

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЧЕРКАСЬКА ОБЛАСНА ДЕРЖАВНА АДМІНІСТРАЦІЯ
ТУРИСТИЧНА АСОЦІАЦІЯ УГОРЩИНИ «КАРПАТИ-ТІСА»
КОШИЦЬКИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ (СЛОВАЧЧИНА)
ЛУЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
УЖГОРОДСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
БОЛГАРСЬКИЙ МІЖНАРОДНИЙ УНІВЕРСИТЕТСЬКИЙ КОЛЕДЖ
ВИЩА ШКОЛА МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН
І СУСПІЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ В ХЕЛМІ (ПОЛЬЩА)
ЧЕРКАСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
КАФЕДРА ТУРИЗМУ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ СПРАВИ ЧДТУ**



**МАТЕРІАЛИ
Х МІЖНАРОДНОЇ
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
«ТУРИСТИЧНИЙ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИЙ БІЗНЕС
В УКРАЇНІ:
ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ТА РЕГУЛЮВАННЯ»**

**21–22 березня 2019 року
м. Черкаси**

Том 1

Черкаси



2019

УДК 379.85:640.4(063)

ББК 65.433

М 34

Редакційна колегія:

Григор О.О., к.н.держ.упр., доцент;

Лазуренко В.М., д.і.н., професор;

Бушин М.І., д.і.н., професор;

Чепурда Л.М., д.е.н., професор;

Чепурда Г.М., д.і.н., професор

Відповідальна за випуск: Тихоненко Ю.М., к.і.н.

М 34 **Матеріали** X Міжнародної науково-практичної конференції «Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні: проблеми розвитку та регулювання» : 21–22 березня 2019 року, м. Черкаси [Електронний ресурс]: у 2-х томах / М-во освіти і науки України, Черкас. держ. технол. ун-т. – Т. 1. – Черкаси : ЧДТУ, 2019. – 195 с.

Розглянуто актуальні питання стратегічного розвитку туристичного та готельно-ресторанного бізнесу в Україні і світі. Проаналізовано сучасні тенденції, проблеми державного регулювання та інтеграції України до світового простору в галузі туризму. Розкрито актуальні проблеми менеджменту та маркетингу, планування та прогнозування діяльності підприємств туристичного та готельно-ресторанного бізнесу. Проаналізовано науковий базис новітніх технологій в галузі туризму.

Для науковців, студентів, аспірантів та фахівців галузі.

УДК 379.85:640.4(063)

ББК 65.433

Худoley О.С. ПІДПРИЄМСТВО ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ ЯК СУБ'ЄКТ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	52
Куракін О.Б. ПЕРСПЕКТИВИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ПОТЕНЦІАЛУ ЗАКЛАДІВ ХАРЧУВАННЯ ПРИ ГОТЕЛЯХ В УКРАЇНІ	53

НОВІТНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ

Свідло К.В., Григоренко А.М. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ НА ХАРКІВЩИНІ	57
Ніколайчук О. А. СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВОГО ТУРИЗМУ У КРИВОМУ РОЗІ	59
Плецан Х.В. ІННОВАЦІЇ ФОРМУВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ В СФЕРІ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ	62
Халілова-Чуваєва Ю.А., Сорокіна Н.С. СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ІТ-ТЕХНОЛОГІЙ У СФЕРІ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА	66
Фрей Л.В. АНАЛІЗ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНИХ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ НА РИНКУ УКРАЇНИ	69
Івашина Л.Л. НЕТРАДИЦІЙНІ ТА ОРИГІНАЛЬНІ ПОСЛУГИ ТА ЇХ ПРОПОНУВАННЯ СПОЖИВАЧАМ В СФЕРІ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА	72
Тихоненко Ю.М. ФРАНЧАЙЗИНГ ЯК СУЧАСНИЙ КАТАЛІЗАТОР РОЗВИТКУ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ	75
Білостоцька О.Р., Шидловська О.Б. ПЕРСПЕКТИВИ ВПРОВАДЖЕННЯ НОВІТНИХ СПОРТИВНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ГОТЕЛЬНІ ПОСЛУГИ	78
Субота В.В. РОЗВИТОК ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ	80
Жуков Є.В. ПРОЦЕДУРИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ БЕЗПЕЧНОСТІ СЛУЖБОЮ FOOD&BEVERAGE СТУДЕНТСЬКОГО ХОСТЕЛУ ХАРКІВСЬКОЇ АКАДЕМІЧНОЇ ДЕСТИНАЦІЇ	82

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ ТА МАРКЕТИНГУ В ТУРИСТИЧНОМУ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

Сидоренко І.О. УПРАВЛІННЯ ЛЮДСЬКИМ ПОТЕНЦІАЛОМ У СФЕРІ ТУРИЗМУ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ	84
Юхновська Ю.О. ТЕОРІЇ ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ РЕГІОНАЛЬНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ	87
Дяченко Л.А. РОЗВИТОК ТУРИЗМУ У КОНТЕКСТІ «ЕКОЦЕНТРИЗМУ»	90
Белікова М.В. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНИХ ЗАПОВІДНИКІВ В ТУРИСТИЧНІЙ СФЕРІ	92
Шестель О.Г., Заїка О.І. РОЛЬ МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ В ПРОФЕСІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ФАХІВЦІВ ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ	95
Герман І. В. ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ ЗАСАДИ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ КАДРОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ	97

ЛІТЕРАТУРА

1. Амстронг М. Практика управління людськими ресурсами / М. Амстронг; [пер. с. англ. ; под. ред. С. Мордовина]. – СПб : Питер, 2014. – 832 с.
2. Гуляєва Н. М. Сучасний стан організаційної культури підприємства / Н. М. Гуляєва, О. В. Сьомко // Фінанси України. – № 15. – 2017. – С. 68–70.
3. Друкер Ф. П. Управление, нацеленное на результаты / Ф. П. Друкер. – Пер. с англ. – М., 2017. – 467 с.
4. Корпорації : управління та культура : монографія / А. Е. Воронкова, М. М. Баб'як, Е. Н. Коренєв, І. В. Мажура / За ред. А. Е. Воронкової. – Дрогобич : Вимір, 2016. – 376 с.

УДК 338.488.2:642

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ІТ-ТЕХНОЛОГІЙ У СФЕРІ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

Халілова-Чуваєва Ю.А., *к.політ.н., доцент,
доцент кафедри готельно-ресторанного бізнесу*
Сорокіна Н.С., *асистент кафедри готельно-ресторанного бізнесу*
Одеська національна академія харчових технологій

Світова індустрія гостинності останні десятиліття користується величезною популярністю, як серед споживачів, так і інвесторів. Важливу роль у розвитку готельного господарства відіграє і туризм. Туризм збільшує попит на послуги підприємств готельного господарства та їх рівень. А це, в свою чергу залежить від впровадження інноваційних технологій в закладах гостинності. Важливу роль в удосконаленні послуг грають ІТ-технології. За три попередні роки інформаційні технології змінилися більше, ніж за попередні десять років. На ринку готельних послуг ті готелі, які швидше освоюють нові технології, займають топові позиції та отримують найбільші прибутки.

Метою даної статті є дослідження напрямків сучасних інновацій в ІТ-технологіях, охарактеризувати їх сутність та необхідність впровадження у сфері гостинності.

В індустрії готельного господарства можна виділити наступні напрямки використання ІТ-технологій:

1. ІТ-технології, які оптимізують менеджмент в готелі: це комп'ютерні системи центрального управління готелем, системи управління внутрішніми службами, які дозволяють ефективно обслуговувати гостей, технології оповіщення про готовність номерів, технологія замовлення їжі в ресторані.

2. Сервісні ІТ-технології: це глобальні системи бронювання, CRM системи. Глобальні системи бронювання дозволяють клієнту обрати для себе найзручніший варіант проживання, враховуючи всі переваги. Основою технології CRM є накопичення інформації про клієнта і управління цими дани-

ми [1]. Бази даних клієнтів дозволяють детально вивчати цільову аудиторію готелю, прогнозувати попит на послуги, проводити ефективну маркетингову політику.

3. Інтернет-маркетинг. З розвитком готельної індустрії та збільшенням кількості і різноманітності готелів, клієнтам стає важко зробити вибір. У боротьбі за свого клієнта у готелів все більше розвивається конкуренція, і щоб її виграти, необхідно бути в тренді і використовувати нові інформаційні технології. Інновації вважаються драйвером економічного зростання і джерелом конкурентної переваги компаній [2].

За останні роки змінилися сучасні тренди в індустрії гостинності. За результатами досліджень компанії Smart Insights за 2015 р., основними трендами тоді були:

– контент маркетинг. Якісний контент є визначальним для конкуренції між готелями. Журнали та книги, серіали, сюжетні інтернет-ролики, короткометражні фільми та документальні фільми – це все відноситься до контент-маркетингу і з'єднує інформування клієнта і його розваги.

– Big data. Персоніфікація та аналітика дозволяє ефективно збільшувати продажі і зменшувати витрати на рекламу, тому що стає можливим виявляти, звідки прийшов кожен клієнт і скільки коштувало його залучення.

– автоматизація менеджменту та впровадження CRM. Customer relation management – це революція в системі продажів. Це конвеєр по залученню нових клієнтів та утримання старих [3].

Всі ці інновації визначають життя і діяльність готелів. Однак, сучасні споживачі готельних послуг вимагають нових підходів, більших можливостей і зручностей. Тому готельєри, менеджери і маркетингологи йдуть далі в модернізації технологій в готельному господарстві. Головні тренди 2018 року було озвучено експертами готельного бізнесу на недавній конференції EyeforTravel в Амстердамі. До них відносяться:

Програми лояльності. В індустрії гостинності клієнти часто можуть стати членами «елітних» або «платинових» клубів, набираючи бали і отримуючи привабливі нагороди. За даними Accenture Interactive, учасники програм лояльності приносять на 12-18% більше доходу, ніж неучасники [4].

Голосовий пошук інформації. Оскільки персональні віртуальні помічники з вбудованими інструментами розпізнавання голосу, такими як Apple Siri, Amazon Alexa все частіше використовуються для вирішення повсякденних завдань, вони все частіше замінюють текстовий пошук. Згідно з дослідженням Statista, 43% людей вже вважають за краще використовувати голосовий пошук, так як це набагато швидше, ніж набирати текст і заходити на веб-сайт або використовувати додаток [5].

Підтримка клієнтів за допомогою чат-бота в будь-який час. Прогнозується, що до 2020 року у 80% компаній з'являться чат-боти, щоб залишатися конкурентоспроможними [6].

Мобільний маркетинг. 91% користувачів вважає важливим мати доступ з мобільних пристроїв. 80% часу в соціальних мережах користувачі проводять, використовуючи мобільні пристрої [7].

SMM. Використання соцмереж в готельній індустрії стрімко зросло в 2018 р. Це відбувається тому, що контент в готельній індустрії цікавий і зрозумілий, і є реальні продажі через соцмережі. Особливо популярні в 2018 році були такі соціальні мережі, як Facebook та Instagram.

Таким чином, якщо комплексно застосовувати всі ці інформаційні технології, то готель буде успішним, стабільним і не буде залежати ні від сезону, ні від конкурентів. Для клієнтів використання ІТ-технологій дозволяє економити час на пошук варіантів, віртуально побачити свій варіант, прочитати в інтернеті відгуки і прийняти оптимальне для себе рішення.

Використання ІТ-технологій стає головним завданням в боротьбі за клієнта і тому для готелю дуже важливо, як тільки з'являються нові технології, впроваджувати їх в найближчий рік в свою діяльність. Саме такий підхід дозволить готелю бути в тренді, залучати нових гостей і утримувати старих.

ЛІТЕРАТУРА

1. Путькина Л.В. Тенденции создания сервисной службы поддержки клиентов // Nauka-rastudent.ru. – 2016. – №. 02 (026) / [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://nauka-rastudent.ru/26/3226/>
2. Dzhandzhugazova E.A., Blinova E.A., Orlova L.N., Romanova M.M. Innovations in hospitality industry// International Journal of Environmental and Science Education. 2016. T. 11. № 17. p. 10387-10400.
3. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.smartinsights.com/>
4. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.accenture.com/ru-ru/insight-customer-loyalty-gcpr>
5. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.statista.com/>
6. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://events.eyefortravel.com/digital-data-europe/>
7. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://magora-systems.ru/mobilnyi-marketing-2018/>