного результату від бізнесової діяльності можливе лише при використанні технологій, які сприятимуть зростанню завантаженості готелю та/чи ресторану, від дій, які сприятимуть збільшенню показників ділової активності (оборотності). Реалізувати такі підходи можливо при удосконаленні існуючих технологій бізнесової діяльності. Ефективними інструментами сучасного бізнесу є розширення сфери додаткових послуг, забезпечуючи еластичність до потреб споживача. Створення робочих зон (майданчиків) для віддаленої роботи гостей

стало важливим інструментом в умовах віддаленої роботи клієнтів та в умовах військового стану. Такий підхід потребує забезпечення приміщень додатковим функціоналом для зручної роботи. Новим викликом для готельного бізнесу стало створення можливостей для тривалого перебування гостей, що пов'язано із переїздом великої кількості родин із зони військових дій. На сьогодні уже неможливо уявити зони відпочинку родини без організованого підприємством готелю чи ресторану дитячого простору. Цифрові безконтактні послуги лежать в основі як замовлення гостем послуги та мобільної реєстрації заїзду і виїзду, так і розрахунків та ідентифікації гостя через сканування даних з додатка "Дія" і синхронізацію з PMS-готелю.

Важливим елементом системи організації інноваційного бізнесу в сфері готельно-ресторанного господарства є персоналізація і гостецентрованість, які сприятимуть формуванню задоволеного клієнта. Впровадження економіки вражень в інструментарій системи управління бізнесом слугує сучасним підходом до реалізації головної мети підприємства — отримання економічного та соціального прибутку.

The dynamism of development and unstoppable digitalization in the sphere of public life requires a change in the approach to business organization. A business can realize its strategic goals only with a high level of elasticity of the enterprise management system. Activities focused on service and direct contact with the client require a special approach to business process organization technology. Meeting the needs and wishes of the guest is at the heart of the hospitality industry. The modern guest expects services that are implemented in accordance with the technical, technological and digital capabilities of the service market. Obtaining the expected economic result from business activity is possible only with the use of technologies that will contribute to the increase in occupancy of the hotel and/or restaurant, from actions that will contribute to the increase in indicators of business activity (turnover ratio). It is possible to implement such approaches by improving the existing technologies of business activity. Effective tools of modern business are expanding the scope of additional services, ensuring elasticity to the needs of the consumer. The creation of work zones (sites) for remote work of guests has become an important tool in the conditions of remote work of clients and in conditions of martial law. This approach requires providing the premises with additional functionality for convenient work. A new challenge for the hotel business has become the creation of opportunities for long-term guest stays, which is associated with the relocation of a large number of families from the war zone. Today, it is already impossible to imagine family recreation areas without a children's area organized by the company in a hotel or restaurant. Digital contactless services are the basis of both guest ordering services and mobile check-in and check-out, as well as calculations and guest identification through data scanning from the Diya application and synchronization with the hotel's PMS system.

An important element of the innovative business organization system in the hotel and restaurant industry is personalization and guest-centeredness, which will contribute to the formation of a satisfied customer. The implementation of the economy of impressions in the toolkit of the business management system serves as a modern approach to the realization of the main goal of the enterprise — obtaining economic and social profit.

Ключові слова. Сфера гостинності" економічний і соціальний ефект, бізнес, інноваційні інструменти, інструменти системи прийняття рішень,, створення робочих зон для віддаленої роботи, дитячі простори, цифрові безконтактні послуги, персоналізація, гостецентрованість, економіка вражень.

Key words. Hospitality, economic and social impact, business, innovation tools, decision-making system tools, creation of work areas for remote work, children's spaces, digital contactless services, personalization, guest-centricity, experience economy.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ У ЗАГАЛЬНОМУ ВИГЛЯДІ ТА ЇЇ ЗВ'ЯЗОК ІЗ ВАЖЛИВИМИ НАУКОВИМИ ЧИ ПРАКТИЧНИМИ ЗАВДАННЯМИ

Діяльність підприємств в умовах стрімких цифрових трансформацій потребує розробки стратегії орієнтованої на постійне оновлення методології організації та провадження бізнесу паралельно із розвитком нових технологій. Сучасний інструментарій та вподобання кожного члена суспільства змінюються щоденно із появою інноваційних розробок. Сфера гостинності відчу-

ває такі зміни в першу чергу, оскільки безпосередньо контактує із кожним гостем. Для цього вишукування нових трендів та впровадження найбільш доцільних інструментів та підходів у роботі є передумовою їх успішного розвитку.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Важливий вклад в розвиток сучасного готельно-ресторанного бізнесу здійснюють як вітчизняні, так і закордонні науковці, які намагаються адаптувати нові



Рис. 1. Важливими аспектами успішного сучасного бізнесу сфери гостинності

Джерело: сформовано автором.

