

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Факультет Інноваційних технологій харчування і
ресторанно-готельного бізнесу

**ЗБІРНИК
ТЕЗ ДОПОВІДЕЙ**

**XI Всеукраїнська міжвузівська наукова конференція студентів,
аспірантів і молодих учених**

**«ІНТЕГРАЦІЙНІ ТА ІННОВАЦІЙНІ
НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ
ГОСТИННОСТІ»**

Одеса

2022

УДК 640.41:349.9:316.4
ББК 65.432

Керівництво оргкомітету:

Лебеденко Т.Є. – д.т.н., професор, зав. кафедри готельно-ресторанного бізнесу

Заступник голови:

Д'яконова А.К. – д.т.н., професор кафедри готельно-ресторанного бізнесу

Склад оргкомітету:

Коваленко Н.О. – к.т.н., доцент кафедри готельно-ресторанного бізнесу

Савенко А.А. – асистент кафедри готельно-ресторанного бізнесу

Редакційна колегія:

Стрікаленко Т.В. – д.м.н., професор кафедри готельно-ресторанного бізнесу

Федосова К.С. – к.т.н., доцент кафедри готельно-ресторанного бізнесу

Інтеграційні та інноваційні напрямки розвитку індустрії гостинності: збірник тез доповідей XI Всеукраїнської міжвузівської наукової конференції студентів, аспірантів і молодих учених 19-20 травня 2022р., О.: ОНТУ, 2022. – 192с.

Збірник тез доповідей укладено за матеріалами XI Всеукраїнської міжвузівської наукової конференції студентів, аспірантів і молодих учених «Інтеграційні та інноваційні напрямки розвитку індустрії гостинності», яка відбулась в Одеському національному технологічному університеті 19-20 травня 2022р.

За достовірність наведених фактів, цитат, посилань на літературні джерела та вживання власних імен несуть відповідальність автори наукових тез.

2. Dutta D., Gachhui R. Nitrogen-fixing and cellulose-producing *Gluconacetobacter kombuchae* sp. nov., isolated from Kombucha tea. *Int. J. Syst. Evol. microbiol.* 2007; 57:353–357.

3. Murugesan G.S., Sathishkumar M., Jayabalan R., Binupriya A.R., Swaminathan K., Yun S.E. Hepatoprotective and curative properties of Kombucha tea against carbon tetrachloride-induced toxicity. *J. Microbiol. Biotechnol.* 2009; 19(4): 397–402.

4. Вода в пиве: влияние на вкус и водоподготовка. URL: <https://pivo.by/articles/water-knowledge-part1>

Безрук Н., Халілова-Чуваєва Ю.О.,

Одеський національний технологічний університет

м. Одеса

PR-ТЕХНОЛОГІЇ У ДІЯЛЬНОСТІ ЗАКЛАДІВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Актуальність дослідження. Сьогодні готельно-ресторанна індустрія є однією з найбільш швидкозростаючих галузей. Міжнародний досвід свідчить, що необхідною передумовою активного та успішного просування галузі на національному ринку є сучасна туристична інфраструктура. З кожним роком зростає кількість готелів і ресторанів, які потребують успішного просування. Зрештою, гостра конкуренція на ринку готелів і ресторанів змушує керівництво вживати надзвичайних заходів, які можуть привернути увагу потенційних гостей. Адже просування організації залежить від особистих особливостей гостей. Від привабливості ресторану залежить відвідуваність і продажі його ресторанного обслуговування.

Метою дослідження є визначення особливостей PR-технологій, механізмів створення реклами та їх вплив на готельно-ресторанну сферу, дослідження теоретичних та практичних аспектів впровадження маркетингових технологій на підприємствах готельно-ресторанного бізнесу.

Аналіз досліджень.

Сьогодні готельно-ресторанна індустрія є однією з найбільш конкурентоспроможних галузей, але пандемія Covid-19 призвела до того, що багато житла

залишилися. Щоб зберегти частку ринку, не кажучи вже про зростання, готелям потрібен стратегічний PR. Готелі та ресторани повинні мати продумані комунікаційні стратегії та залишатися на зв'язку з аудиторією та громадськістю, до якої вони звертаються. Процес спілкування має бути безперервним і ефективним. Приклади прийомів PR, які використовуються в готельному та ресторанному бізнесі. Вплив реклами та PR-технологій на готельно-ресторанну індустрію очевидний. Ефективність реклами на сьогоднішній день почала знижуватися і потрібно щось нове. Загалом так зване перенасичення споживачів і недовіра до реклами призвело до того, що заклади розміщення та харчування знаходять нові способи залучення гостей. На сучасному етапі ефективним інструментом просування готельно-ресторанного бізнесу є соціальна мережа Instagram. Просування в соціальних мережах сприяє охопленню максимально широкою аудиторії.

За допомогою реклами в соціальних мережах, підприємства можуть знаходити партнерів, співробітників, і таким чином сприяти розвитку свого бізнесу.

