

УДК 338.48:339.9

T-33

Рекомендовано до друку Науково-методичною радою Вищого навчального приватного закладу «Дніпровський гуманітарний університет» (протокол від 21.12.2023 р. (протокол № 4).

T-33 Теоретико-прикладні проблеми розвитку індустрії туризму та гостинності у конкурентному середовищі: матер. Всеукр. наук.-практ. конф. (Дніпро, 29 листоп. 2023 р.). Дніпро : ВНПЗ «Дніпровський гуманітарний університет», 2023. 113 с.

Збірник містить матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції «Теоретико-прикладні проблеми розвитку індустрії туризму та гостинності у конкурентному середовищі» (29.11.2023), у роботі якої взяли участь здобувачі вищої освіти закладів вищої освіти України.

Матеріали науково-практичної конференції надруковані в авторській редакції.

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ

докт. юрид. наук, проф. **Олег КИРИЧЕНКО** (голова); канд. ек. наук, доц. **Тетяна ТЕСЛЕНКО** (заст. голови); **Андрій МІРОШНИК** (секретар); канд. юр. наук **Сергій ДУБОВ**; док. ек. наук, проф. **Ігор САЗОНЕЦЬ**; док. ек. наук, проф. **Володимир ДЖИНДЖОЯН**; док. ек. наук, проф. **Ольга САЗОНЕЦЬ**; канд. юр. наук, доц. **Тетяна ЛЕЖНЄВА**.

© ВНПЗ ДГУ, 2023

© Автори, 2023

Леонтенко Микита Сергійович

здобувач вищої освіти
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
Дніпровського гуманітарного університету

Науковий керівник:

Лисенко Оленка Вікторівна

кандидат економічних наук,
доцент кафедри туристичного та
готельно-ресторанного бізнесу
Дніпровського гуманітарного університету

ЗАСТОСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ РІШЕНЬ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ ГОСПОДАРСТВІ

Світова промисловість гостинності в останні роки є прибутковим напрямом економіки що залучає великі інвестиційні кошти. При прийнятті покупцем рішення про вибір готелю, грає роль, чи відповідає цей заклад вимогам та побажанням клієнта. Умовою обрання готелю є сервіс, розташування закладу, ціна. Але стандартне обслуговування не завжди влаштовує подорожуючих. При плануванні відпочинку, туристів все більше цікавить незвичність, історична та архітектурна складова, рівень комфорту.

Окремі готельні сервіси представляють широкий спектр служб, які можуть надавати готелю незвичні риси незалежно від його категорії. Такі готелі хочуть бути конкурентоспроможними на сучасному ринку послуг. Є кілька аспектів вдосконалення:

- розробка престижності та унікальності послуги;
- низькі ціни чи акційні пропозиції;
- інноваційні рішення;
- участь в екологічних акціях та програмах;
- інформація про персоніфіковані готельні служби та їх властивості;
- видозміна образу готельних служб;
- переконання покупців переходити до більш дорогих готельних служб.

При обранні готелю покупці обирають не просто кімнату для тимчасового проживання, а ще сервіс та культуру обслуговування. Ці складові – нематеріальні та на рівні почуттів є визначальними при прийнятті рішення на користь обраного готелю. Крім того, гість готелю є покупцем, що платить за продукт, який створюється комплексом служб. Ці служби можна побачити та оцінити їх діяльність. Потенційному клієнту надається можливість ознайомитися з пропозиціями готелю, дізнатися про їх переваги і бонуси і прийняти остаточне рішення про користування. Тому процес розвитку готельних служб значною мірою залежить від поінформованості персоналу і можливості залишити у свідомості покупця приємні спогади та асоціації [1].

Готелі, як правило, мають ресторани та кафе в своїй структурі, що також впливає на вибір клієнта. Ці підприємства (кафе, піцерії, ресторани, бістро та ін.) забезпечують громадське харчування, а саме: надання гарячої свіжої їжі відвідувачам протягом усього робочого дня та можливість організації харчування в дитячих й навчальних закладах.

Розвиток ресторанного бізнесу неможливий без застосування нових інноваційних автоматизованих систем управління, що дозволяють:

- покращувати якість обслуговування;
- контролювати роботу персоналу;
- аналізувати фінансові підсумки;
- обробляти великі обсяги зовнішньої та внутрішньої інформації для прийняття управлінських рішень.