технології під специфіку діяльності сфери гостинності. Сучасні підходи безпосередньо до організації бізнес-процесів у підприємствах готелів і ресторанів обґрунтовано у науковій праці Баєнкової І.О та Величко О.В. [1; с. 6—11]. Дослідженням інноваційних технологій в сфері готельно-ресторанного господарства займалися вітчизняні науковці, зокрема: Лисюк Т., Терещук О., Пасічник М. [2] та інші.

Питання використання інформаційно-комунікаційних технологій в ресторанному господарстві висвітлено у дослідженнях І. О. Баневої, Е.О. Сірої та О.Д. Коваль [3; с. 5—10]

Проте, дане питання не є вивченим цілком до даного часу. Зміна технологій та цифровий розвиток змінюється швидкими темпами, що і спонукає в подальшому потребу у зміні підходів та у виборі більш сучасних інструментів для організації і провадження бізнесу у підприємствах сфери гостинності.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ

В основі цілей наукового дослідження є пошук нових підходів до процесу організації бізнесової діяльності підприємств сфери гостинності в епоху постіндустріалізму та цифрових трансформацій.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

В умовах постіндустріалізму та цифрових трансформацій лише інноваційний бізнес отримав можливість бути цікавим, затребуваним та прибутковим. Сфера гостинності є тим сегментом економічного розвитку, який цілком має бути клієнтоцентрованим із врахуванням усіх побажань та зацікавленостей з метою забезпечити повний сервіс понад очікування гостя.

Вимоги гостей до сервісу набули нових меж, стали більш розширеними. Нам сьогодні змінились технології

та підходи до комунікації між клієнтом та бізнесовим середовищем. Операційні процедури стали цілком контролюваними та у більшій мірі автоматизованими. Цінності клієнта змінили своє спрямування у напрямку екологічності, одночасно простоти і вишуканості та орієнтовані у цифровий простір.

Важливим аспектом в сфері готельно-ресторанних послуг постало питання безпеки: як фізичної безпеки, так і безпеки харчових продуктів, їх якості і екологічності. Обізнаність гостей про позитивний вплив на здоров'я при вживанні екологічних продуктів набрало формату стилю життя, що зумовило зміну вподобань та викликало потребу перегляду ресторанными та готельними комплексами. Питання чистоти та максимізації впровадження безконтактних технологій, орієнтованих на ав-

томатизацію технологічного процесу виробництва та механізму обслуговування гостей набуло нового виміру і стало актуальним для усіх типів діяльності сфери гостинності. Підприємства сформували нову філософію бізнесу орієнтовану на економічну, екологічну та цільну безпеку і ефективність в межах стратегії розвитку України до 2030 року.

Війна, розв'язана Росією проти України стала новим викликом для підприємств сфери гостинності. В цій ситуації постало гостро питання забезпечення фізичної безпеки гостей. Обов'язковим стало наявність укриття чи бомбосховища, якщо не у власній будівлі, то у найближчих приміщеннях. Особливого виміру і зобов'язань набуло оформлення правил поведінки у надзвичайних ситуаціях та розробка простого і зрозумілого алгоритму дій працівників підприємства готелю чи ресторану у випадку повітряної тривоги. Формування гнучких правил і умов під час прийому гостей, наприклад під час відвідування ними ресторану чи поселення у готель — можливість скасування замовлення, зміщення дати заїзду і процедури повернення грошей за умов попередньої оплати. Рівень лояльності до гостей та професіоналізму і чітких та скоординованих дій персоналу в умовах надзвичайних ситуацій стало важливим елементом вибору гостем місця перебування та чи не найголовнішим фактором його заповненості, що має безпосередній вплив на економічний результат його діяльності.

Важливими аспектами успішного сучасного бізнесу в сфері гостинності стали як сучасні тренди, поєднання відпочинку і роботи, поширення подорожей в межах міста чи регіону так і цифровізація досвіду гостей, персоналізація та економіка вражень й есенціалізм (Рис. 1). Зважаючи на швидкість цифрових трансформацій в усіх сферах господарської діяльності, в тому числі і у підприємств, які функціонують у сфері готельного чи ре-

сторанного бізнесу, важливим є сформувати стратегію розвитку таким чином, щоб це сприяло його постійній інноваційності. Інтенсивність розвитку компаній в сфері систем менеджменту, маркетингу, брендингу, інформаційних технологій — повинно бути принаймні на один крок швидшим, ніж це розвивається у користувача послуг.

