

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.

ВПРОВАДЖЕННЯ СУЧАСНИХ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ ДЛЯ ПРОСУВАННЯ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Актуальність дослідження зумовлена розвитком технологій, жорсткими умовами роботи в період пандемії COVID-19 та переходом до цифровізації бізнес процесів. Такі зміни вплинули на виникнення нових інструментів та технологій в маркетинговій сфері. Їх пристосування та впровадження дасть підприємству можливість втриматись в жорстких конкурентних умовах.

Мета дослідження полягає в аналізі використання цифрових інструментів та технологій, що з'явилися за останні роки і набули найбільшого вжитку, для просування ЗРГ та інформування їх гостей.

Аналіз досліджень. Проблематика доповіді підіймається у сучасних публікаціях багатьох дослідників, а саме: Ковалю Л.М., Заячківської Г.А., Завадинської О.Ю. та інших, проте, їх дослідження не є закінченими і потребують подальшого вивчення.

Основною проблематикою роботи стало впровадження цифрових інструментів та технологій, які вплинуть на ефективне просування, стимулювання та конкурентоспроможність закладів ресторанного господарства. Перехід до такої діяльності пов'язаний з залученням відвідувачів на інтернет платформу.

Залучення SMM методу в ресторанному господарстві зумовлено створенням власних сторінок на різних платформах. Цей метод запроваджується в кожному сучасному ресторані. Він стимулює роботу існуючих веб-сайтів закладу, допомагає у інформуванні більшого кола відвідувачів про товар чи послугу, шляхом відповідності їх потребам, створює лояльне середовище, якісну взаємодію з відвідувачами. Із зростанням різних варіантів соціальних платформ, які відрізняються за структурою та способами функціонування, виникає проблема раціонального їх використання з метою залучення необхідного контингенту клієнтів [1].

Все більше ресторанів у своїх закладах використовують додатково цифрове меню або взагалі відмовляються від паперового вигляду, який став непрактичним та застарілим. Такий спосіб дозволяє не перейматися з проблемами встановлення додаткового

обладнання, для застосування QR-коду, достатньо встановити наліпку за столиками для гостей. Код не обмежується інформацією про меню, він надає можливість скористатися послугами доставки, картою лояльності та іншими можливостями [2]. Впровадження цифрового меню позитивно впливає на дві сторони бізнесу: для закладу це маркетинговий хід, що підвищує його впізнаваність і популярність, допомагає проводити маркетингові дослідження та формувати базу даних відвідувачів, для гостей - зручний спосіб користування через особистий пристрій та дотримання дистанції через зменшення контакту з обслуговуючим персоналом.

Ще однією інновацією для ресторанів стало застосування власних додатків. Це дозволяє клієнтам ознайомлюватись з правилами, концепцією, меню, які пропонує заклад, здійснювати онлайн бронювання, мати доступ до програм лояльності, акцій та брати участь у конкурсах. Цифрова система стимулює до взаємодії додатку з користувачем, стає методом збільшення відгуків, замовлень і доходу для закладів збільшує. Додаток повинен бути професійно побудованим, легким і практичним у користуванні [1]. Таким маркетинговим цифровим інструментом скористалась мережа одеських ресторанів «Щастье». За допомогою додатку, гості закладу мають доступ до меню, отримують кешбек та накопичують бонуси, здійснюють бронювання та мають безліч інших переваг.

Відтворення закладу в онлайн форматі дозволяє збільшити зацікавленість у користувачів та користування послугами підприємства. З іншої сторони виникає проблема у професійній розробці, постійному оновленні актуальної інформації, створенням легкого у користуванні інтерфейсу. Прикладом такого ресторану є «Чорноморка online» в Києві, яка проводить стріми з кухні ресторану та надає безліч інших додаткових послуг. Нажаль, з введенням воєнного стану, ресторан припинив оновлення сервісу.

Висновки. Отже, перехід суспільства до цифровізації зосереджує розвиток у сфері інформаційних технологій, а саме у застосуванні інтернет мереж. Впровадження інноваційних цифрових інструментів допомагає закладам просувати свій бізнес, а саме: розширює можливості залучення нових потенційних відвідувачів, їх зацікавлення до діяльності підприємств, збільшує попит на продукцію, послуги закладу та прибутковість, підвищує конкурентоспроможність та відповідність до інтересів користувачів.

Список використаних джерел

1. Завадинська О.Ю. Інноваційні маркетингові методики підвищення лояльності споживачів послуг сфери ресторанного бізнесу. Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія Менеджмент соціокультурної діяльності. 2018.

https://www.researchgate.net/publication/328059713_INNOVACIJNI_MARKETINGOVI_METODIKI_PIDVISENNA_LOALNOSTI_SPOZIVACIV_POSLUG_SFERI_RESTORANNO_GO_BIZNESU (дата звернення: 27.03.2022).

2. Коваль Л.М., Заячківська Г.А. Маркетингові інновації закладів ресторанного бізнесу. Збірник наукових праць. 2020. Вип. 3(77)-2. С. 128-133. URL: http://psae-jrnl.nau.in.ua/journal/3_77_2_2020_ukr/20.pdf (дата звернення: 27.03.2022).

Бороденкова Є.О., Асауленко Н.В.

Одеський національний технологічний університет

м. Одеса

СУЧАСНІ СИСТЕМИ МОТИВАЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Актуальність дослідження. Індустрія гостинності одна з важливих галузей, що розвиваються. Мотивація повинна бути у будь-якій сфері, адже від неї залежить ефективність роботи персоналу і відтак робота всього підприємства.

Мета дослідження: висвітлити ефективний спосіб управління персоналом та ознайомити з сучасними системами мотивації персоналу.

Розвиток підприємств індустрії гостинності в Україні висуває нові вимоги до форм та методів управління персоналом. Для підприємств готельно-ресторанного господарства персонал являється одним із головних складових стратегічного потенціалу та резервом підвищення ефективності діяльності підприємства [1].

Мотивація співробітників займає одне з центральних місць в управлінні персоналом, оскільки вона виступає безпосередньою причиною їхньої поведінки. Орієнтація працівників на досягнення цілей організації є головним завданням керівництва персоналом [2].

Керівники впроваджують власні управлінські рішення, використовуючи на практиці основні принципи мотивації.

У теорії управління мотивацію розглядають як процес спонукання, стимулювання себе чи інших до цілеспрямованої поведінки або виконання певних дій, спрямованих на досягнення власної мети або мети організації [3].

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

СЕКЦІЯ 2

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

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