



Міністерство освіти і науки України
Державний торговельно-економічний університет

HoReCa

НАУКОВІ ІНІЦІАТИВИ

ТЕЗИ ДОПОВІДЕЙ
ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ СТУДЕНТСЬКОЇ
НАУКОВОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

(Київ, 22 травня 2024 року)



Київ 2024

**Міністерство освіти і науки України
Державний торговельно-економічний університет
Факультет технологій та бізнесу**

**HoReCa
НАУКОВІ ІНІЦІАТИВИ**

**ТЕЗИ ДОПОВІДЕЙ
ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ СТУДЕНТСЬКОЇ
НАУКОВОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ**

(Київ, 22 травня 2024 року)

Київ 2024

**Розповсюдження і тиражування без офіційного дозволу ДТЕУ
заборонено**

УДК 641.4:001.89

X 79

HoReCa. Наукові ініціативи [Електронний ресурс] :
X 79 тези доп. Всеукр. студ. наук. конф. (Київ, 22 трав.
2024 р.) / відп. ред. А. А. Мазаракі. – Київ : Держ. торг.-
екон. ун-т, 2024. – 482 с. Укр. та англ. мовами.

ISBN 978-966-918-132-9

DOI: 10.31617/k.knute.2024-05-22

У тезах доповідей Всеукраїнської студентської наукової конференції «HoReCa. Наукові ініціативи» висвітлено актуальні питання глобальних викликів та тенденцій розвитку сфери гостинності у воєнний період; синергії інновацій і традиційних технологій крафтової продукції, що сприяє реалізації концепції здорового харчування населення України; інноваційних форматів ресторанного бізнесу та збереження автентичності сучасної гастрономії України та її регіонів; сучасних тенденцій фуд-дизайну.

Видання розраховано на практичних та наукових працівників індустрії гостинності, викладачів, аспірантів, здобувачів вищої освіти.

Матеріали подано в авторській редакції. Відповідальність за зміст матеріалів несуть автори.

УДК: 641.4:001.89

Редакційна колегія: А. А. Мазаракі (відп. ред.), ректор, д-р екон. наук, проф.; А. Г. Герасименко, проректор з науково-педагогічної роботи та міжнародних зв'язків, д-р екон. наук, проф.; Н. І. Ведмідь, декан факультету технологій та бізнесу, д-р екон. наук, проф.; Т. М. Ткачук, заступник декана з науково-методичної роботи та міжнародних зв'язків факультету технологій та бізнесу, канд. екон. наук, доц.; М. Г. Бойко, завідувач кафедри менеджменту готельно-ресторанного бізнесу, д-р екон. наук, проф.; Д. В. Федорова, завідувач кафедри ресторанних і крафтових технологій, д-р техн. наук, проф.

Відповідальна за випуск Т. М. Ткачук, заступник декана з науково-методичної роботи та міжнародних зв'язків факультету технологій та бізнесу, канд. екон. наук, доц.

ISBN 978-966-918-132-9

© Державний торговельно-економічний
університет, 2024

BATSURA K.,
4th year, 1st group, FIEE KhNUE

Scientific Adviser
Protasenko O., *cand. sc. (engin.), assoc. prof.*
(KhNUE, Kharkiv)

GREEN TECHNOLOGIES IN HOSPITALITY INDUSTRY

The implementation of green technologies in hospitality is increasingly important for reducing environmental impacts and meeting consumer demand for sustainable practices. Here's an overview of how green technologies are being integrated into the hospitality industry: 1) energy efficiency: hotels are investing in energy-efficient lighting, such as LED bulbs, and implementing smart thermostats and building management systems to reduce energy consumption; 2) sustainable building materials: during construction and renovations, hotels may use sustainable materials and methods to minimize environmental footprints; 3) water conservation: technologies like low-flow toilets and shower heads, water-efficient laundry systems, and grey water recycling help to conserve water; 4) green (sustainable) energy sources: some companies in hospitality industry install solar cells or on-shore wind farms to generate a portion of their energy consumption from green sources; 5) waste reduction: comprehensive recycling programs, along with composting, reduce solid waste. Also, hotels may choose suppliers with minimal packaging to cut down on waste; 6) ICT applications: information and communication technologies can play a role in reducing environmental impacts through energy management systems, online booking, and virtual meetings that cut down the need for travel [1, p.16]; 7) green certifications: hotels may seek to obtain green certifications to establish and promote their environmental credentials; 8) guest engagement: communicating green practices to guests and encouraging participation in sustainability programs can further amplify the positive impacts.

Despite the potential and the growing adoption of green technologies, challenges still exist related to the costs of implementation, the rapid pace of technological change, and the need for training staff in new systems. However, the benefits in terms of operational cost savings, customer experience, and marketing value make green technologies increasingly attractive within the hospitality sector [2, p. 3].

References

1. Ray A., Sachdeva I., Rana N. P. Is the information on green hotel websites aligned with the drivers affecting customers' intention to visit green hotels? A mixed-methods approach/ A. Ray, I. Sachdeva, N. P. Rana // Journal of Hospitality Marketing & Management. – 2024. – 33(1). – P. 1– 32.
2. Xess A., Bhargave H., Kumar P. A study on influence of eco-friendly technologies in hospitality industry / A. Xess, H. Bhargave, P. Kumar // Journal of Physics: Conference Series. – 2021. – 19(5). – P. 012024.

BILOZERTSEVA S.,

1st year of master's degree, 1-3am group, FTB SUTE

Scientific Adviser

Kulyk M., *in Economics, Associate Professor
(SUTE, Kyiv)*

LOYALTY PROGRAMS: INNOVATING CUSTOMER ENGAGEMENT IN HORECA

In today's hospitality industry all over the world, the pressure of competition is very keenly felt. Independent restaurants and small hotels are being supplanted and absorbed by chain giants. Each hospitality establishment must fight for its place in the market, attract and retain consumers. Therefore, it is very important now to consider innovative loyalty programs – one of the most effective tools for attracting and retaining consumers.

Loyalty programs - special offers of discounts, rewards, bonuses to attract and retain customers. During the existence of this concept, loyalty programs have been modified, adapted and progressed in accordance with the requirements of consumers. The days of simple punch cards or generic discounts are gone; today's loyalty programs are dynamic, personalized, and tailored to meet the diverse needs and expectations of modern consumers.

The history of loyalty programs in HoReCa dates back to the 19th century, when the first loyalty initiatives were mostly informal and based on personal relationships between guests and owners of the establishment. Bonuses, miles and points introduced by airlines in 1970s made an