Поява нових трендів у визначеній сфері діяльності повинна стати викликом та швидким елементом їх інтегрування у діяльність компаній паралельно із прогноною оцінкою чутливості ринку та потенційного користувача на його появу із одночасним визначенням ефективності і ефекту від впровадження інновацій.

Потреба і можливість віддаленої роботи управлінського персоналу готелю завдяки цифровізації сформувало новий підхід до організації і провадження бізнесу. Технічні засоби одночасно із впровадженням діджиталізації на усіх рівнях сприяло відкриттю можливостей бути на зв'язку із місцем праці чи власним бізнесом впродовж 24 годин на добу. Така організація праці дає можливість уникнути більшості помилок, приймати оперативні управлінські рішення та попереджати виникнення проблем.

Завдяки таким можливостям присутність керівного персоналу фізично на робочому місці не є обов'язковою. Можливість віддаленої роботи в межах програмного продукту із управління готелем чи рестораном стало новим і необхідним інструментом в епоху стрімкого розвитку інноваційних технологій та швидкоплинних вподобань і бажань споживача. Часто, сформувавши портрет споживача підприємство переорієнтовує свої напрямки традиційної технології виконання процесу обслуговування на більш сучасні, ефективні та затребувані гостем.

Тому, гібридний формат організації робочого часу працівників управлінського апарату готелю чи ресторану забезпечує більш гнучку технологію роботи, більш ефективні управлінські рішення, основані на реальних оперативних даних, які аналізуються безпосередньо в момент потреби негайного вирішення проблеми.

Крім управлінської функції в умовах віддаленого режиму роботи готелі і ресторани прийняли ініціативу забезпечити робочим місцем гостей, які відпочиваючи одночасно працюють. Крім того, місцеві гості також часто використовують приміщення готелів чи ресторанів у якості зручного місця роботи, так як домашня атмосфера не завжди сприяє продуктивній роботі. Як альтернатива офісу, підприємства сфери гостинності радо пропонують свої площі для забезпечення комфортних умов роботи усім бажаючим.

Надання таких послуг потребує певних змін у приміщеннях, формування додаткового функціоналу та дообладнання таких місць необхідними технічними засобами, таким як додатковими розетками, безшумними Zoom-кімнатами, якісним високошвидкісним Wi-Fi.

Для сучасного готелю чи ресторану необхідною умовою привабливості для клієнта є наявність приміщень, які гість може використовувати у якості площадки для проведення онлайн-вебінарів чи лекцій у режимі онлайн. Пропозиція безлімітної кави будь-який готель чи ресторан робить максимально привабливим.

Перехід на роботу у місця для відпочинку, які обладнані усіма засобами безпеки та інструментами додаткового електричного живлення із доступом до мережі Wi-Fi стало найбільш затребуваним трендом.

Робота в умовах війни спонукала компанії перевести своїх працівників у більш безпечні регіони. Для цього часто використовують готелі для їх розміщення. Ці ж площі стали місцем їх віддаленої праці. Переїзд працівників із сім'ями викликав потребу швидкої трансформації житлових приміщень та місць для організації роботи. Підприємства сфери гостинності, які змогли швидко адаптувати свою діяльність у відповідності із потребами споживачів послуг стали реальним затребуваним інструментом та базою для інноваційного розвитку спрямованого на еластичність до вимог клієнтів.

Потреба в тривалому перебуванні у готелі у зв'язку із переїздом внутрішньо переміщених осіб стали причиною зміни меню та формування спеціально окремого меню для таких гостей у готельно-ресторанних комплексах, які їх приймають.

Багато готелів запровадили нові види додаткових послуг та сформували більш доступний режим їх надання.

Новим трендом готельно-ресторанного бізнесу та сфери розваг стало запровадження такого виду послуг, як подорож в межах міста. Обмеженість переміщуватись в межах країни та за її кордони в період війни створило нові перспективи для більшого вивчення і дослідження власних територій. Організація та проведення міні відпусток на вихідні чи навіть на один день є новим викликом прийому гостей для готелів та ресторанів, оскільки потребує специфічного підходу до таких гостей та приготування особливого меню. Проте, використовуючи даний інструментарій та такого роду послуги можна збільшити завантаженість готелю і, як наслідок, покращити економічні результати діяльності.

Надання додаткових послуг часто може стати основним видом прибутку через збільшення кількості таких операцій. Наприклад, приготування сніданків та їх включення у вартість послуг готелю, популяризація і використання SPA, організація дитячих просторів із аніматорами, організація роботи Zoom-кімнат тощо.