На ринку професійних систем управління для ресторанного господарства працюють декілька великих компаній, що пропонують такі системи (наприклад, R-Keerper). Ці системи передбачають автоматизацію об'єднаних у цілісну схему процесів (облікових, виробничих, маркетингових та управлінських). Система виконує дві основні функції: автоматизації процесу сервісу в залі ресторану з підтримкою модуля «фронт-офіс» й автоматизації обліку та контролю «бек-офіс». Перший модуль відповідає за події в залі ресторану та прийом гостей, другий спостерігає за рухом продукції та обліковує його [2].

Ці модулі можуть бути пов'язані в локальній мережі та обмінюватися даними як у режимі On-line, так і режимі Of-line. При виборі оптимальної автоматизованої системи управління для певного підприємства розглядається:

- тип, спеціалізація, розмір підприємства;
- тип операційної системи;
- фінансові можливості підприємства;
- комунікації;
- можливість адаптації системи автоматизації до галузевих вимог.

Потрібним для процесу автоматизації управління є визначення стратегічних та тактичних завдань, які має вирішувати система, перспектив реалізації стратегій підприємства. Спеціальна роль в автоматизації управління відводиться персоналу. Хоча системи автоматизації легкі у застосуванні, підготовка персоналу, його додаткова мотивація – необхідна.

Отже, у зв'язку з активним становленням ресторанного господарства, зі зростанням конкурентної боротьби, попит на автоматизацію управління зростає. Тому у бюджетах підприємств зростає питома вага витрат на інноваційні рішення. Топ-менеджери підприємств розглядають застосування систем автоматизації як компоненту збільшення прибутків, зниження операційних витрат, збільшення лояльності покупців за рахунок забезпечення довгострокових конкурентних переваг [3].

Оцінюючи ці аспекти розвитку готельно-ресторанної галузі можна зробити наступні висновки:

Споживачеві послуг готелів та ресторанів пропонується широкий вибір концепцій, за якими побудовано роботу готельно-ресторанних закладів. Ці пропозиції розраховано на різні рівні доходу та соціальне становище клієнтів. Але на перший план для споживачів виходять: якість надання послуг, ціна пропозиції, застосування інновацій.

Розвиток готельно-ресторанного ринку все більше спрямовується в бік вузького позиціонування запропонованих послуг. Тенденція – створення мережових брендів і застосування концептуальних інноваційних рішень в організації роботи готелів та ресторанів.

Готельно-ресторанний бізнес залишається перспективним напрямком для інвесторів, які можуть вкласти свої кошти в відомі підприємства готельно-ресторанного господарства, орієнтовані на середній ціновий сегмент.

Список використаних джерел:

1. Басюк Т. П., Керанчук Т. Л. Економіка готельно-ресторанного бізнесу : навчальний посібник. К. : НУХТ, 2018. С. 239–255.
2. Якименко-Терещенко Н. В., Строкова Є. М. Дослідження та оптимізація економічних процесів в готельно-ресторанному бізнесі : кол. монографія. НТУ «ХПІ», 2019. С. 31–37.
3. Готель Reikartz Дніпро. URL : <https://reikartz-dnipropetrovsk-hotel.hotelmix.com.ua>

Петренко Дмитро Іванович

здобувач вищої освіти

другого (магістерського) рівня вищої освіти

Дніпровського гуманітарного університету

Науковий керівник:

Джинджоян Володимир Вергарович

доктор економічних наук, професор,

професор кафедри туристичного та

готельно-ресторанного бізнесу

Дніпровського гуманітарного університету

ПРОЦЕС СТВОРЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ

Розробка туристичного продукту – це процес створення, вдосконалення або диверсифікації туристичних пропозицій, які відповідають потребам і очікуванням мандрівників, а також цілям і завданням зацікавлених сторін у сфері туризму. Напрямок важливо впроваджувати інновації та адаптуватися до мінливих ринкових умов, уподобань споживачів і конкурентних сил. Але як можна визначити нові можливості розвитку туристичного продукту, які є здійсненними, прибутковими та стійкими? Для вирішення цього питання можна скористатись кількома стратегіями, які допоможуть дослідити