Слід зазначити, що ефективність реклами – це невизначений і мінливий критерій. Адже, можна визначати ефективність розміром прибутку або підвищеним інтересом до закладу. Можна виділити наступні найпоширеніші види реклами для підвищення ефективності

підприємств індустрії гостинності:

- біл-борди;
- реклама на радіо;
- реклама на телебаченні;
- реклама на моніторах;
- реклама в Інтернеті.

Головною умовою для успішного готельно-ресторанного бізнесу є професійне просування закладу на сучасному ринку послуг.

Заклади індустрії гостинності повинні постійно впроваджувати інновації, щоб залишатись провідними у своєму сегменті та бути попереду свої конкурентів.

Серед методів просування закладів індустрії гостинності є проведення спеціальних заходів. Найбільш використовуваними у практиці готельно-ресторанної індустрії є наступні PR-акції:

- благодійні заходи;

- проведення дитячих свят, національних подій і ін.;
- тижні кухонь різних регіонів;
- майстер-класи від шеф-кухаря;
- дегустації.

На сьогоднішній день жоден бізнес не може вижити без належного просування. Прийоми PR допомагають створити позитивний імідж закладу, залучити багато нових гостей і стати відомим місцем, куди завжди хотілося повертатися. [1]

Прикладом найсучасніших інновацій у ресторанному бізнесі є роботи-офіціанти, які працюють в одному з ресторанів м. Токіо, Японія. Люди з обмеженими фізичними можливостями мають змогу зробити замовлення роботу-офіціанту, який подає замовлення страв цим відвідувачам.

Розумні ключі є ще однією інновацією, що широко використовується у таких готельних мережах, як Sheraton, Weston та Hilton. Це інтелектуальні системи доступу, які дозволяють гостям розблокувати двері, провівши гаджетом через блокувальну панель на дверях. У м. Бостоні, США в одному з готелів навіть встановили систему доступу до президентських апартаментів через сканування райдужної оболонки замість карт-ключів. [3]

Найсучасніші інформаційні технології швидко впроваджуються в готельний бізнес і максимально задовольняють різноманітні потреби гостей та підвищують якість. Наприклад, є Skype Translator, який може полегшити спілкування людей, які розмовляють різними мовами. Використання Skype Translator у вашому готельному бізнесі відкриває безмежні можливості для спілкування, взаємодії та співпраці з гостями в глобальному масштабі, незалежно від географії та мови. Ця технологія може розширити клієнтську базу готелю та підвищити лояльність гостей до готелю без збільшення вартості носіїв мови. Роль маркетингу в готельно-ресторанному бізнесі полягає у тому, аби діяльність закладу відповідала бажаному та реальному попиту, а інтерес до компанії зростає із кожним днем. [2]

У сучасних інноваціях у технологіях громадського харчування необхідно мати інновації, які дозволені Централізоване виставлення рахунків, миттєва обробка замовлень, автоматизоване обслуговування кредитних карток, онлайн-контроль виконання замовлень; інтерактивні форми або електронні меню, набір мережевих і телекомунікаційних рішень для взаємодії зі споживачами, безкоштовний Wi-Fi; камери біля робочого місця кухаря, Дозволити відвідувачу спостерігати за його поведінкою на

моніторі, використовувати QR-коди в акціях, лотереях, розіграшах, інтерактивних опитуваннях, які пропонують клієнтам ресторани індустрії гостинності.

Одним з цікавих напрямів у ресторанній сфері є молекулярна кухня з незвичайним смаком та зовнішнім виглядом страв зі звичайних продуктів, які найчастіше створені у вигляді піни, льоду або желе, що виготовлені за сучасними технологіями із допомогою рідкого азоту, вакууму, високих температур, емульсифікації, сферифікації, желювання та ін. Використання цих технологій дозволяє покращувати і збагачувати смак продукту, вводити спеції, ароматизатори, доводячи його до високих смакових стандартів. [4]

Висновки. Ефективність рекламних і PR-кампаній сьогодні залишається актуальною і вимагає постійної уваги. Реклама та PR-техніки є важливими інструментами просування ресторанних та готельних послуг. Однак бажаний результат можна забезпечити лише в тому випадку, якщо реклама націлена на цільовий сегмент споживачів.

Проте PR-комунікація, яка спрацювала минулого року чи навіть на початку цього року, навряд чи буде практичною сьогодні. Визнати цю ситуацію важливо, але наступним кроком є переоцінювання цих PR зусиль і точно з'ясувати, як їх максимізувати, навіть у нинішніх умовах. Сучасний медіа-ландшафт і світ, що постійно змінюється, залишили готельну та ресторанну індустрію в підвішеному стані, але впровадження сучасних методів PR допомогло підвищити довіру до бренду та його впізнаваність навіть серед усього хаосу. Зараз, як ніколи, готельно-ресторанній індустрії потрібні ефективні стратегічні комунікації, щоб мати можливість відійти від пандемії та економічного спаду. Тому на цьому етапі важливо усвідомити, що застарілі методи PR зараз не спрацюють, а інноваційні методи та комунікаційні стратегії мають здатність залучати більше гостей і таким чином приносити готелям і ресторанам значний прибуток.

Список використаних джерел:

1. Лисюк Т.В. Інноваційні підходи до використання реклами та PR-технологій в готельно-ресторанному бізнесі / [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/514/492>
2. Янчук Т. В. Ефективність упровадження маркетингових технологій на підприємствах готельно-ресторанного бізнесу [Текст] / Т. В. Янчук, К. Р. Любінчак, А. Ю. Вовколуп // Науковий вісник Ужгородського національного університету : серія:

Міжнародні економічні відносини та світове господарство / голов. ред. М.М. Палінчак. – Ужгород : Гельветика, 2020. – Вип. 29. – С. 176-179

3. Мирян Д. Й. Іміджологія та PR технології в туризмі: кваліфікаційна робота на здобуття освітньо-кваліфікаційного рівня магістра: спец. 242 "Туризм", освітня програма "Туризмознавство" / Д. Й. Мирян. - Київ: НУФВСУ, 2020. - 84 с.

4. Маркетингові інновації в освіті, туризмі, готельно-ресторанній, харчовій індустрії та торгівлі : кол. монографія / за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. Н. Л. Савицької ; Харківський державний університет харчування та торгівлі. – Харків : Вид-во Іванченка І. С., 2018. – 174 с.

Грабченко В.О., Д'яконова А.К., Жовтяк К.О.

Одеська національна академія харчових технологій

м. Одеса

ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

Ресторанний бізнес – це сучасна галузь індустрії гостинності, яка швидко розвивається. На сучасному етапі розвитку ресторанного господарства, цей бізнес має великий потенціал для українського ринку. Зростання привабливості галузі ресторанного бізнесу посилює конкуренцію між закладами ресторанного господарства, що потребує впровадження інноваційних рішень в організацію діяльності закладів і підвищення їх конкурентоспроможності на ринку ресторанних послуг. На нинішньому етапі розвитку ресторанного господарства одним зі значущих маркетингових інструментів, який дозволить покращити рівень обслуговування відвідувачів і збільшити рівень реалізації ресторанної продукції, є оригінальне меню, а саме електронне меню та дистанційне керування послугами. Актуальність проблеми полягає в тому, що в сучасних умовах в ресторанах досить важко контролювати прийом та обробку замовлень відвідувачів на належному рівні. Ця проблема вирішується шляхом впровадження електронного меню, що дозволить підвищити ефективність ресторанного бізнесу та рівень сервісу в ресторанах.

Метою даної роботи є удосконалення процесу обслуговування відвідувачів ресторанних закладів шляхом впровадження електронного меню.

Електронне меню - інтерактивна система замовлень, що використовується як сучасна альтернатива звичному паперовому меню [1]. Ця система містить повноцінну

Харченко Д.А., Транченко Л.В.	
<i>Туристична індустрія як напрям розвитку готельного бізнесу в Україні</i>	84
Чумак Я.Ю., Терещук Н.В.	
<i>Поняття менеджменту анімації</i>	87
Кольчак Д., Безусов А.Т., Стрікаленко Т.В.	
<i>До обґрунтування підготовки води для виробництва збродженого бурякового напою на основі комбучі</i>	90
Безрук Н., Халілова-Чуваєва Ю.О.	
<i>PR-технології у діяльності закладів готельно-ресторанного господарства</i>	92
Грабченко В.О., Д'яконова А.К., Жовтяк К.О.	
<i>Впровадження інноваційних технологій в ресторанному бізнесі</i>	96
Бандурська К., Д'яконова А.К., Жовтяк К.О.	
<i>Впровадження інноваційних послуг для дітей в готельному бізнесі</i>	98
Пухальський В.О., Д'яконова А.К., Коротич О.М.	
<i>Інноваційні технології в сфері ресторанного бізнесу</i>	100
Коваленко Н.О., Кожевнікова В.О.	
<i>Інноваційні концепції в готельному бізнесі на прикладі капсульних готелів</i>	103
Рибачук М.Ю., Ткачук О.В.	
<i>Етнічна кухня як складова гастрономічної спадщини одеського регіону</i>	106
Притуляк Ю.С., Кожевнікова В.О., Коротич О.М.	
<i>Особливості екологізації готелів</i>	110

СЕКЦІЯ 2

МЕНЕДЖМЕНТ І МАРКЕТИНГ У СИСТЕМІ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ. ІТ-ТЕХНОЛОГІЇ У ГАЛУЗІ ГОСТИННОСТІ.

Аксьонова Г. О., Асауленко Н.В.	
<i>Особливості управління підприємствами готельно-ресторанного господарства: світовий та вітчизняний досвід</i>	115
Шевченко Д.І., Поплавська А.В.	
<i>Інструменти інтернет-маркетингу підприємств ресторанного господарства</i>	118
Разкола В.В., Скляр В.Ю.	
<i>Впровадження сучасних цифрових технологій для просування закладів ресторанного господарства</i>	121