Сучасні інструменти у підприємствах сфери гостинності нами узагальнено та представлено на рисунку 1.

Оскільки цифровізація торкнулась усіх сфер діяльності, то надання безконтактних послуг стало ме міфом, а реальною можливістю та трендом останніх років.

Цифрова трансформація в сфері суспільного життя призвела до того, що цілковито доступною в бізнесі стала опція ідентифікації особи через сканування обличчя та дотику пальця (відбитка пальця). Тому, гості готельно-ресторанного бізнесу готові до аналогічних технологій в отриманні послуг із їх обслуговування.

Підприємства готельного бізнесу, які орієнтовані на інноваційний напрямок розвитку впроваджують функцію доступу до номера шляхом застосування таких безконтактних технологій.

Неможливо уявити компанію сфери готельно-ресторанного бізнесу, яка не має можливості реєструвати замовлення послуги безконтактно через сайт. Така послуга стала буденною справою як для підприємства, що надає такі послуги, так і для його клієнтів.



Рис. 2. Іноваційні інструменти обслуговування у підприємствах сфери гостинності

Джерело: сформовано автором.

Важливим є можливість здійснення мобільної реєстрації як заїзду гостей у готель, так і їх виїзду. Завдяки цифровим можливостям та ефективній роботі програмного продукту готелю як ресторану сучасний гість не витрачає часу на перебування у місці реєстрації.

Проведення розрахунків за допомогою безконтактних платежів стало умовою та інструментом роботи майже кожного такого підприємства (рис. 2).

Така форма проведення оплати часто є найбільш зручною для гостя та головною умовою при виборі місця поселення чи місця проведення часу у закладі відпочинку.

На необхідності використання безконтактної оплати NFC в різних сферах господарської діяльності зазначено у дослідженнях різних фахівців і практиків [5].

Застосування додатку "Дія" при зчитуванні даних про клієнта позбавляє додаткових витрат часу на його реєстрацію, а клієнта — позбавляє від потреби носіння власних документів у паперовій формі.

Використання QR-кодів та сканерів стало потребою, оскільки дає можливість зчитувати персоналізовані дані

клієнта при його реєстрації із гаджетів. Важливо, щоб технічне забезпечення підприємства готелю мало можливість синхронізації із системою PMS готелю.

Сучасним інструментом в організації бізнесу стала гостецентрованість та персоналізація. Розширення ринку послуг та залучення гостей неможливе без активної персоналізації клієнта. Вивчаючи вподобання клієнта ми можемо зробити йому комплімент та налаштувати на приємну атмосферу перебування. Для цього формується персоналізована інформаційна база під кожного клієнта, в якій зазначаються не лише його потреби чи специфічні вимоги, але і вподобання. База про клієнта повинна формуватись не лише в процесі перебування гостя у закладі, а ще до моменту його прибуття через соціальні мережі та анкетування чи опитування під час формування заявки чи в процесі підтвердження бронювання.

Завдяки цифровізації можливості опрацювання великої інформаційної бази даних про клієнта є більшими, що дає можливість реалізувати інструментарій персоналізації гостя в повній мірі.

Швидкість та ефективність прийняття управлінських рішень в умовах використання персоналізації — як інструмента в частині обслуговування клієнта забезпечує залученню гостя, уникненню імовірних непорозумінь та ризикових ситуацій.

Епоха постіндустріалізму є епохою розвитку, людського інтелекту, економіки знань та доцільності. Сучасна людина прагне отримати не розкіш, а унікальність в обслуговуванні, неймовірні враження, специфічне обслуговування та здорове харчування.

Залишилась у минулому епоха браку ресурсів та постійного дефіциту в умовах "радянщини", наслідком якої було прагнення у людей шик, збагачення та привселюдної імітації багатства в житті. Нові можливості змінили вподобання та цінності в сучасній особистості.

Сучасна людина прагне не демонструвати "щастя", а його відчувати, не демонструвати відчуття, а їх пережити. Аналогічно із організацією і провадженням бізнесу, який в сфері гостинності став свідченням інноваційного розвитку, орієнтованого на потреби і очікування споживача. Сучасний споживач очікує нового досвіду, який прагне перейняти. Більша зацікавленість у гостя виникає в сфері мистецтва минулого та сучасного мистецтва, в сфері традицій та історичних аспектів розвитку України у поєднанні із цифровими можливостями.

Зміна вподобань гостя провокує оновлення дизайну готелю чи ресторану. Асортимент послуг, які надає заклад також трансформується. Ресторани розробляють меню відповідно до стилю та його виду.

