

повну потужність.

Отже, ресторанна справа є невід'ємною складовою сфери послуг, і має велике значення для національної економіки. Тому потрібно всіляко її підтримувати і розвивати. Широке впровадження європейських стандартів обслуговування, об'єднання ресторанних трендів, підвищення стандартів високої кухні, активізація роботи ресторанів з корпоративними клієнтами і івент-агенствами – це дозволить поступово змінити рівень і якість надання послуг споживачам. Крім того, є багато інших реформ, які якісно і кількісно змінять ринок надання послуг. Активна державна підтримка, спрощення законодавства, і поширення нових стандартів дозволить підвищити рівень послуг підприємств готельно-ресторанного бізнесу.

#### **Список використаних джерел:**

1. Архіпов В.В. Організація ресторанного господарства : навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. К. : Центр учбової літератури «Інкос», 2017. 280 с.
2. Дорошенко В. Територіальна організація підприємств ресторанного господарства України. Географія. 2016. № 58. С. 27-30.
3. П'ятницька Г.Т. Ринок ресторанного господарства України: сучасний стан і перспективи розвитку. Економіст. 2022. № 4. С. 57-61.
4. Ткаченко О.П. Ресторанний бізнес України: проблеми та перспективи розвитку. URL: [http://revolution.allbest.ru/marketing/00428051\\_0.html](http://revolution.allbest.ru/marketing/00428051_0.html).
5. Організація послуг харчування. URL: [http://generation.at.ua/load/knigi/organizacija\\_poslu](http://generation.at.ua/load/knigi/organizacija_poslu)

**Панасенко Юлія,**

Здобувачка, 242 Туризм

Науковий керівник: Герасименко Тетяна, к. геол. н., доцент  
*Національний технічний університет «Дніпровська політехніка»*

## **ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ЯК ЗАСІБ ПРОСУВАННЯ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ**

Готель – це місце, яке приймає туристів цілодобово і якість його роботи безпосередньо залежить від того, наскільки вірно організована робота з надання головних та супутніх послуг. Зараз стає все складніше привернути увагу замовника готельних послуг зручним житлом з міні-кухнею і красивим видом з вікон, оскільки такий набір послуг, як супутникове телебачення, безкоштовний Інтернет, басейн та інші види сервісу стали звичайними і практично обов'язковими.

Потенційний гість готелю – це людина, яка вже не уявляє свого життя без мобільного телефону та Інтернету, а інформаційні технології дозволяють їй, не виходячи з дому, ознайомитися з інформацією, яка запропонована на сайті готелю, забронювати номер on-line, а потім замовити залізничний або авіаквиток і вирушити у мандрівку [3].

Якщо подивитися довкола, то головним питанням у сфері готельних послуг є чимала конкуренція. Ринок не стоїть на місці, пропозиції випереджають попит, тому готелям важко захищати свої інтереси. У такому разі тільки удосконалення якості обслуговування і пропозиція особливих послуг можуть врятувати становище. У зв'язку з цим, для ефективного просування готельних послуг необхідно використовувати різні канали комунікації та способи просування.

Систему просування готельного продукту можна розкрити як сукупність методів, видів діяльності та каналів поширення, цілеспрямованих на доведення до потенційного відвідувача інформації про готель та його послуги з метою формування попиту на готельний продукт та стимулювання виникнення у покупця бажання його придбати.

Аналіз тенденцій розвитку готельних послуг показує, що компанії, які зробили інновації елементом свого буття, створюють нові або заново розкривають старі ринки, продукти, послуги, що у свою чергу веде до ще більш швидкого зросту. Тому для виявлення

інноваційних підходів щодо просування готельних послуг у сучасних умовах використовують такі методи: спостереження, порівняння, узагальнення.

При виборі ефективних інструментів просування готельні підприємства мають орієнтуватися на вподобання своїх клієнтів, використовувати систему маркетингових комунікацій на усіх етапах готельного циклу. Система маркетингових комунікацій готельних підприємств повинна бути адресною та індивідуальною для кожного цільового ринкового сегмента, містити не лише механізми передачі інформації для цільової аудиторії, а й зворотний зв'язок із нею [1].

Новомодні інновації вартують чимало, проте для вдосконалення та підтримки іміджу на ринку готельних послуг, власники готелів вимушені витратити кошти на них. І однією з найпопулярніших розробок є електронне управління готелем, тобто для готелю під замовлення створюється спеціалізована система до якої підключаються всі працівники готелю. За допомогою веб-ресурсу вони можуть одержувати всю необхідну інформацію про готель в будь-яку хвилину в режимі on-line, бачити усі зміни що відбуваються у ньому, бронювати номери для візитерів, отримати доступ до максимально широкого комплексу каналів продажів.

Незабутні враження від гостей створюють лояльність до бренду. Незалежно від того, чи проводять гості сімейну відпустку чи відвідують під час ділової поїздки вони будуть вражені інноваціями, які нададуть їм справжньої цінності та змусять почуватися особливими. Як приклад, коли гості заходять у вестибюль, біля стійки реєстрації проходить їх перше спілкування з персоналом готелю. І якщо є довгі черги, це може створити поганий настрій до кінця їх перебування. Немає нічого гіршого, ніж чекати в черзі, щоб заселитися в готельний номер. Тому для таких випадків, гарним варіантом було б розробити спеціальний веб-додаток за допомогою якого турист мав би можливість самостійно зареєструвати свій заїзд, і тим самим скоротити час очікування [2].

