

4. Чат-боти. Чат-боти можуть використовуватися для надання гостям інформації про заклад, бронювання номерів або столиків, а також для вирішення їхніх проблем.

5. Голосове керування. Голосове керування може використовуватися для керування системами освітлення, клімат-контролю та іншими пристроями в номері або ресторані [2].

Впровадження технологій безконтактного обслуговування має ряд переваг для готелів і ресторанів. Ці технології дозволяють:

1. Покращити досвід гостей. Технології безконтактного обслуговування роблять перебування гостей в готелях і ресторанах більш комфортним і зручним. Вони дозволяють гостям самостійно отримувати послуги, не витрачаючи час на спілкування з персоналом.

2. Збільшити ефективність роботи персоналу. Технології безконтактного обслуговування можуть звільнити персонал від виконання рутинних завдань, таких як роздача ключів від номерів, приймання замовлень та розрахунків. Це дозволяє персоналу зосередитися на більш складних завданнях, що сприяє підвищенню якості обслуговування.

3. Зменшити витрати. Технології безконтактного обслуговування можуть допомогти готелям і ресторанам заощадити кошти на таких статтях витрат, як папір, витратні матеріали, зарплата персоналу [3].

Впровадження технологій безконтактного обслуговування є одним з важливих напрямків розвитку готельно-ресторанного бізнесу. Ці технології дозволяють підвищити комфорт, зручність і безпеку перебування гостей в готелях і ресторанах, а також сприяють підвищенню ефективності роботи персоналу та зменшенню витрат. Звичайно, впровадження також має свої особливості та обмеження.

Наприклад, ці технології можуть бути не завжди доступними для відвідувачів, які не мають мобільних пристроїв або кредитних карток. Крім того, впровадження цих технологій вимагає певних інвестицій і може бути складним для деяких підприємств. Незважаючи на ці особливості, технології безконтактного обслуговування є важливим трендом у сфері готельно-ресторанної справи. Ці технології дозволяють поліпшити якість обслуговування клієнтів, підвищити рівень безпеки та ефективності роботи, а також мінімізувати контакт між персоналом і відвідувачами.

Список використаних джерел:

1. Інноваційні технології у ресторанному, готельному господарстві та туризмі. URL: <https://core.ac.uk/download/162019759.pdf>.

2. Інформаційні технології в готельній індустрії України: реалії та перспективи. URL: <http://www.investplan.com.ua/?op=1&z=6972>.

3. Організація готельно-ресторанної справи. URL: <https://dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/32930/3/gotel.pdf>

Нуцубідзе Ана,

здобувачка, 242 Туризм і рекреація

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

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РЕСТОРАННИХ ЗАКЛАДІВ У ХХІ СТОРІЧЧІ

За останні десятиліття ресторанна індустрія робить сміливі кроки. Найпопулярніші ресторани свідчать про те, що власники знаходять інноваційні способи покращити враження гостей у закладі та за його межами, незалежно від того, чи вони ведуть ресторан швидкого харчування, ресторан із повним набором послуг, заснування або дослідження абсолютно нової концепції. Уподобання споживачів у харчуванні та економічні умови вказують на головні ресторани тенденції та стратегії, які залишаються незмінними. Незалежно від того, чи йдеться про впровадження стратегії безконтактної оплати, експериментування з онлайн-замовленням чи використання автоматизації для боротьби з

нестачею робочої сили, ресторани знаходять творчі способи побудови значущих стосунків зі своїм персоналом і клієнтами.

У цій поточній ринковій структурі, яка з кожним днем стає все більш конкурентною, ресторани докладають усіх зусиль, щоб тримати свої двері відкритими. Від пропозиції нових і креативних презентацій і тенденцій до корисних продуктів та інноваційних технологій, адаптація ресторанних тенденцій до ресторанної моделі вимагає стратегічного розуміння, яке виходить за межі технічної діяльності [1]. Через те, що не всі тенденції сфери послуг можна адаптувати до ресторанних послуг, найкращим підходом є визначення тенденцій ресторанного бізнесу, орієнтованих на клієнта, які можна легко скорегувати відповідно до типу бізнесу, кількості працівників, місця розташування та активів. У цьому підході поточні та майбутні тенденції в ресторанній індустрії можна обговорювати за факторами: технології; надзвичайні ситуації; сталий розвиток [4].

Технології у ресторанному бізнесу потрібні хороші страви та хороші послуги, щоб підтримувати своє існування та бути успішним у відповідному сегменті ринку. У ресторанній індустрії технології можуть стимулювати зростання і бути головною причиною успіху. Оскільки ресторанна індустрія продовжує впроваджувати інновації на основі технологій і адаптувати свої дані від споживачів до смаків і вподобань споживачів, які постійно змінюються, ці рушійні сили стануть каталізатором для розширення в майбутньому [2].

Сучасність пропонує широку структуру розумних технологій і створення цінностей, інтегрованих в усі страви. У цій першій чверті 21 ст. розробляються нові моделі машинного навчання, щоб задовольняти зростаючий попит на продукти харчування та напої та легко вирішувати складні проблеми в галузі. Використання штучного інтелекту у виробництві харчових продуктів і напоїв призводить галузь до новий рівень. На цьому рівні такі переваги, як менше людських помилок, менше відходів, максимальна користь від продукту, швидке обслуговування, безпечний і прозорий харчовий ланцюг, задоволеність клієнтів і індивідуальні замовлення забезпечено [5].

Надзвичайні ситуації. Ресторани постраждали від пандемії COVID-19 на початку 2020 р., що спричинило серйозну кризу в підприємствах сфери послуг. Через пов'язані з пандемією правила, введені урядом, бізнес-операції ресторанів були призупинені. Крім того, ресторани не змогли відновитися до рівня до пандемії, оскільки люди воліли триматися подалі від інших навіть після повторного відкриття [3]. Обмежена кількість місць у ресторанах через правила соціального дистанціювання, запроваджені урядом, та інші запобіжні заходи, які змушують ресторани надавати лише послуги на винос, не розсаджуючи клієнтів, створюють серйозну загрозу з точки зору прогнозів щодо майбутнього ресторанів. У 2022 р. доповнила цю кризову ситуацію війна.

Переважає більшість експертів прогнозували, що більше половини ресторанів не переживуть нинішнього курсу. З цієї причини підтримка споживчого попиту під час криз має вирішальне значення. Загальновідомо, що жодне планування у світі не може контролювати майбутнє. Проте здатність ресторанів адаптуватися до нових норм, які нав'язують нові правила, також може бути корисною для ресторанів з точки зору отримання конкурентних переваг.

Сталий розвиток є константою та необхідністю повсякденного життя ресторанної індустрії. Ресторанна індустрія має високе споживання енергії, води, м'яких засобів і витратних матеріалів, а також величезні харчові відходи. Пандемія COVID-19 актуалізувала багато гострих проблем сталого розвитку. Ресторанна індустрія, та і вся індустрія туризму, були одними з галузей економіки, які найбільше постраждали від пандемії COVID-19. Статистика показала, що 2020 р. був найважчим роком в історії світової індустрії туризму, коли троє з чотирьох відвідувачів не були зацікавлені в подорожі з туристичною метою. Другий рік пандемії, 2021 р., ознаменувався широкими спробами повернутися до нормального життя. Використання сертифікатів, що підтверджують статус вакцинації осіб, а також зменшення обмежень на подорожі для певних місць відпочинку дозволили людям знову подорожувати, і багато компаній із туристичної індустрії знову відкрили свої підрозділи на

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.
5. Організація послуг харчування. URL: 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