Особливий досвід закладу готельно-ресторанного бізнесу наповнює гостя новими враженнями, які він готовий відчувати повторно відвідуючи його та має бажання ділитись із іншими колегами.

Наші бачення розділяє значна кількість науковців, зокрема Камушков О., Ткач В., Язіна В. [6] розглядають сучасні шляхи удосконалення маркетингової стратегії через призму "економіки вражень".

В сфері гостинності розширення ринку та залучення клієнтів можливе лише при комплексному використанні зазначених інструментів.

Запропонований інструментарій є викликом для підприємств та слугує новим етапом в системі його розвитку.

ВИСНОВКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗВІДОК У ДАНОМУ НАПРЯМІ

Отже, орієнтація на поліпшення економічного результату від бізнесової діяльності можливе лише при впровадженні інноваційних інструментів у системі управління та переходу на цифровий формат обслуговування виробничого процесу. Додаткові послуги в період економічної нестабільності та військового стану стали у розряд високодохідного ресурсу підприємств готельно-ресторанного бізнесу. Можливість та потреба віддаленої роботи потребує високого рівня еластичності до створення відповідних робочих зон із необхідним технічним оснащенням. Поява значної кількості внутрішньо переміщених осіб потребує від підприємств готельного бізнесу створення зручних умов і можливостей для тривалого перебування гостей, зокрема: організації дитячого простору.

Епоха цифрових трансформацій вимагає інтегрування безконтактних послуг в усіх процесах: від процесу замовлення гостем послуги, ідентифікації клієнта через електронні бази даних при читуванні через QR-код із гаджета клієнта і з додатка "Дія" і синхронізацію з PMS-готелю до процесу розрахунку за надану послугу чи реалізований продукт. Персоналізація і гостецентрованість стали в основі маркетингової діяльності підприємств готельно-ресторанного бізнесу. Економіка вражень посіла важливе місце в системі інструментарію управління бізнесом.

Література

1. Банєва І. О., Величко О. В. Сучасні підходи до організації готельно-ресторанного бізнесу. *Modern Economics*. 2022. № 36 (2022). С. 6 — 11.
2. Лисюк Т., Терещук О., Пасічник М. Інноваційні технології у готельно-ресторанному господарстві. *Економіка та суспільство*. 2022. № 40. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-40-11> (дата звернення: 20.05.2023 р.).
3. Банєва І. О., Сіра Е.О. та Коваль О.Д. Використання інформаційно-комунікаційних технологій в ресторанному бізнесі. *Інвестиції: практика та досвід*. 2023 р. № 4. С. 5— 10.
4. Безконтактна оплата NFC. Touchcard. 2023. URL: <https://touchcard.com.ua/ecom/bezkontaktna-oplata-nfc> (дата звернення: 18.05.2023)
5. RetailSales: Restaurants and Other Eating Places. *Archival EconomicData*. 2023. URL: <https://alfred.stlouisfed.org/series?seid=MRTSSM7225USN> (дата звернення: 19.05.2023)
6. Камушков, О., Ткач, В., Язіна, В. Економіка вражень у готельно-ресторанному господарстві. *Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка*, 2021. № 7. С. 34—42. URL: <https://doi.org/10.32851/2708-0366/2021.7.4> (дата звернення: 19.05.2023)

References

1. Banyeva, I. and Velychko, O. (2022), "Modern approaches to the organization of the hotel and restaurant business", *Modern Economics*, vol. 36, pp. 6-11.
2. Lysiuk, T., Tereshchuk, O., & Pasichnyk, M. (2022), "Innovative technologies in the hotel and restaurant industry", *Ekonomika ta suspilstvo*, [Online], vol. 40. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-40-11>.
3. Banieva, I. O., Sira E.O. and Koval, O.D. (2023), "The use of information and communication technologies in the restaurant business", *Investytsii: praktyka ta dosvid*, vol. 4. pp. 5— 10.
4. Touchcard (2023), "NFC contactless payment", available at: <https://touchcard.com.ua/ecom/bezkontaktna-oplata-nfc> (Accessed 18 May 2023).
5. Archival Economic Data (2023), "Retail Sales: Restaurants and Other Eating Places", available at: <https://alfred.stlouisfed.org/series?seid=MRTSSM7225USN> (Accessed 19 May 2023).
6. Kamushkov, O., Tkach, V., & Yazina, B. (2021), "Economy of impressions in the hotel and restaurant industry", *Tavriiyskiy naukovyi visnyk. Seriya: Ekonomika*, vol. 7, pp. 34—42. <https://doi.org/10.32851/2708-0366/2021.7.4>.
Стаття надійшла до редакції 24.05.2023 р.