Персоналізовані враження залишаються з гостями ще довго після їх виїзду та можуть перетворити гостей, які прибули вперше на постійних клієнтів і чемпіонів бренду. Тому використання повідомлень для гостей є не лише інструментом для підтвердження бронювання та рекламних акцій, але й для того щоб ставити запитання про своїх відвідувачів, відповіді на які можна потім застосувати у своєму сервісі. За допомогою короткого опитування перед приїздом можна дізнатися улюблений напій майбутнього гостя, його ідеальну температуру в кімнаті та причину його перебування, а потім коли клієнт прибуде до місця відпочинку, здивувати його безкоштовними закусками та ідеально підготовленим номером [4].

Також у готелі може бути галасливо. Постояльці приїжджають та їдуть незалежно від часу доби, працівники роблять прибирання у номерах та холах. При цьому режим дня відпочиваючих часто не збігається: хтось приїхав пізно вночі з наміром за день виспатися, хтось навпаки розраховує відпочити вночі. Шум також створюють системи кондиціонування та вентиляції, які в готелях працюють цілодобово [5]. Тому, гарним інноваційним рішенням може бути так званий моніторинг шуму, який в кімнаті дає змогу контролювати всі пристрої, тим самим дозволяючи відстежувати рівні шуму в кімнатах у режимі реального часу. Також можна встановити порогові індикатори шуму для кожної кімнати щоб отримувати автоматичні сповіщення, коли рівні шуму перевищують встановлені максимальні значення під час тихих годин. Таким чином, є можливість негайно вжити заходів для вирішення будь-яких проблем, щойно вони виникають.

Створення тематичних номерів – гарний варіант вразити туристів і запам'ятатися назавжди. Завдяки тематичним люксовим номерам можна перенести гостей в інший світ – будь то тропічний рай, зимова країна чудес, або навіть відкритий космос. Кімната у стилі Гаррі Поттера може включати ліжко з балдахіном, чарівні істоти і звичайно, багато місця для зберігання чарівних паличок. Кімната на тему «Гри престолів» може включати копію залізного трону, жакливі килими з вовчого хутра та безліч свічок.

В умовах безперервних економічних змін інновації стають основним чинником, що сприяє динамічному розвитку і підняттю результативності функціонування підприємств готельного

бізнесу. Технології можуть допомогти готельній індустрії кількома способами, зокрема шляхом покращення спілкування між персоналом і гостями, автоматизації завдань і надання більш персоналізованого досвіду. Це може включати використання додатків для реєстрації та виписки, надання вказівок і рекомендацій у цифрових пугівниках і навіть замовлення обслуговування номерів. Інтегруючи свої операції з технологічними рішеннями, можна автоматизувати багато процесів, дозволяючи покращити обслуговування та ефективність, не збільшуючи навантаження.

#### Список використаних джерел:

1. Шаповалова О.М. Інноваційна діяльність, як основа підвищення конкурентоспроможності готельного господарства. *Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля*. 2013. №16. С. 224–228. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/VJSUNU\\_2013\\_16\\_44](http://nbuv.gov.ua/UJRN/VJSUNU_2013_16_44)
2. Саненко Л.І. Принципи впровадження інноваційних технологій в готелях та їх переваги. URL: [https://tourlib.net/statti\\_ukr/sanenko.htm](https://tourlib.net/statti_ukr/sanenko.htm)
3. Глебова А.О. Інноваційні технології у туристичній галузі. URL: [https://tourlib.net/statti\\_ukr/glebova2.htm](https://tourlib.net/statti_ukr/glebova2.htm)
4. Барабаш Є.В. Інноваційні технології в готельному бізнесі. URL: [https://tourlib.net/statti\\_ukr/barabash.htm](https://tourlib.net/statti_ukr/barabash.htm)
5. Джинджоян В.В. Сучасні інноваційні технології в менеджменті туризму та гостинності. *Ефективна економіка*. 2021. №6. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8951>

**Пахомов Олександр**

здобувач, 242 Туризм і рекреація

Науковий керівник: Любчук Ольга д.держ.упр., професор  
*ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет»*

### **РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ЗАДОВОЛЕННЯ ТА УПРАВЛІННЯ ЛОГІСТИЧНИМ ОБСЛУГОВУВАННЯМ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ В СУЧАСНИХ УМОВАХ**

Туризм – явище багатогранне та завжди цікаве. З одного боку - це спосіб життя - відображає принципи і цінності, засновані на активному відкритті, постійному навчанні, культурному розмаїтті та пізнанні нових місць та людей. Це підхід, що спонукає до постійного дослідження світу, насолоди зустрічей з різноманітністю та відкриття нових перспектив, що збагачують життя та сприяють особистісному розвитку. Туризм як спосіб життя включає в себе бажання відчувати пригоди, ділитися досвідом, насолоджуватися красою природи та культурного спадку, а також дотримання принципів сталого розвитку та поваги до місцевих спільнот і середовища, що робить його багатогранним та цінним аспектом сучасного життя.

З іншого боку туризм - це наукове явище, яке вивчається в багатьох галузях науки, таких як географія, соціологія, економіка, культурологія, психологія та інші. Він розглядається як складний соціокультурний та економічний процес, що включає переміщення людей, їхню взаємодію з природним та культурним середовищем, а також економічні, соціальні та культурні впливи, що виникають в результаті цього процесу. [1, с.32]

Логістичне обслуговування туризму є також багатогранним явищем, оскільки включає в себе різні аспекти та елементи, які сприяють ефективній організації та забезпеченню послуг у туристичній галузі. Отже, виходячи з цього потрібно розробити певні рекомендації щодо задоволення та управління логістичним обслуговуванням туристичних підприємств в сучасних умовах. [2, с.53]

Задоволення та управління логістичним обслуговуванням туристичних підприємств в сучасних умовах вимагає уваги до деталей і орієнтації на високу якість обслуговування. Можна виокремити декілька рекомендацій, які можуть допомогти покращити логістичне обслуговування туристичного підприємства: